

Royaume du Maroc
Ministère de L'Agriculture et de la Pêche
Maritime

CONSEIL GENERAL DU DEVELOPPEMENT
AGRICOLE

République Française
Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture
et de la Pêche

CONSEIL GENERAL DE L'ALIMENTATION,
DE L'AGRICULTURE ET DES ESPACES RURAUX

TERROIRS ET ORIGINE :
LEÇONS D'UNE LECTURE CROISEE DES EXPERIENCES

DU MAROC ET DE LA FRANCE

POUR UNE MÉDITERRANÉE DURABLE

Mai 2010

SOMMAIRE

PREFACE	3
I. INTRODUCTION	3
II. LE CONTEXTE MEDITERRANEEN	5
III. LES TERROIRS ET LES IDENTIFICATIONS GEOGRAPHIQUES : CONCEPTS, ENJEUX ET DEBATS INTERNATIONAUX	8
1. Un intérêt et un engagement international croissants	8
2. Pourquoi une telle mobilisation ? Les atouts et les enjeux des terroirs	10
3. Le débat mondial sur les indications géographiques : une confrontation en apparence de deux visions pour le monde	15
4. Qu'est-ce qu'un terroir ?	20
5. L' « approche terroirs » : quelles gouvernances et quelles politiques pour les terroirs ?	25
IV. LE MAROC ET SES TERROIRS : ENJEUX, NOUVEAU CONTEXTE ET NOUVELLES DYNAMIQUES	35
1. Les enjeux pour le Maroc	35
2. L'engagement nouveau du Département de l'Agriculture pour les terroirs	38
3. Des exemples de nouvelles dynamiques au plan régional et local	40
3.1. L'Oriental	41
3.2. Le Souss Massa Draa	43
3.3. La province d'Essaouira	47
3.4. Chefchaouen / Tanger Tétouan	50
4. La contribution de la recherche	55
V. UNE ETUDE DE CAS : LES PRODUITS DE TERROIRS DANS LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU SOUSS-MASSA-DRAA-	57
VI. LES TERROIRS POUR UN MAROC ET UNE MEDITERRANEE DURABLES : UNE LECTURE CROISEE DES EXPERIENCES DU MAROC ET DE LA FRANCE	71
Annexe 1 : Remerciements et références	79
Annexe 2 : Mise en œuvre du deuxième Pilier du Plan Maroc Vert dans les espaces montagnards et oasiens. Propositions d'action	81

PREFACE

Le Conseil Général du Développement Agricole (CGDA) du Maroc et le Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux (CGAAER) de France sont deux institutions sœurs contribuant chacune, auprès de leurs Ministres respectifs, à la réflexion et au conseil sur les politiques publiques intéressant l'agriculture et le développement rural. Elles ont développé de longue date un « *partenariat intellectuel* » privilégié, que l'accueil au CGDA de l'ex directeur du Plan Bleu a permis ces dernières années de renforcer. Chaque année, des experts des 2 pays sont ainsi mobilisés et contribuent à une réflexion partagée. Des missions sont aussi organisées, en France et au Maroc, qui permettent une meilleure connaissance et compréhension mutuelles.

Ce partenariat intellectuel revêt une importance particulière dans la période actuelle. Lesancements en 2008 du *Plan Maroc Vert* et de l'*Union pour la Méditerranée* ont créé en effet un nouveau contexte. L'année 2008 a été aussi marquée par la « crise alimentaire » mondiale, laquelle est venue nous rappeler l'importance stratégique de l'alimentation et de l'agriculture pour notre avenir commun. Les défis à relever sur les 2 rives de la Méditerranée sont très importants. Il s'agit notamment pour le Maroc de réussir la mise en œuvre du **Pilier 2 du Plan Maroc Vert** dédié au développement solidaire de la petite agriculture, ce qui a justifié une réflexion approfondie du CGDA à laquelle des experts éminents du CGAAER ont apporté leurs précieuses contributions. Les analyses ont conduit notamment à mettre l'accent sur l'importance qui devait être donnée aux produits et aux dynamiques de terroirs ainsi qu'à une mise en œuvre raisonnée de la nouvelle loi sur les signes distinctifs d'origine et de qualité. Ces questions sont en effet importantes pour toutes les zones de montagne, oasiennes et d'agriculture sèche, lesquelles concentrent l'essentiel de la population agricole et rurale et doivent trouver de nouveaux chemins de développement durable.

Mettant à profit la dynamique introduite par ailleurs par la préparation du 3^{ème} Forum international « *Planète Terroirs* », le CGDA a constitué un panel d'experts marocains sur les terroirs et les 2 Conseils ont décidé d'organiser conjointement à Rabat, le 10 Mars dernier, un Séminaire de « *regards croisés sur les coopérations maroco-françaises relatives à la valorisation des terroirs et de l'origine* ». Ce Séminaire a été particulièrement fructueux. Il a montré les changements de fond en cours au Maroc ; l'importance des coopérations intellectuelle et d'action, et notamment des coopérations décentralisées, entre les 2 pays ; et la nécessité de consolider et de généraliser les acquis. Il a montré également la nécessaire prise en compte de la complexité dans la réflexion et dans l'action, pour faire des « terroirs », de « l'origine » et des « approches terroirs » de vrais outils de développement durable. Les participants au Séminaire ont par ailleurs considéré que les coopérations entre les 2 pays pourraient inspirer utilement d'autres pays de la région ainsi que la nouvelle *Union pour la Méditerranée*.

Les 2 Conseils tiennent par conséquent à exprimer leur reconnaissance à l'ensemble des experts et acteurs de coopération des 2 pays qui ont apporté leur contribution à cette réflexion partagée.

MOHAMED AIT KADI
PRESIDENT DU CGDA

JACQUES BRULHET
VICE-PRESIDENT DU CGAAER

I. INTRODUCTION

La Méditerranée, on le rappellera dans la première partie de ce document, est une écorégion, confrontée, d'une part, à de nombreux problèmes de « non durabilité » et, riche, d'autre part, de nombreux atouts encore insuffisamment valorisés. C'est aussi une zone de fracture Nord/Sud et un espace de partenariats régionaux et bilatéraux, lesquels doivent notamment s'attacher à mieux valoriser les atouts partagés et à apporter des réponses concertées aux problèmes communs.

La biodiversité, la qualité et la diversité des savoir-faire et des produits et la beauté des paysages culturels font partie incontestablement des atouts méditerranéens. Leur valorisation, dans la mondialisation, est susceptible de redonner une dynamique économique et sociale et une meilleure durabilité environnementale à nombre de régions rurales en situation difficile. L'enjeu est important pour la région, notamment au Sud et à l'Est. Les zones de montagne, oasiennes et semi-arides y occupent en effet une place essentielle et montrent de grandes fragilités socio-économiques et écologiques, avec pour conséquences, des risques possibles pour la stabilité et pour la prospérité communes.

Les marques d'intérêt pour les « terroirs », l'« origine », les « produits de terroirs » et les « approches terroirs » comme nouveaux moteurs possibles d'un développement méditerranéen durable sont donc croissantes sur les 2 rives. Cependant, il s'agit de questions complexes qui nécessitent d'être explicitées. La seconde partie du document s'attache par conséquent à préciser les concepts et les définitions, ainsi que l'état des discussions internationales sur les *indications géographiques*, une question d'une importance majeure au niveau de l'organisation mondiale du commerce.

Le Maroc est un pays qui dispose d'un grand potentiel en « terroirs » grâce à son exceptionnelle diversité et au maintien de fortes traditions. C'est aussi un pays qui après avoir, depuis l'indépendance, concentré sa politique agricole sur la grande hydraulique a adopté en 2008 une nouvelle stratégie, le « *Plan Maroc Vert* », qui constitue une évolution importante. La nouvelle stratégie, tournée vers les « acteurs » et au service de tous les agriculteurs, entend valoriser l'ensemble du potentiel agricole du pays et sortir l'agriculture marocaine de sa forte dualité. Elle comprend par conséquent un « *Pilier 2* » dédié spécifiquement au développement solidaire de la petite agriculture, lequel donne une priorité aux produits de terroirs, comme outils de développement durable des montagnes, oasis et zones d'agriculture sèche. Cet engagement nouveau du pays nécessite beaucoup de réflexions sur le « comment » de sa mise en œuvre. La réflexion sur le « vers quoi » et sur le « comment » doit à la fois tirer parti des expériences acquises par d'autres pays et tenir compte des spécificités marocaines et des progrès récents déjà obtenus localement.

La coopération entre le Maroc et la France est, de ce point de vue, importante. La France a en effet une expérience très ancienne sur l'agriculture de montagne et sur les politiques de terroirs et d'origine. Et le partenariat intellectuel et les nouvelles coopérations décentralisées entre régions des 2 pays ont permis ces dernières années des avancées partagées importantes. La 3^{ème} partie du document, en s'appuyant notamment sur le séminaire organisé conjointement le 10 mars à Rabat, s'attache à rendre compte des nouvelles dynamiques observées au Maroc. Un certain nombre d'exemples concrets, sont ainsi présentés. Un chapitre additionnel est consacré au cas de la région Souss Massa Draa, une région en pointe au Maroc pour la valorisation des produits de terroirs.

La dernière partie du document est consacrée à une « lecture croisée » des expériences des 2 pays. Elle met en discussion les questions posées pour faire des terroirs et des approches terroirs de véritables outils d'un développement territorial durable au Maroc et en Méditerranée. Le chapitre montre que le Maroc est probablement dans une phase de « tournant » historique et qu'il est donc essentiel de consolider et de généraliser les réussites en intégrant la nécessaire prise en compte de la complexité dans la réflexion et dans l'action. Il souligne en conclusion l'importance des coopérations bilatérales et l'intérêt que pourrait représenter une dynamique régionale plus forte au niveau euro-méditerranéen. Une telle dynamique, qui pourrait s'inspirer de la double expérience de coopération franco-marocaine, coopération intellectuelle et coopération d'action, pourrait en effet contribuer à rapprocher les 2 rives pour des progrès d'intérêt commun.

II. LE CONTEXTE MÉDITERRANÉEN

La Méditerranée est une « écorégion » unique par ses spécificités géographiques et historiques, la richesse de son patrimoine, de sa diversité et de ses paysages culturels et le sentiment commun d'appartenance de ses populations au « monde méditerranéen ». Ses spécificités font de la Méditerranée « mille choses à la fois. Non pas un paysage mais d'innombrables paysages. Non pas une mer, mais une succession de mers. Non pas une civilisation, mais plusieurs civilisations » (F Braudel).

Principale zone de fracture de la planète, la Méditerranée est aussi un espace de coopération Nord/Sud et une région qui partage un « destin commun » avec l'Europe. La Méditerranée a autrefois vu la naissance de l'agriculture, de la ville, des sciences, de la philosophie et des religions monothéistes. Elle est aujourd'hui confrontée à des problèmes graves de *non durabilité* :

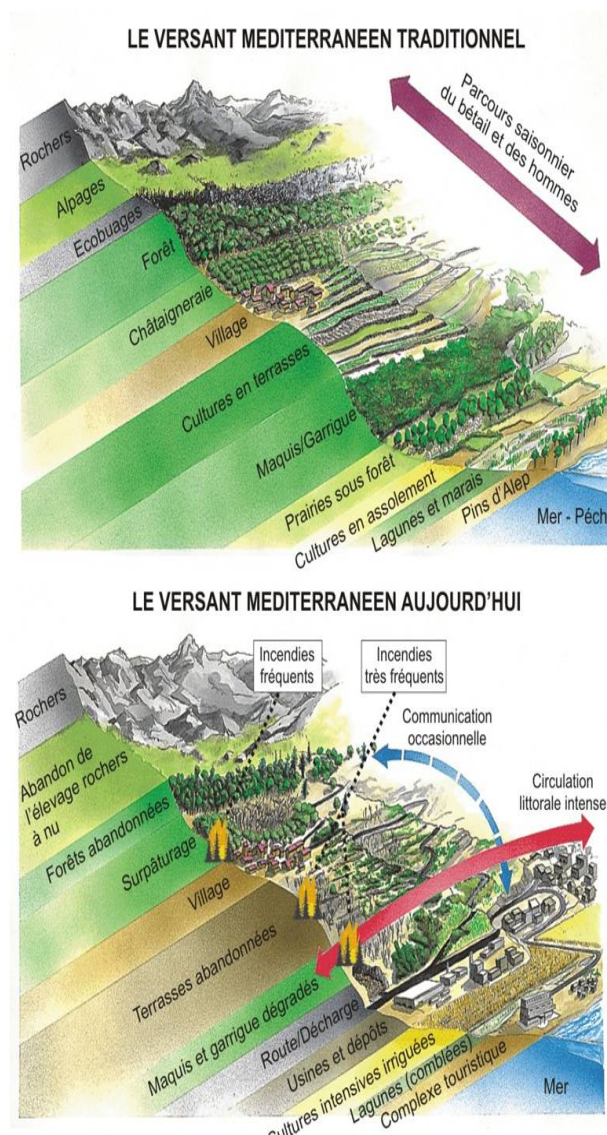


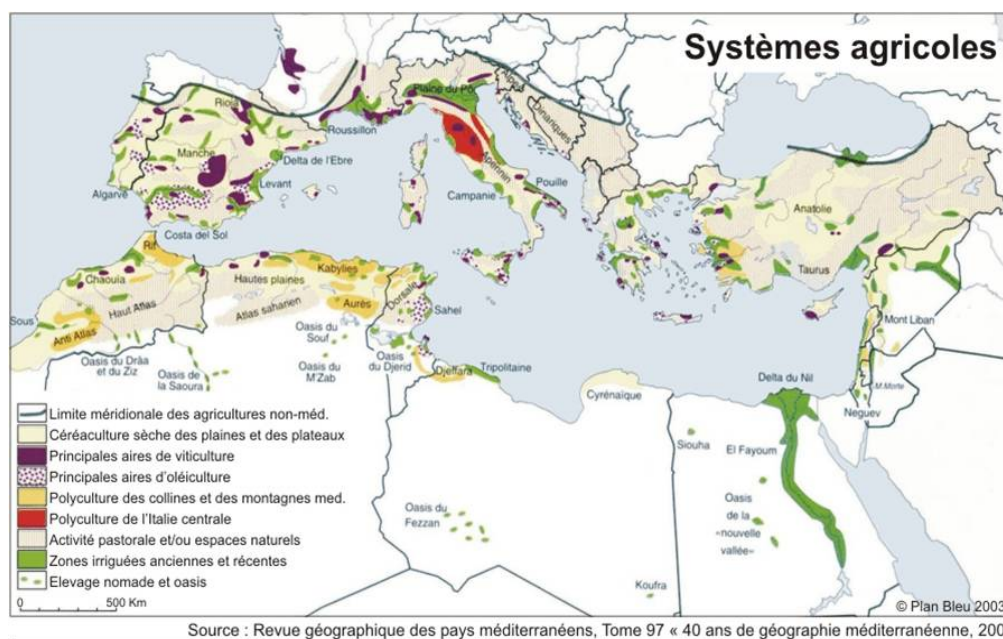
Figure 1 : Littoralisation en Méditerranée
(source : Plan Bleu)

- La fracture Nord/Sud se double de déséquilibres internes majeurs entre les arrière-pays montagneux et arides, marginalisés, et les plaines et littorales convoitées (figure 1).
- Les ressources vitales sont dégradées et menacées. L'eau est surexploitée alors que la population au sud et à l'est va encore s'accroître de près de 100 millions d'habitants en 30 ans et que le changement climatique annonce une réduction de la ressource de près de 20%. Le changement climatique va en outre accroître l'aridité et les risques de sécheresses, alors que les systèmes agro-écologiques sont déjà largement dégradés par la désertification. L'étalement urbain et le développement des infrastructures « consomment » une part toujours croissante des meilleurs sols agricoles des plaines et du littoral.
- La transmission de nombreux savoir-faire est menacée.
- La vulnérabilité aux risques, inondations et feux, s'accroît.
- Les taux de surpoids et d'obésité et la prévalence des maladies qui y sont liées (certains cancers, diabète, maladies cardio-vasculaires) enregistrent une forte augmentation.
- L'économie méditerranéenne paraît fragile dans la mondialisation et sa part relative dans le PIB mondial se réduit alors que celle de sa population se maintient.

La faiblesse de l'innovation, celle des budgets consacrés à la recherche et au développement et une économie demeurée trop « minière » et rentière en sont une cause souvent mise en avant. Bien que mondialement connue par exemple pour la valeur de ses régimes alimentaires, de ses paysages culturels, de sa cuisine et de sa biodiversité, la Méditerranée n'a pas su non plus tirer suffisamment profit de ses atouts. Au lieu de reconnaître la valeur de ses ressources et de ses savoir-faire et d'innover pour en tirer bénéfice dans la mondialisation en intégrant l'environnement, le développement et la culture, la Méditerranée s'est trop souvent contentée de copier des modes de développement, de production, de gestion et de consommation exogènes, standardisés et inadaptés. Si une agriculture irriguée « moderne » a pu être utilement développée, les ressources des arrière-pays n'ont guère été valorisées et la dualité avec l'agriculture traditionnelle s'est creusée. De nombreux jeunes ruraux au Sud ne regardent plus que vers la ville ou vers l'étranger. Le retard de développement d'une grande partie du territoire et le creusement des déséquilibres régionaux limitent les marchés et entravent tout le processus de progrès économique et social.

Ces évolutions sont problématiques notamment pour les rives Sud et Est confrontées à la fois à la forte croissance démographique, à la pauvreté en eau et à de multiples fragilités. Elles accroissent la vulnérabilité au risque d'insécurité alimentaire, dont on a pu mesurer en 2007-2008 toute la gravité potentielle pour la région. Elles contribuent aussi à expliquer les fragilités rurales, socio-économiques et écologiques, dans les pays où les montagnes, les parcours et l'agriculture pluviale occupent une place essentielle, ce qui est le cas de pratiquement tous les pays riverains à l'exception notable de l'Égypte, seul pays dont toute l'agriculture est irriguée. La région se caractérise en effet par la place relativement exceptionnelle de systèmes agro-sylvo-pastoraux complexes (dans lesquels les surfaces naturellement végétalisées, utilisées comme parcours, représentent une ressource essentielle en même temps que par la mosaïque de milieux et de terroirs (figure 2).

Figure 2 Systèmes agricoles et naturels en Méditerranée
(source : revue géographique des pays méditerranéens)



Or, au Sud et à l'Est, les populations agricoles et rurales des arrière-pays pauvres sont en général très nombreuses et les taux d'analphabétisme encore élevés. L'asymétrie Nord/Sud peut aussi se mesurer aux différences d'effectifs dans l'agriculture et aux écarts toujours croissants de productivité : 45% des actifs marocains vivent en effet de l'agriculture contre 3% des actifs français. Un libre échange agricole réciproque pourrait dans ces conditions s'avérer d'autant plus problématique que les autres secteurs de l'économie ne peuvent déjà offrir suffisamment d'emplois pour répondre à l'arrivée massive de jeunes sur le marché du travail, que les possibilités d'émigrer sont infimes et que les villes et les finances publiques ne pourraient pas absorber un exode rural massif. Le défaut de vision euro-méditerranéen et l'insuffisance de politique de développement et de coopération pourraient, dans ces conditions, conduire à des crises et à des instabilités majeures dans certains pays vulnérables.

Face à la raréfaction des ressources naturelles et aux fragilités socio-économiques et écologiques, la Méditerranée est condamnée à des **changements de fond** et à l'**innovation**. Pour maintenir les équilibres urbain/rural, sortir de la pauvreté, réduire les risques systémiques et accroître la résilience de ses systèmes, elle n'a guère d'autres choix que celui de la promotion d'un **développement méditerranéen durable et de qualité**.

La région doit ainsi réorienter ses modes de développement, de gestion, de production et de consommation et apprendre à économiser l'eau, et à tirer profit beaucoup mieux de sa diversité, de toutes ses richesses et des nouvelles opportunités de marché. Ceci peut signifier pour le Sud de nécessaires progrès dans les politiques, institutions et méthodes pour sortir de l'agriculture duale, professionnaliser et structurer la **petite agriculture**, mobiliser les communautés locales et créer des **valeurs ajoutées** pour les groupes concernés ainsi que des **services environnementaux** pour l'ensemble de la société.

Un tel changement implique, pour les pays et les régions rurales concernés, de donner une nouvelle priorité aux « **terroirs** ». L'engagement sur les « **produits** » de **qualité** permettra en effet de valoriser le potentiel méditerranéen, d'améliorer l'accès au marché de la petite agriculture et de créer de la valeur ajoutée captable localement. L'expérience récente de l'Europe méditerranéenne en confirme l'importance puisque le Portugal, l'Espagne, la France, l'Italie et la Grèce, représentent à eux seuls 80% de tous les produits à indication géographique de l'Union européenne. La jeune expérience du Maroc aussi : le pays en a d'ailleurs fait une priorité nationale dans le cadre du Pilier 2 du nouveau *Plan Maroc Vert* et l'engagement, qui n'est pas que national, mais aussi régional et local, est déjà riche de premiers enseignements.

L'enjeu des terroirs va cependant bien au-delà des produits. Sont aussi en jeu la gestion durable des ressources naturelles et des écosystèmes, la promotion d'une alimentation de santé et la mise en dynamique globale de territoires ruraux, y compris par de nouvelles synergies entre l'agriculture, l'artisanat et le tourisme. Les terroirs, par leurs produits et services, sont donc une porte d'entrée pour un **développement territorial durable** de systèmes agro-écologiques et de nombre de petites régions rurales.

C'est ainsi tout un volet de la problématique de la relation entre monde méditerranéen et développement durable que la question des terroirs peut venir ainsi interroger.

III. LES TERROIRS ET LES IDENTIFICATIONS GEOGRAPHIQUES : CONCEPTS, ENJEUX ET DEBATS INTERNATIONAUX

1. UN INTERET ET UN ENGAGEMENT INTERNATIONAL CROISSANTS

Les « terroirs » sont-ils importants dans notre monde moderne et pour notre avenir ? S'ils peuvent susciter de la sympathie, ils restent pour beaucoup un simple réservoir de traditions, associé à des produits de « niche » d'importance somme toute très secondaire.

Cependant, en ce début de 21^{ème} siècle, un nombre toujours croissant de territoires et d'acteurs - des gouvernements, des autorités locales et des communautés, des consommateurs, des agriculteurs, des restaurateurs, certaines grandes entreprises, des personnalités indépendantes, des scientifiques, des ONG, des institutions internationales - considèrent les « **terroirs** » et les produits à « **identifications géographiques** » (IG, qu'il s'agisse d'IGP ou d'AOP, voir définitions ci-dessous) comme des questions d'importance stratégique.

Encadré 1. Définitions des IGP et AOP (définitions de l'Union européenne)

AOP Appellation d'origine protégée	IGP Identification géographique protégée
Nom d'une aire géographique (lieu, région) qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire	
dont <u>la</u> qualité ou les caractères sont dus <u>essentiellement ou exclusivement</u> au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains	dont <u>une</u> qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique.
et dont la production, <u>et</u> la transformation <u>et</u> l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée	et dont la production <u>et/ou</u> la transformation <u>et/ou</u> l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée

Suivant l'exemple de la France (pionnière depuis 1 siècle des politiques de valorisation et de protection), de l'Europe du Sud, puis de l'UE, des **Etats** en nombre croissant prennent des mesures pour promouvoir et protéger leurs produits de terroirs. Ainsi par exemple :

- Le Costa Rica, la Colombie, l'Ethiopie l'Indonésie, la République dominicaine et certains Etats du Brésil ont été pionniers pour faire respecter l'origine de leurs cafés (chaque région de production est un « cru »).
- De grands pays asiatiques comme la Chine et l'Inde ont mis en place des systèmes importants de promotion et de reconnaissance des identifications géographiques.
- L'Inde protège son riz basmati et le thé darjeeling, la Jamaïque son café « blue mountain », le Sri Lanka son « thé de Ceylan », le Kenya son « café Gethumbwini ».
- Le Maroc considère les produits et les dynamiques de terroirs comme d'importance majeure pour le Pilier II du Plan Maroc Vert (sa nouvelle stratégie agricole) dédié au développement solidaire de la petite agriculture. Deux nouvelles divisions de son administration centrale ont été créées pour s'occuper respectivement de la labellisation et du développement des produits de terroirs. Il a déjà fait en 2009 de l'huile d'argan sa première IGP (indication géographique protégée) et d'une huile d'olive locale (l'huile de Tyout Chiadma) sa première AOP (appellation d'origine protégée), et d'autres produits sont venus les rejoindre en 2010.

Des **collectivités territoriales et acteurs des terroirs**, premiers intéressés, sont aussi mobilisés. Au Nord comme au Sud, de nombreuses régions, provinces, professionnels, communautés et groupes d'acteurs s'engagent pour la défense, la valorisation et la promotion de leurs terroirs. De multiples actions de *coopération décentralisée* appuient des dynamiques régionales et locales dans les pays du Sud.

Des **personnes de progrès** - agriculteurs, agronomes, sociologues, géographes, érudits locaux, consommateurs avertis, personnalités de diverses origines,..., créent des mouvements pour les terroirs ou pour leurs produits avec un succès croissant. Ces mouvements sont locaux, régionaux, mais aussi internationaux. C'est le cas notamment de :

- *Slowfood*, mouvement international créé en Italie en 1986. *Slowfood* regroupe plus de 100.000 membres, s'oppose aux effets dégradants de l'industrie et de la culture 'fast-food' qui standardisent les goûts. Il promeut le goût, les cultures locales et une agriculture capable de préserver la biodiversité et d'offrir des perspectives pour les régions les plus pauvres.
- La dynamique « *Planète Terroirs* », mouvement international initié en France en 2003, par l'association *Terroirs et Cultures*. *Planète Terroirs* œuvre pour la reconnaissance, la promotion et la valorisation des terroirs, des biens et des services de terroirs dans le monde, mobilise un réseau important d'experts et d'institutions de recherche et développement et organise tous les 2 ans un Forum international. Des institutions françaises de recherche ou de développement telles que le CNRS, l'INRA, l'INAO, le CEMAGREF¹ ne cessent d'enrichir la réflexion scientifique.

Les terroirs et les indications géographiques sont aussi une affaire importante pour plusieurs **institutions internationales**:

- Qui dit terroir dit avant tout pluralité, diversité et résilience face aux aspects réducteurs d'un certain mode de développement. L'UNESCO, défenseur des cultures et de la diversité, est donc en première ligne pour soutenir le concept de terroirs et le mouvement *Planète Terroirs*. Elle considère les terroirs comme l'un des foyers sur lesquels nous pouvons renouveler notre rapport à la planète et l'un des laboratoires de ces nouvelles sociétés du savoir à même de jouer un rôle essentiel pour contribuer à restaurer le crédit de la science auprès du public. Elle préconise ainsi de placer la réciprocité et l'échange au cœur des relations entre mondes agricole et scientifique.
- Le FIDA (fonds international pour le développement agricole), l'ICARDA (International Center for Agricultural Research in the Dry Areas) et des institutions des Nations Unies soutiennent des approches terroirs pour promouvoir une agriculture durable et réduire la désertification. Ils expérimentent en Tunisie, Syrie, Jordanie, Madagascar, Mauritanie, Mali, Guinée,..., des modes de gestion concertée des terroirs villageois par les communautés locales s'appuyant sur des lectures socio-foncieres permettant de clarifier les modes d'occupation agricole et pastorale, les droits fonciers et les droits d'usage.
- L'OMPI (organisation mondiale de la propriété intellectuelle) et l'OMC (organisation mondiale du commerce) offrent un cadre de négociation pour les indications géographiques, un sujet, on le verra plus loin, de dispute majeure dans les négociations relatives à la concurrence et à la régulation, ce qui en dit long sur son importance stratégique.
- La FAO a publié en 2009 un guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables² et elle appuie certains pays dans la mise en œuvre de leur politique de produits de terroirs.

Ainsi, à la mondialisation qui uniformise et standardise, se surajoute une mondialisation de la différenciation ; à l'affirmation du global, répond aussi une affirmation du local.

L'avenir aurait-il donc besoin des terroirs ?

¹CNRS : Centre national de la recherche scientifique, INRA : institut national de la recherche agronomique, INAO : institut national de l'origine et de la qualité, CEMAGREF : Institut de recherche pour l'ingénierie en agriculture et en environnement.

² « Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité »

2. POURQUOI UNE TELLE MOBILISATION ? LES ATOUTS ET LES ENJEUX DES TERROIRS

Cette mobilisation croissante peut s'expliquer par au moins 4 grandes raisons.

2.1 LA REUSSITE ECONOMIQUE DES PRODUITS DE TERROIRS

Les produits de terroirs ont pour eux trois atouts qui contribuent à leur réussite économique.

LA DEMANDE IMPORTANTE ET CROISSANTE DES MARCHES.

L'expérience française montre que les produits à *indication géographique* (IGP, AOP), peuvent représenter des volumes significatifs (26 milliards €, 20% du total du marché) avec des progressions nettement supérieures (5 à 10% par an) aux produits de masse (produits « génériques »).

Tableau 1. Le marché alimentaire français en 2004

Type de marché	Chiffre d'affaires (milliards euros)	Répartition	Taux annuels de croissance
Marché de masse	97	75%	0-1 %
Marché des produits-santé	6	5%	15-20 %
Marché des produits à IG	26	20%	5-10 %
Total	129	100%	1-2%

Source : Rastoin, 2007, d'après Lagrange, IRQA, 2003INAO, CERQUA, CEPRAL, Agence Bio, INSEE

Encore ne sont pas inclus dans ces chiffres les produits de terroirs autres que ceux à IG. Or ceux-ci représentent des marchés significatifs et souvent croissants. De nombreux produits locaux vendus sur les marchés de proximité sont en effet des « produits de terroirs » qui n'ont certes pas besoin d'identification géographique protégée pour exister et prospérer. Les consommateurs savent les apprécier et ont confiance et les producteurs n'ont donc pas besoin de certifications officielles qui coûtent cher. Le succès croissant des AMAP (associations pour le maintien d'une agriculture paysanne) et des « *paniers hebdomadaires* » pour fournir les consommateurs urbains de légumes de proximité et de saison, peut d'ailleurs être signalé : près de 10% des marseillais y ont aujourd'hui recours.

La grande distribution apporte aussi sa contribution spécifique. Ainsi, « *Reflets de France* », première marque de distributeur consacrée aux terroirs, créée en 1997 par le groupe Carrefour, a vu ses marchés décupler en 10 ans. Avec plus de 300 produits pour un chiffre d'affaires de 320 millions d'euros en 2006, elle est devenue une des 30 premières marques vendues en France.

DES PRODUITS NON DÉLOCALISABLES

Les produits de terroir ont un immense atout au plan de l'économie : ils ne peuvent être délocalisés. Ainsi, tout investissement les concernant est de l'intérêt à long terme du territoire concerné. Leur valorisation permet donc une

accumulation durable pour les acteurs du territoire considéré, pour les ressources naturelles spécifiques à ce territoire et pour le territoire lui-même.

DES PRIX NETTEMENT SUPERIEURS AUX PRIX STANDARDS

Le lait pour des produits à IG (indications géographiques) est payé 15% plus cher en moyenne en France permettant des revenus majorés de 14% pour leurs producteurs. L'avantage de prix est de 51% pour huile d'olive de Nyons.

Cependant, les réussites sont très inégales. Des études récentes montrent que les produits à forte typicité, qui correspondent effectivement à des « terroirs » au vrai sens du terme, portés par des acteurs professionnels locaux bien organisés, ont le plus grand succès. Ainsi les producteurs de fromages AOP au lait cru traversent sans problèmes la crise actuelle du lait. L'exigence dans l'authenticité, la qualité du produit, les capacités de l'organe de gestion professionnelle sont des assurances de succès.

2.2 LA NECESSITE DE PROTEGER LES PRODUITS DE TERROIR CONTRE LEUR SUCCES

Si les produits de terroir se vendent plus cher, c'est qu'ils disposent d'une certaine qualité et d'une certaine réputation. La réputation crée de la valeur ajoutée mais elle suscite aussi des convoitises et des risques d'usurpation, de contrefaçons et de trafics en tous genres. Ainsi des produits peuvent être dénaturés, falsifiés, copiés, aux dépens des producteurs et des territoires responsables et, *in fine*, des consommateurs ; et les réputations détruites.

L'usurpation est un risque majeur : les producteurs des bassins agricoles traditionnels découvrent souvent avec étonnement que de grandes entreprises d'autres pays ou de leur propre pays, sans aucun lien avec leur terroir, n'hésitent pas à vouloir s'en approprier le nom par des marques pour bénéficier de façon indue d'une réputation construite avec le temps, fruit de beaucoup d'efforts collectifs. Le risque de trafics et de falsifications en est un autre : le succès ces dernières années de l'huile d'argan a pu en générer.

Ces dérives nécessitent des réponses juridiques fortes : les produits doivent être protégés et les consommateurs rassurés. La protection peut avoir aussi un grand avantage : celle d'une plus juste répartition de la valeur ajoutée dans la filière, au bénéfice du terroir et de ses acteurs.

Des politiques publiques sont donc nécessaires pour labelliser non pas seulement une « *provenance* » mais bien une « *origine* ».

Encadré 2. Provenance et origine

L'origine est bien plus qu'une provenance : elle indique aussi une qualité, une authenticité, certaines caractéristiques dans les modes de production, de transformation et d'élaboration. L'origine est donc à rattacher au concept de « terroir ».

Les Etats et les acteurs des filières/territoires sont donc amenés, pour contrer les risques, à s'engager bien davantage dans des politiques de terroirs et de labellisation.

2.3 LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Les différences de prix entre produits d'origine et produits génériques montrent que l'homme est un être de culture. La qualité, le goût, le plaisir, la gastronomie, la nature, le beau, le ressourcement, une alimentation de santé, etc, sont des choses qui comptent. Et le consommateur peut avoir aussi envie de soutenir, par ses achats, des petits producteurs locaux, des entreprises et des territoires qui ont su, dans le monde global, maintenir une qualité et une authenticité. L'urbanisation et la littoralisation galopantes et la perte de repères qui en résulte ainsi que les effets destructeurs de la mondialisation sur la culture, l'environnement et la petite agriculture, renforcent bien entendu les prises de consciences et le désir d'engagement.

Nombre de consommateurs entendent ainsi donner du « sens » à leur vie et à ce qu'ils achètent : les *valeurs sensorielles, émotionnelles, culturelles, esthétiques et éthiques* peuvent faire la moitié du prix des produits et des services !

En achetant et en consommant un « *produit d'origine* », le consommateur pénètre également dans un petit morceau de la planète qu'il peut imaginer avec ses paysages, ses hommes et ses femmes, son architecture, ses savoir-faire, productifs et culinaires, ses fêtes, etc. Il soutient ainsi, par son achat, le résultat d'un long processus d'interaction entre une communauté et un milieu, c'est-à-dire un « terroir ».

Le terroir et la demande du consommateur ne se limitent pas aux produits alimentaires : le terroir, ce sont aussi des produits artisanaux et des services, notamment touristiques. Le développement remarquable du tourisme rural (dont l'agro-tourisme) dans certains pays, notamment l'Italie et la France en témoigne, et son essor, au Maroc, est à souligner.

La demande de services est aussi environnementale : les consommateurs des terroirs savent apprécier un paysage et un environnement de qualité et ils peuvent vouloir soutenir une agriculture qui contribue à maintenir la biodiversité et des paysages culturels de qualité, ou à conserver les eaux et les sols et à réduire les risques de feux et d'inondations.

2.4 L'IMPORTANCE STRATEGIQUE DES TERROIRS ET DE L'ORIGINE POUR LA PETITE AGRICULTURE, POUR LES REGIONS LES PLUS PAUVRES ET POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT RURAL

La demande croissante des consommateurs et des marchés, le caractère non délocalisable des produits et services de terroir et les valeurs ajoutées générées se conjuguent pour permettre à certaines régions rurales difficiles et à leur petite agriculture, qui semblaient condamnées au déclin ou au traitement social du fait de leur « handicap permanent », de retrouver une dynamique, un projet, une prospérité, une fierté.

Les cahiers des charges des IG imposent que la production et/ou la transformation et/ou le conditionnement s'effectuent sur le terroir délimité : ils permettent ainsi presque toujours une *répartition beaucoup plus équitable de la valeur ajoutée*, au bénéfice des acteurs du terroir et du terroir lui-même. Les produits d'origine ont aussi le grand avantage de permettre une *offre d'emplois nombreux et valorisants*. L'expérience française confirme l'importance des produits à IG pour le développement rural (encadré 3).

L'exemple de l'Aubrac (encadré 4), qui a servi de cadre et d'illustration aux travaux du 1^{er} Forum international *Planète Terroirs*, et celui d'autres petites régions comparables est révélateur des retournements historiques possibles dans certaines régions de montagnes qui n'ont pas pour elles les ressources du ski alpin ou de l'industrie lourde. Ces retournements peuvent permettre l'émergence de « *panier de biens et de services* » avec à la clef des gains multiples possibles.

Les « *approches terroirs* » et les produits d'origine sont donc considérés comme d'une importance stratégique pour le *développement rural* et pour l'*aménagement du territoire* (maintien des équilibres urbain/rural).

Encadré 3. Les IG en France : un outil de développement rural

Les AO et les IG, reflets de la diversité naturelle, culturelle et agricole, sont devenus des outils majeurs du développement, y compris dans les zones rurales isolées. La reconnaissance des lieux comme porteurs de valeurs (IGP ou AOP) et l'intelligence des dynamiques locales permettent en effet de générer d'importantes plus values et services environnementaux. En France on compte au total 80 IGP pour un chiffre d'affaire de 1 milliard € et 25.000 producteurs, 48 AOC laitières (22000 producteurs, 440 transformateurs et 180 affineurs et un C.A de 2 milliards), et 39 AOC agro-alimentaires (13500 producteurs et 0,2 milliard).

Ce développement peut profiter à de très petites exploitations à l'exemple de l'oignon doux des Cévennes (130 producteurs qui exploitent 41 ha de terrasses), du piment d'Espelette produit par des femmes rurales du Pays Basque (depuis le passage en AOC en 1997, le nombre de producteurs est passé de 30 à 90 et 6 PME ont été créées) ou de l'huile d'olive de Nyons. Il permet aussi de donner une rentabilité à des produits de haute montagne (l'AOC brebis Barèges Gavarnie est élevée en estive sur pâturages collectifs entre 1600 et 2600 m et le bœuf Fin gras du Mezenc au dessus de 1100 m) et d'accroître le prix de vente de souvent plus de 30% ce qui permet de revitaliser des territoires entiers (Roquefort, Nyons), protéger la biodiversité, réduire la consommation de produits phytosanitaires et, par l'entretien des parcours, maintenir la qualité des paysages et réduire le risque d'incendie (exemple du fromage de chèvre Pélardon des Cévennes)

Encadré 4. L'Aubrac : un exemple de renouveau par le terroir, un « panier de biens et de services »

« Pays où les rigueurs de l'existence en montagne, la cohérence des pratiques, le caractère profond d'une forme de civilisation ancestrale, le respect des valeurs, ont forgé le sens du travail, de l'hospitalité et de l'accueil » (A Valadier), l'Aubrac, plateau d'altitude enclavé et isolé par la neige l'hiver, est située au carrefour du Cantal, de la Lozère et de l'Aveyron et de 3 régions (Languedoc, Midi-Pyrénées, Auvergne). L'Aubrac est aussi le nom d'une race bovine connue pour son adaptation à la montagne et pour la qualité de sa viande. La région dans les années 1960 se meurt : la tentative d'adoption du modèle productiviste (vaches holstein, ensilage, engrais,) n'y peut rien : les jeunes émigrent, l'Aubrac n'est pas une région compétitive sur le marché agricole « moderne ».

Cependant, 50 années après, le prix du lait est le double du prix moyen en France, la production de fromage de Laguiole est revenue à 700 tonnes contre 25 tonnes, la coopérative « jeune montagne » qui produit fromage de Laguiole et aligot a créé 80 emplois nouveaux, le troupeau de vache mère de race pure Aubrac est de 150.000 têtes contre 18.000 en 1978, l'aligot, plat traditionnel à base de fromage et pomme de terre, est vendu dans toute la France en frais sous barquette et en surgelé, avec une croissance de marché de 20% par an, le couteau de Laguiole qui valorise le 5^{ème} quartier emploie 200 personnes contre 3 en 1980. La maison de l'Aubrac, qui reçoit 94.000 visiteurs par an, les nombreux gîtes ruraux, maisons et chambres d'hôtes, les événements festifs, une restauration de haute qualité (la région compte un des rares restaurants 3* du guide Michelin), la reconnaissance de l'Aubrac comme « *site remarquable du goût* » et de Laguiole comme « *ville gourmande 2001* » ajoutent à l'attractivité territoriale et à la dynamique culturelle, économique et sociale. Les élus et socioprofessionnels sollicitent actuellement les 3 régions concernées pour la création d'un parc naturel régional.

Ce magnifique succès a été permis par quelques hommes de progrès qui ont pu, localement, initier une nouvelle dynamique, impulsée par une recherche coopérative pluridisciplinaire. Les études réalisées en

2007 par le CEMAGREF (institut de recherche pour l'ingénierie de l'agriculture et de l'environnement) ont montré depuis que produits et services du terroir se valorisent mutuellement malgré un processus d'achat séparé. Si l'agriculture et les produits de qualité ont été les éléments pilotes du « *panier de biens et de services* » territorial, les restaurateurs ont permis d'en renforcer la valeur et la diffusion en mettant en partage une culture alimentaire et une gastronomie territorialisées.

UN ENJEU POUR LES PAYS EN DEVELOPPEMENT

Ce qui vaut pour les régions rurales difficiles des pays industrialisés de l'Europe méditerranéenne vaut sans doute encore bien davantage pour celles des pays en développement et en transition dont les nombreuses populations rurales pauvres des montagnes et des zones arides doivent pouvoir trouver de nouveaux horizons économiques, sociaux et culturels pour s'inscrire avec succès dans la mondialisation plutôt que d'en devenir les principales victimes.

Ces régions rurales marginalisées très peuplées sont aussi souvent confrontées à des problèmes graves de dégradation environnementale, notamment des collectifs et des forêts. Face à l'échec des politiques technicistes de lutte contre la désertification, les « *approches terroirs* » tendent à s'imposer comme des alternatives nécessaires pour responsabiliser les communautés, restaurer localement les systèmes de production et produire des services importants pour les populations et pour les économies situées en aval (conservation de l'eau et des sols, « production » d'eau, réduction de la vulnérabilité aux inondations, gestion durable de paysages culturels de qualité,...) au bénéfice de l'ensemble des collectivités nationales. Ces approches invitent à la compréhension et à la reconnaissance des usages socio-fonciers des terroirs des communautés et à la contractualisation de plans de gestion négociés, accompagnés le cas échéant de *paiements pour services environnementaux*.

Les enjeux des terroirs et des identifications géographiques, on le sait au Maroc comme en Turquie, en Inde ou en Chine, sont considérables car le poids et la vulnérabilité de la petite agriculture et des zones difficiles sont majeures, et le défi à relever immense. C'est celui de la professionnalisation de centaines de millions de paysans, de la création de valeur ajoutée et de la gestion durable des ressources naturelles. Il en va à la fois de la durabilité environnementale, des équilibres urbains, du devenir des finances publiques, de la sécurité alimentaire et de la stabilité future, et donc aussi d'une réussite ou d'un échec de la transition économique et sociale.

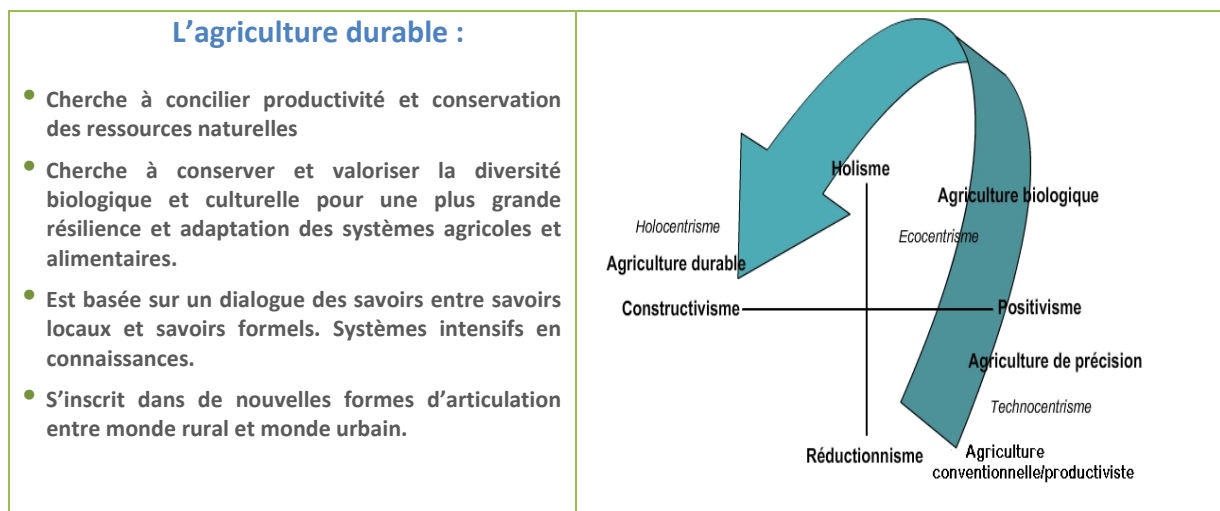
UN ENJEU GLOBAL DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Les terroirs peuvent être aussi l'occasion d'un maintien (et de la production) de la diversité, et de renouveau culturel et scientifique, et leur contribution à la sécurité alimentaire quantitative et qualitative (alimentation de santé) est très importante. Producteurs de *biens publics*, les terroirs sont ainsi placés au cœur des questions de « *développement durable* ». Cette contribution, déjà importante, pourrait s'accroître car la montée structurelle annoncée des prix du pétrole et des engrais et pesticides et la difficulté croissante qu'auront les industriels de l'industrie chimique à mettre sur le marché de nouvelles molécules efficaces pourraient bien venir réinterroger le modèle agro-industriel actuellement dominant et les paradigmes qui l'ont fondé.

Ainsi plusieurs chercheurs éminents plaident pour une nouvelle double rencontre entre agronomie et écologie, comme entre savoirs formels et savoirs locaux, pour produire « *plus et mieux* » en mettant à profit les potentialités productives de chaque système agro-écologique, de chaque terroir. Ils invitent ainsi à promouvoir une « *révolution doublement verte* », une « *agriculture productive à haute valeur environnementale* » (on parle aussi d'« *intensification écologique* ») et une « *agronomie intégrale* ». Une telle agriculture suppose d'agir au-delà de la seule exploitation, à l'échelle du « *paysage* », et de mettre à profit la diversité culturelle et naturelle. Il s'agit là, pour l'agriculture, d'un possible changement nécessaire de paradigme vers une agriculture « durable » (figure 3). L'agriculture de terroirs, capable, mieux

que d'autres, de mettre à profit les capacités productives des écosystèmes, pourrait donc devenir une clef majeure de la future sécurité alimentaire mondiale.

Figure 3. Agriculture durable : le déplacement de paradigme d'une vision réductionniste vers une vision holistique



(Source : présentation de G Calvo à la réunion UNESCO pour le forum Planète Terroirs de Chefchaouen, Rabat, 2009)

Les raisons qui, au Nord comme au Sud, donnent de l'actualité aux terroirs, ne manquent donc pas et elles expliquent les mobilisations croissantes. Les différences de situation démographique et économique entre « Nord » et « Sud » imposent cependant des **voies de cheminement différencié**. Il ne s'agit pas seulement, pour les pays du Sud, de savoir réussir des « sauts », il faut aussi trouver des voies de développement et de gestion et valorisation des ressources, adaptées à leurs atouts et à leurs contraintes démographiques et écologiques. Les terroirs du Sud ont notamment souvent pour eux une richesse en biodiversité et en main d'œuvre familiale et des communautés encore solidaires. L'importance des concepts de « services environnementaux » et de « biens publics », sont à souligner et de nouveaux équilibres seront à trouver entre productions vivrières et productions de marché.

3. LE DEBAT MONDIAL SUR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES : UNE CONFRONTATION EN APPARENCE DE DEUX VISIONS POUR LE MONDE³

3.1 LES PRODUITS D'ORIGINE : DES « BIENS PUBLICS »

Nos sociétés produisent et consomment 2 grands types de produits : des produits « génériques » et des produits « d'origine » : leurs défenseurs respectifs s'affrontent durement dans le débat et dans la négociation internationale relatifs à la concurrence et à la régulation.

Le débat est vif car, au-delà des enjeux commerciaux à court et moyen terme, se confrontent au fond 2 visions différentes pour le monde qui interpellent bien au-delà des seuls aspects de commerce. D'un côté, des pays « neufs » et de grandes multinationales ont fait leur puissance sur les produits génériques et en ont la culture : primauté est donnée au bien privé (la marque, le brevet) et à un libre échange sans prise en compte de l'origine ni des procédés et méthodes de production. De l'autre, un nombre croissant de pays de vieille histoire et de vieille civilisation et des communautés locales de ces pays entendent protéger leurs produits d'origine pour des raisons qui ne sont pas seulement économiques mais aussi

³Ce chapitre s'appuie largement sur le livre « Le goût de l'origine » récemment publié (INAO et SOPEXA).

culturelles, écologiques, sociales et d'aménagement du territoire (équilibre urbain/rural). Sans protections en effet, les imitations se multiplient, les réputations se détruisent et des savoir-faire (productifs, culinaires,...), des produits de qualité, des territoires et des environnements, fragiles et uniques, sont mis en péril. Or, ces *produits d'origine*, fruits d'une longue interaction entre nature et culture, relèvent de *savoir-faire collectifs*. Les savoir-faire, mais aussi par exemple le patrimoine génétique local, appartiennent ainsi à la fois à chacun et à la communauté, au territoire : il s'agit donc de « **biens publics** ».

Ainsi, au paradigme du libre échange - *la non discrimination* – (laquelle n'est pas, loin s'en faut, exclusive d'inégalités) s'oppose celui de l'environnement et de la culture : la nécessaire reconnaissance et protection des *biens publics, globaux, régionaux et locaux* (*chaque situation peut nécessiter une réponse appropriée*), lesquels peuvent justifier une certaine « discrimination » et des régulations.

3.2 LES PRODUITS D'ORIGINE : LA NECESSITE DE POLITIQUES INNOVANTES

Fruits de mises en valeur patientes et adaptées à chaque lieu, de variétés ou de savoir-faire et de réussites commerciales, les « *productions d'origine* », toujours issues de productions d'abord vivrières, ont souvent un passé pluriséculaire. Dès l'antiquité égyptienne, phénicienne, grecque et romaine, le développement du commerce et des civilisations méditerranéennes conduit à s'intéresser à l'origine des aliments. Celle-ci devient source de prestige et de mythes et, déjà, objet d'usurpations ou de contrefaçons. Ainsi Galien peut-il remarquer que les exportations de miel des Cyclades, de vin de Falerne et de persil de Macédoine sont curieusement bien supérieures à la production des aires concernées.

LA FRANCE, PAYS PIONNIER

Le Moyen Age conserve un intérêt pour l'origine puisqu'au 13^{ème} siècle le Comté ou le Parmegiano sont reconnus et protégés. Cependant, après des siècles de régulations locales par les corporations, les péages, etc, la phase libérale introduite en France par la révolution de 1789, la suppression des « privilèges » et le primat absolu donné à l'initiative individuelle puis au libre échange conduisent à la fin du 19^{ème} siècle à une uniformisation menaçante et à la crise dans de nombreuses régions rurales. La France va alors innover, non sans tâtonnements, crises et lois successives (lois de 1905, de 1919, de 1920, de 1919 sur le champagne, de 1925 sur le roquefort) : elle sera en 1935, grâce à M. Joseph Capus, un agronome devenu sénateur, le premier pays à instaurer un cadre national rationnel et visionnaire pour défendre et promouvoir l'origine.

L'adoption en 1935 du décret-loi sur les AOC (appellations d'origine contrôlée) structure en effet leur reconnaissance sur quatre principes fondamentaux toujours d'actualité :

- La *définition d'une aire et de conditions de productions* pour maintenir la qualité née des usages, des facteurs naturels et des savoir-faire. Ce n'est donc plus la *provenance* qui est défendue mais bien l'*origine*, c'est-à-dire une provenance assortie d'exigences sur la qualité, la réputation et les caractéristiques du produit, en bref un « terroir ».
- Des *contrôles*.
- La *création d'une institution* composée de membres de la profession, de personnalités qualifiées et de représentants des administrations, seule à même de décider, sous l'autorité de l'Etat, des conditions de production. Cette institution, devenue en 1947 l'INAO (Institut national des appellations d'origine, aujourd'hui Institut national de l'origine et de la qualité), a vu, depuis, son champ de compétences élargi à l'ensemble des produits à signes d'origine et de qualité.
- Une *gestion collective* obligatoire de l'appellation, par un syndicat local de défense du produit, aujourd'hui appelé *organe de défense et de gestion* (ODG) et regroupant les acteurs de la filière/territoire.

UN EXEMPLE SUIVI PAR L'UNION EUROPEENNE

Le 14 juillet 1992, un accord est trouvé au niveau de l'UE grâce à un compromis : aux AOP (appellations d'origine protégée) s'ajoute la nouvelle catégorie des IGP (indications géographiques protégées). Celle-ci permet de protéger des produits de terroir qui, à l'exemple du scotch whisky (obtenu en Ecosse à partir d'orge maltée importée), ne peuvent

répondre aux exigences des AOP et dont la protection suppose par conséquent des cahiers des charges moins exigeants (voir plus haut la définition officielle des AOP et IGP).

La réforme de 2003 du règlement européen permettra ensuite d'établir une réciprocité dans les procédures avec le droit international. Ainsi, l'UE reconnaît-elle aujourd'hui le thé darjeeling de l'Inde, et elle pourra reconnaître demain, l'IGP Argane du Maroc. Il reste cependant encore du chemin à parcourir pour établir réciprocité et transparence, notamment par l'accréditation mondiale des organismes certificateurs.

3.3 LA MOBILISATION INTERNATIONALE ET LE DEBAT MONDIAL SUR LES IG

LA MOBILISATION INTERNATIONALE

Au niveau mondial, plusieurs initiatives ont été prises en faveur des IG. Ainsi, la convention de Stresa sur les fromages (1951) puis l'arrangement de Lisbonne (1958) définissent les appellations d'origine. Signées cependant par seulement 7 et 22 pays, leur portée demeure relative. L'OMPI (organisation mondiale de la propriété intellectuelle) dans les années 1970 prend ensuite l'initiative de proposer un traité pour ouvrir le bénéfice des IG aux pays en développement, malheureusement sans succès.

C'est finalement au niveau de l'OMC (organisation mondiale du commerce), créée en 1994 à Marrakech, que le débat et la négociation internationale reprennent. Les négociations, épineuses, permettent d'aboutir à l'accord ADEPIC qui reconnaît la légitimité de la protection des IG (indications géographiques, y compris les AO). Cet accord est d'une importance fondamentale car il est le seul véritable contrepoids à l'uniformisation des marchandises qu'entraînera l'application de l'accord sur les obstacles techniques au commerce (OTC) également adopté à l'OMC.

L'accord ADEPIC, résultat d'un compromis difficile, est cependant loin de satisfaire les partisans des IG. Il permet en effet de protéger efficacement les seuls vins et spiritueux sous IG pour lesquels toute usurpation de nom est condamnée dans tout Etat membre sans que la preuve du préjudice doive être administrée. Pour les autres produits, la protection demeure faible : elle n'a rien d'automatique et elle peut nécessiter des démarches fort coûteuses, fastidieuses et aux résultats incertains. L'article 22 de l'accord stipule en effet, pour ces produits, que des marques contenant une indication géographique peuvent être invalidées si « l'utilisation de cette indication dans la marque est susceptible d'introduire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine ». Le plaignant doit donc prouver devant le tribunal du pays où le cas se produit que le consommateur est trompé.

L'UE milite par conséquent pour l'établissement d'un registre international avec force obligatoire pour tous les produits sous IG, c'est-à-dire qu'elle demande l'extension de la protection forte accordée aux vins à tous les autres produits. Elle voit naturellement s'opposer à elle les pays du groupe de Cairns (Etats Unis, Australie, Nouvelle Zélande, Argentine...), lesquels, de leur côté, essaient de donner un caractère générique aux produits qui les intéressent (ex le parmesan) par le biais d'autres accords internationaux, notamment à travers le *Codex alimentarius*.

Quant aux pays en développement et transition, un nombre toujours croissant d'entre eux perçoit maintenant l'importance des IG pour leur développement et ils en deviennent des promoteurs et des défenseurs actifs.

Ainsi par exemple :

- les 5 pays de l'accord de Carthagène (Bolivie, Equateur, Colombie, Pérou, Venezuela) ont adopté dès 1993 une résolution sur les IG, exemples suivis depuis par nombre de pays méditerranéens (Turquie, Tunisie, Maroc,...) et asiatiques (Inde, Chine, Vietnam, Cambodge,...).
- Plusieurs pays africains, sud américains et asiatiques ont soutenu la création de l'association ORIGIN (organization for an international geographical indications network) créée parallèlement aux négociations à l'OMC. ORIGIN regroupe aujourd'hui plus de 80 organisations de producteurs originaires de 30 Etats, soit environ 2 millions de personnes. Elle s'est donné 2 objectifs principaux : militer pour une protection plus efficace et plus

poussée des IG aux niveaux national, régional et international, et promouvoir les IG comme instrument de développement durable et de protection des pratiques et savoirs locaux.

LE DEBAT ENTRE ADVERSAIRES ET PARTISANS DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

Les points de débat peuvent être résumés comme suit⁴.

Encadré 5. Adversaires et partisans des IG : les arguments de la dispute internationale

	Adversaires des IG	Partisans des IG
Philosophie et droit	Chaque entreprise doit pouvoir utiliser en toute liberté un nom géographique à moins qu'il ne soit déjà utilisé par une marque	La propriété individuelle sur les IG ressort du droit public qui garantit une égalité de traitement et joue quel que soit le pays (riche ou pauvre) et le produit. L'équité demande que tous les produits bénéficient du niveau de protection des vins.
IG et développement	Les IG sont une entrave au libre commerce et empêchent des noms de devenir génériques	Les IG sont un moyen pour nombre de pays en développement et régions défavorisées d'accéder au marché et de fixer les populations rurales. Les brevets et marques demandent de lourds investissements en recherche et développement inaccessibles à la petite agriculture.
IG contre marques privées ?	« Les IG tuent les marques » et la coexistence est néfaste. Elle crée de la confusion chez le consommateur	IG et marques ne sont pas concurrentes mais complémentaires. Les IG protègent un produit et un patrimoine collectif mis en marché par des entreprises pouvant utiliser des marques. La coexistence fonctionne bien (ex du champagne ou du cognac) et améliore l'information du consommateur. Les IG permettent à des petits producteurs et PME d'accéder à un outil de protection et de promotion qui leur serait sinon inaccessible.
Une coûteuse bureaucratie ?	Un système multinational d'enregistrement et de protection des IG serait coûteux et lourd. Il engendrerait des dépenses pour les producteurs et <i>in fine</i> pour les consommateurs	L'objectif n'est pas de mettre sur pied une bureaucratie mais un système législatif dont la forme est laissée à l'appréciation de chaque Etat. Le registre de l'accord de Lisbonne géré par l'OMPI est peu coûteux. Dans le système actuel, le coût de protection juridique contre une usurpation (il faut prouver dans le pays de l'usurpateur que le consommateur est trompé) d'un produit atteint 60 à 80.000 euros. L'intérêt pour les producteurs des IG est tel qu'il pourrait justifier des taxes sur les productions protégées pour financer le système multinational.
Les IG contre la libre concurrence ?	Les IG faussent la concurrence et constituent des obstacles au commerce. Les IG jouissent d'une rente indue qui augmente le prix au consommateur Les IG sont des « clubs fermés » qui limitent l'offre sur le marché	Les IG ne portent pas sur la « provenance » mais sur l'« origine » : elles garantissent une qualité, caractéristique ou réputation. La valeur des IG n'est pas due qu'à la localisation : elle tient le plus souvent à des coûts de production plus élevés. Il ne s'agit pas de « clubs » car tout opérateur établi dans l'aire délimitée peut avoir accès à l'IG s'il respecte le cahier des charges. Les IG sont des multiplicateurs efficaces de bien être qui permettent une plus juste répartition de la valeur ajoutée dans les filières. Elles ont un effet structurant important sur le développement rural, protègent les petits producteurs et maintiennent l'ancrage au lieu, au contraire des marques, délocalisables par nature.

⁴ Tableau réalisé à partir de l'analyse du document : « le goût de l'origine » INAO et SOPEXA

<p>Information du consommateur</p>	<p>Pour les adversaires des IG, le consommateur moyen ne connaît pas l'origine habituelle d'un produit (par ex un consommateur néo-zélandais moyen n'est pas trompé par un roquefort de Nouvelle Zélande puisqu'il ne sait pas que le roquefort est une production traditionnelle du sud de la France produite selon certains savoir-faire spécifiques). Pour un défenseur des IG reconnaître une telle interprétation de l'accord ADEPIC serait « donner une prime au producteur le plus malhonnête et au consommateur le plus stupide »</p> <p>L'idéologie libérale admet une définition réglementaire des produits de l'agriculture biologique alors que ceci ne se traduit pas forcément par une différence de goût. Comment peut-elle alors contester les IG au motif qu'ils ne se distinguent pas forcément par leur qualité mais parfois par d'autres aspects (valeurs sociétales, aspect bénéfique pour l'environnement et le développement rural) ?</p>
---	--

UNE CONFRONTATION ENTRE 2 VISIONS POUR LE MONDE

La confrontation entre pays neufs du groupe de Cairns et pays partisans des IG peut s'expliquer par les idéologies et par les intérêts dominants qui résultent des différences d'évolutions historiques et de la géographie. Les pays du groupe de Cairns, pays dotés de vastes espaces naturels, ont été colonisés par des pionniers européens pauvres attirés par la liberté et par les espérances de fortunes. L'initiative individuelle est au centre des nouvelles valeurs et l'Etat ne doit pas l'entraver, la disponibilité technique (mécanisation) et foncière (les indigènes des régions concernées sont privés de leurs droits et exterminés ou parqués dans des réserves) permettent de créer des structures productives agricoles incomparables avec celles d'Europe, d'Afrique et d'Asie. Les produits, sans ancrage historique et culturel, sont génériques et la libre concurrence s'exerce pour faire baisser les coûts de production,..., en limitant la diversité. Comme le disait Ford : « tous les acheteurs de mes voiture peuvent choisir la couleur qu'ils souhaitent...à condition qu'elle soit noire ». Comme aucun texte ne protège les noms géographiques, ceux-ci deviennent vite génériques. La seule protection des entrepreneurs est la marque et le brevet.

Le modèle libéral et les produits génériques ont montré leur efficacité économique et généré des firmes transnationales d'une puissance sans précédent, ce qui a facilité l'extension du modèle et de ses produits aux autres continents et apporté une contribution à la réduction de la pauvreté. Cependant, ils ont en même temps généré des problèmes multiples : appauvrissement de populations rurales et creusement des déséquilibres régionaux du fait de l'incapacité de la petite agriculture traditionnelle de nombreux pays à résister à la concurrence mondiale, montée de graves problèmes environnementaux et d'une alimentation peu favorable à la santé et des problèmes de surpoids et des maladies liées, pertes de biodiversité et de savoir-faire, dénaturation irrémédiable de produits d'origine qui n'ont pas pu ou su se protéger,.... Bref, beaucoup d'externalités négatives et peu d'externalités positives.

Le cas de la **fêta** peut illustrer l'opposition de logique entre modèle libéral / produit générique et modèle d'IG : en imitation de la fêta grecque, on a produit en Europe de l'ouest et ailleurs de la « fêta » industrielle et abaissé le coût global de transformation de 25% en 10 ans par des techniques telles que l'utilisation du lait reconstitué ou la suppression de l'affinage ; donc un produit bien loin de la fêta traditionnelle.

Si le modèle de concurrence libérale garde son attrait pour nombre de pays, la nécessité de préserver les ressources vitales (climat, énergie, biodiversité, savoir-faire, eau, sols,...), d'appuyer et de fixer la petite agriculture et de permettre un développement équilibré des pays est de plus en plus comprise comme une nécessité incontournable. Il en va en effet du maintien des cohésions, de la sécurité alimentaire et de la stabilité collective. L'attrait de systèmes d'IG «biens publics », est donc croissant pour nombre de pays.

Le monde devra, dans tous les cas, impérativement encourager des modes de développement, de production et de consommation plus durables pour réussir le « *découplage* » entre croissance du PIB et consommation de ressources (et productions de déchets et émissions) et produire des « *externalités positives* » : services environnementaux et territoriaux, alimentation de santé... Dans ces modèles innovants, les *identifications géographiques*, et les « *approches terroirs* », auront une place importante à tenir si elles parviennent à accroître leur légitimité en termes de *biens publics* ou de productions de tels biens.

Ceci ne signifie pas qu'il convient d'opposer les produits génériques aux produits de terroirs et qu'il n'y a pas place pour plusieurs modèles agricoles et alimentaires. Bien au contraire car les 2 grands types de produits sont complémentaires et la nouvelle agriculture sera plurielle. Dans chaque pays en effet, la diversité des territoires invite à une diversité de modèles productifs et les consommateurs sont demandeurs des 2 types de produits. Pour que produits génériques et d'origine puissent coexister, il faut cependant que ces derniers puissent être considérés et protégés.

La question des terroirs et de leurs produits, celle des « *approches terroirs* », et les futures décisions prises aux niveaux international et régional sur les IG, sont donc d'une importance centrale pour le développement durable. Et ces décisions pourraient bien modeler les sociétés humaines et notre planète pour longtemps.

3.4 LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES : UN RISQUE POUR LES TERROIRS ?

Les IG sont un outil fondamental pour le développement des terroirs mais ce peut être aussi un risque. De nombreux experts considèrent en effet que leur développement exclusif sur un terroir donné peut conduire à une situation de monoproduction avec les nombreux risques que cela peut entraîner :

- Risques économiques car, en cas de crise du marché sur le produit donné, c'est toute la région qui en subit les conséquences,
- Risques sociaux car on pousse les agriculteurs à abandonner les cultures vivrières, ce qui n'est pas non plus sans risques,
- Risques environnementaux car on peut développer des mécanismes pervers, agronomiques ou écologiques, banaliser et affaiblir les écosystèmes, dégrader des paysages de haute qualité.

De nombreux exemples internationaux – quinoa en Equateur, cacao au sud du Cameroun, thé au sud-est du Rwanda le montrent. Le produit de terroir pourrait donc être susceptible, dans certains cas extrêmes, de « tuer le terroir » !

La réussite du développement durable des terroirs impose par conséquent de penser et d'agir « multi-productions » (sans se limiter aux seuls produits à IG), « systèmes » et donc « paniers de biens et de services ». Les politiques agricoles de terroirs devraient donc être autant des politiques de « territoires » (et donc aussi de société rurale et de nature) que de filières, et ne pas se limiter aux seules identifications géographiques.

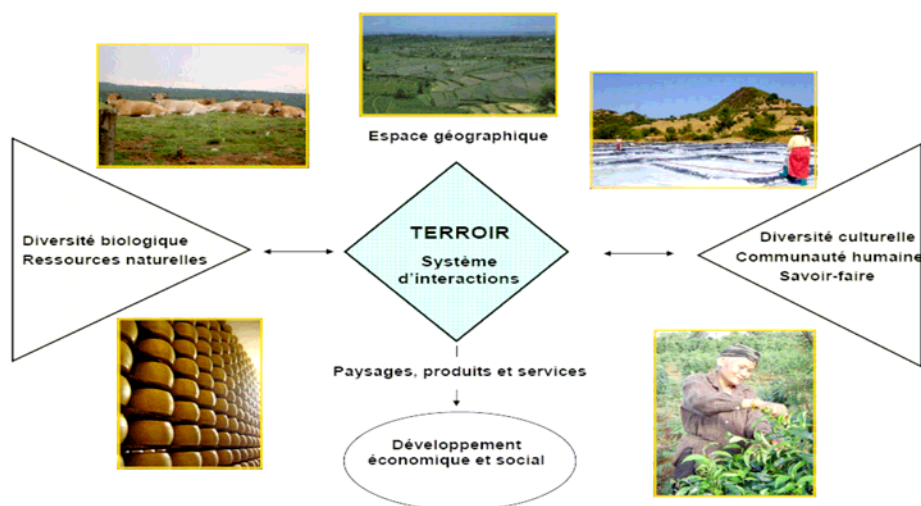
4. QU'EST-CE QU'UN TERROIR ?

4.1 LA DEFINITION DU TERROIR

La conceptualisation du « *terroir* » n'émerge qu'au 19^{ème} siècle avec le développement de la pédologie, la science du sol. Le terme prend alors une dimension essentiellement de géographie, le terroir étant considéré comme un élément du « finage ». Le terroir est considéré immanent : les hommes ne font qu'en révéler les potentialités. On est donc loin du terme populaire « terroir » que l'on retrouve dans des expressions telles que « accents de terroirs », ou « produits de terroir ».

Cependant, grâce au travail de scientifiques, une évolution du terme va s'opérer. Le terroir devient aussi compris comme l'expression d'une société humaine et de son organisation sociale, de ses pratiques, de ses activités et de son histoire. Les terroirs sont alors appréhendés comme des espaces particuliers, au sein desquels certaines productions et activités se développent et s'inscrivent dans des cultures locales : le terroir devient un concept qui tisse des liens entre culture et nature (voir la figure ci-dessous proposées par Terroirs et Cultures).

Figure 4. Le terroir, système d'interactions (source Terroirs et Cultures)



La définition actuellement retenue, élaborée à l'UNESCO dans le cadre des premières rencontres internationales *Planète Terroirs* suite à un travail conjoint de l'INAO et de l'INRA France, est la suivante.

Encadré 6. La définition du terroir

« Un Terroir est un espace géographique délimité, défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs, et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains.

Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent.

Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition ».

4.2 LES TERROIRS : TERRITOIRES DE « PRODUITS », DE « GESTION DES RESSOURCES NATURELLES » ET DE « PANIERS DE BIENS ET DE SERVICES »

Cette définition invite à comprendre le terroir dans une acception large. Les travaux du CGDA relatifs au Pilier II du *Plan Maroc Vert* ont conduit à mettre en avant trois grandes « entrées » de lecture et d'action, possibles et nécessaires.

La *première entrée*, **agro-écologique**, est celle de la **gestion des ressources naturelles et biologiques**. Pour qu'un terroir existe et produise, il faut d'abord que la communauté concernée sache en gérer les ressources d'une façon durable. Ceci suppose toute une série de savoir-faire qui peuvent aller de la manière de conserver et mettre en culture les sols à la sélection et préservation de races et cultivars adaptés aux contraintes et nécessités locales et à la gouvernance collective de l'eau ou des parcours. L'enjeu de la gestion est souvent double : produire d'avantage pour assurer l'alimentation de communautés croissantes en nombre ou pour vendre davantage sur les marchés; réduire les risques, par exemple d'inondations. Ce double enjeu : « *réduire les risques* » et « *produire plus* » est notamment le trait commun essentiel de toutes les montagnes méditerranéennes. Les efforts considérables réalisés au cours de l'histoire par les communautés pour créer et conserver des sols, maîtriser l'eau, diversifier le patrimoine génétique, développer la petite irrigation, l'arboriculture et l'agro-sylvo-pastoralisme peuvent s'y regarder comme à livre ouvert. Il en a résulté des « *paysages construits* » et une exceptionnelle diversité de terroirs, de races et de variétés locales (rien qu'aux alentours de Chefchaouen, on dénombrerait 133 variétés différentes de figues) et de régimes alimentaires.

Une *deuxième entrée* est celle des « **produits** » issus du terroir. C'est celle des « *produits de terroir* » et des multiples spécialités culinaires et autres qui les accompagnent. Certains produits occupent une aire géographique large, d'autres, extrêmement locale.

Une 3^{ème} entrée est celle du « **territoire : panier de biens et de services** » : le terroir est un ensemble territorial complexe fruit d'interactions multiples entre nature et culture ; il ne se réduit pas à des savoir-faire dans la gestion des ressources naturelles et dans la production de denrées alimentaires et spécialités culinaires. Il permet et il a besoin d'autres produits, notamment artisanaux, ainsi que d'une diversité de savoir-faire et de services. Les « paysages », y compris l'habitat rural, le petit patrimoine bâti,... sont, entre autres choses, les fruits de cette interaction. Il peut aussi mettre à disposition, outre ses produits, toute une série de services, dont le tourisme, lequel peut contribuer à assurer la promotion de ses produits.

4.3 QUELQUES COMMENTAIRES SUR LA DEFINITION

- **Un espace géographiquement délimité**

Le terroir est un espace, concret, géographique, dont les limites ne sont pas préexistantes mais relèvent des évolutions historiques et souvent d'une négociation et de compromis sociopolitiques. La question de la délimitation est d'autant plus complexe que les limites à prendre en compte ne sont pas forcément les mêmes lorsqu'on aborde le terroir sous l'angle de la gestion des ressources naturelles, des produits, ou des « paniers de biens et de services » :

- Le « douar » au Maroc, c'est-à-dire le « *terroir villageois* » ou espace socio-foncier de base, espace de la communauté locale et de la « jmaa », est par exemple un espace incontournable pour la gestion des ressources naturelles. Les « aires pastorales » sont un autre espace important à considérer.
- La délimitation de l'aire d'un « *produit* » de terroir peut varier beaucoup d'un produit à l'autre : l'huile d'olive de Tyout Chiadma est produite sur un terroir de 100 hectares alors que le safran de Taliouine concerne une dizaine de communes et l'huile d'argan un espace de 800.000 hectares, donc un immense « terroir » composé lui-même d'une multitude de petits terroirs. La délimitation d'une indication géographique peut faire l'objet de négociations longues et difficiles, car, selon que la limite passera ici où là, des propriétaires et producteurs seront fortement pénalisés ou bénéficiaires.
- La délimitation du « terroir », territoire du « *panier de biens et de services* », peut être tout aussi discutée. Il s'agit souvent d'espaces naturels et humains, vallée, plateau, oasis, massif, ..., montrant une certaine singularité. C'est le cas par exemple de l'Aubrac (un plateau) ou d'oasis marocaines. Le pays « jebli » du Rif, comme le massif du Siroua, avec son élevage d'altitude, sa laine qui a généré le tapis de Tazenakht et le safran de Taliouine (qui se retrouve aussi bien versant atlantique que versant endoréique et qui est aussi utilisé comme colorant des tapis) pourraient par exemple être considérés comme des « terroirs ». Un terroir, *panier de biens et de services*, peut également correspondre à une petite région rurale centrée sur une petite ville recouvrant plusieurs milieux agro-écologiques mais ayant développé une certaine identité propre qui en fait ce que l'on peut appeler un « *pays* ». Une question importante est celle des terroirs « *destinations touristiques* », dont la dimension peut évoluer avec le temps. Ainsi les Hautes Cévennes, redynamisées par leur parc national forment un ensemble à forte identité (et à multiples produits de terroirs et terroirs) qui est aussi devenu une « *destination* » et un grand « *panier de biens et de services* ».

Ainsi les terroirs comme « *territoires de projets* » ou « *projets de territoires* » :

- peuvent-ils avoir des délimitations multiples, complexes, et emboîtées,
 - relèvent en général de dimensions infra ou supra-communales et ne correspondent pas, sauf exceptions, à des délimitations administratives.
- **Une communauté humaine, des traits culturels distinctifs fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains**

Sans hommes, il n'y a évidemment pas de « terroirs ». Le terroir est construit (dans cet espace) par une communauté humaine. Cette notion de « communauté humaine » est liée à la définition classique du terroir, tournée vers l'agriculture : le travail de l'homme met en valeur les potentialités agricoles. Autour de ce travail, se créent des liens de solidarité, des identités, des histoires et des règles collectives partagées. Cette communauté humaine est intégrée à une société plus large qui impose ses règles générales.

- **Des savoir-faire qui révèlent une originalité et confèrent une typicité**

Les savoirs, partagés et transmissibles, ne sont pas figés dans le temps, mais sont un processus continu d'évolution et d'innovation, fondés sur des interactions constantes entre facteurs humains et du milieu et sur l'accumulation d'expériences individuelles et collectives dans le temps. Ces interactions constantes donnent aux produits de terroirs une originalité qui les distingue des autres et donc une « **typicité** » (encadré).

Encadré 7. Qu'est ce que la typicité?

« La typicité d'un produit issu de l'agriculture est la propriété d'appartenance à un type distingué et identifié par un groupe humain de référence possédant des savoirs distribués entre les différents acteurs de la filière; un savoir-établir, un savoir-produire, un savoir-évaluer, un savoir-apprécier.

Elle ne doit pas être confondue avec la conformité à une norme et admet une variété interne au type.

Parmi les multiples expressions de la typicité, la typicité liée au terroir est une construction particulière qui concrétise l'effet du terroir pour un produit donné. » (F. Casablanca, INRA/INAO, Terroirs et Cultures).

Plus simplement, un produit typique :

- est représentatif de sa catégorie,
- présente des spécificités, qualitatives et quantitatives, à la fois culturelles, sociales, organoleptiques, de transformation, etc. qu'il est possible de classer selon une typologie,
- possède des caractéristiques qui le distinguent de produits similaires : il est original,
- voit sa typicité reconnue par un groupe d'acteurs impliqués (consommateurs, producteurs, transformateurs...).

- **Une reconnaissance pour les produits et services originaires de cet espace, et donc pour les hommes qui y vivent**

Les communautés des terroirs se reconnaissent à travers leurs savoir-faire et leurs produits. Cependant, la reconnaissance peut être aussi externe notamment quand les produits et services des terroirs, grâce à leur typicité et à leur mise sur le marché, savent se donner une « **réputation** ». La réputation des produits peut être si forte qu'elle fait aussi la réputation des terroirs eux-mêmes voire de territoires plus larges où leurs produits sont commercialisés, créant ainsi une rente qui bénéficie aux acteurs locaux et régionaux. La réputation des services va souvent de pair avec celle des produits. Un produit de qualité invite à des recettes culinaires de qualité et à un développement d'une restauration de terroir. Avec la montée de la crise écologique, on doit par ailleurs s'attendre à une meilleure reconnaissance des services environnementaux des terroirs.

- **Des espaces innovants et vivants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition**

Le terroir entretient une relation au temps pour le moins ambiguë : en effet, l'histoire tient un rôle primordial dans le rapport au lieu d'un produit car l'**ancrage historique** du bien ou du service contribue à sa typicité et le lie au terroir. Cependant, un terroir n'existe que parce qu'il est « innovant » et la question de la **profondeur historique** à retenir se pose.

La question est délicate: quelle est la durée à partir de laquelle il est possible de considérer que le bien est pleinement intégré dans l'histoire de la région? La législation européenne considère que le minimum est le temps d'une génération, soit une trentaine d'années, alors qu'en pratique, ces « ancrages » se comptent souvent tant en siècles qu'en décennies. Or, en Europe, les grands chamboulements agricoles qui ont eu lieu à la fin du 20^e siècle et qui ont profondément modifié l'organisation des exploitations agricoles sont antérieurs à une génération. Les produits issus de ce type d'exploitations sont-ils pour autant ancrés dans la culture locale? Une des pistes pour sortir de ce dilemme est de prêter attention à la reconnaissance de ces produits locaux, mais aussi à la **transmission des savoir-faire** (même si ces derniers ont évolués) qui y sont associés. Cette question est délicate, dans la mesure où un travail de recensement, de recherche des traces qu'on pu laisser ces produits traditionnels est nécessaire. Or ceci est ardu pour deux raisons : d'abord car la transmission de ce type « d'histoires » est essentiellement orale ; ensuite, car longtemps, ces productions dites « typiques » étaient souvent à usage domestique (le « samet », sirop de raisin produit dans la région de Chefchaouen et de Salé à la fin du 19^{ème} siècle en est un exemple emblématique). Ainsi, pour mener à bien une politique de terroir, il semble impératif de se fonder sur des récits oraux et sur la culture orale, d'autant plus au Maroc où celle-ci est dominante notamment dans les régions enclavées comme les montagnes. Il s'agit donc d'être conscient de l'importance d'un tel type d'information et de les considérer tout autant que les sources écrites et/ou scientifiques. Ainsi, l'un des points cruciaux lors du

recensement des produits de terroir est l'attention et la minutie à apporter à l'analyse de l'ancrage d'un produit dans la culture locale, de par sa présence historique et sa reconnaissance par les acteurs en tant que produit local.

Si la question de l'ancrage au temps est importante et complexe, celle de l'**innovation**, s'agissant des terroirs, l'est tout autant. Le développement des terroirs ne signifie pas en effet un arrêt, voire un retour dans le temps et il ne s'agit pas plus de dériver vers une complaisance passiviste qui magnifierait les modes de vie ancestraux, enfermant les espaces concernés dans une représentation de « musées » poussiéreux que de vouloir copier des modèles de production ou d'alimentation dominants ne permettant pas de conserver et de valoriser ce qui fait la véritable valeur potentielle des terroirs et de leurs produits et services.

L'**innovation** est un concept fondamental : en effet, les terroirs d'aujourd'hui n'existent que parce qu'ils ont été hier des espaces d'innovation et ils ne peuvent continuer à être que par **construction et innovation permanente**. Les innovations à mettre en œuvre peuvent concerner plusieurs champs (encadré). Elles sont incontournables pour :

- inscrire avec succès les terroirs et leurs produits et services dans l'économie moderne,
- réussir l'adaptation des terroirs au changement climatique et répondre aux nouveaux enjeux du développement durable en produisant de nouveaux services environnementaux,
- aider les communautés à réduire la pénibilité des tâches quotidiennes, à voir leurs revenus améliorés et à faire en sorte que les jeunes s'investissent pour devenir les acteurs d'une « *nouvelle agriculture* » et d'une « *nouvelle ruralité* ».

Encadré 8. Terroirs et innovations

L'innovation dans la gestion des ressources naturelles

Les terroirs, dont une caractéristique essentielle est l'importance de la petite agriculture et souvent le maintien de « communautés » locales encore relativement soudées, sont des espaces privilégiés pour innover dans les techniques et dans la gestion des ressources naturelles : agro-écologie, agro-foresterie, gestion contractualisée avec les communautés des ressources naturelles, valorisation d'une très riche biodiversité, gestion et valorisation locale de la matière organique, etc. L'innovation doit aussi concerner la ressource bois-énergie avec, par exemple la construction de hammams à forte efficacité énergétique. Elle est incontournable pour arrêter les dégradations des ressources naturelles, maintenir ou restaurer des terroirs productifs, produire des services environnementaux et réussir l'adaptation au changement climatique.

L'innovation dans les techniques de transformation

De nouvelles techniques de transformation sont indispensables pour réduire la pénibilité de nombreuses tâches, qui, si elles semblent authentiques et pleines d'un charme désuet pour les citadins déracinés, sont en réalité lourdes, épuisantes et chronophages pour les petits producteurs ruraux. Elles doivent cependant permettre de conserver l'authenticité et la typicité des produits. Les communautés doivent ainsi montrer des capacités de créativité et d'innovation. L'exemple des châtaignes des Cévennes peut être donné. Les nouvelles techniques mises au point localement ont permis de réduire considérablement la pénibilité du travail et le temps consacré au ramassage, au tri, au séchage. Des moulins innovants ont pu être mis au point et des farines de grande qualité produites y compris pour exporter au Japon. D'autres techniques ont permis de réhabiliter des vergers traditionnels et des variétés locales de haute qualité. L'huile d'olive de Tyout Chiadma peut être aussi citée en exemple : une nouvelle huilerie est en cours de construction, avec des meules traditionnelles (et non des appareils de trituration modernes), des presses traditionnelles avec des paniers en fibre de coco, mais mécaniques. La décantation se fait sans filtre, et l'ensemble du processus, s'il suit le processus traditionnel de fabrication de l'huile d'olive, répond aux normes sanitaires nécessaires à la commercialisation (d'exportation et dans des grandes surfaces).

L'innovation dans le conditionnement, la promotion et la commercialisation

La mise en place de fêtes de terroirs est d'une importance stratégique pour mobiliser les communautés, faire connaître les produits et savoir-faire, en accroître la réputation, s'ouvrir à l'extérieur et nouer de nouvelles relations, y compris commerciales. Il s'agit aussi d'innover dans le conditionnement et dans les modes de commercialisation. Les dattes mises en boîtes carton, le safran en boîtes plastique transparente de très petite dimension, l'aligot conditionné frais sous vide ou surgelé, sont autant d'innovations qui donnent de la valeur aux produits et permettent d'en élargir les marchés. La qualité du « packaging » est un point toujours important. Des sites web et des maisons de terroirs sont d'autres innovations utiles. Un des points à améliorer

pour la mise en marché est souvent la *logistique* (organisation de la chaîne de froid, transports).

L'innovation dans la gouvernance

Pour que les terroirs puissent être, des gouvernances locales très pointues ont dû dans le passé être inventées. C'est le cas notamment en Méditerranée où les questions de gestion de l'eau, des sols, des parcours, très complexes, nécessitent des règles collectives précises permettant d'assurer production, maîtrise des risques, équité et durabilité. De nouvelles formes de gouvernance doivent aujourd'hui être trouvées car le monde change et de nouveaux acteurs sont apparus qui bousculent les règles anciennes. Les innovations à introduire sont nombreuses, qu'il s'agisse de restaurer une gestion durable des ressources et de s'adapter au changement climatique, de créer des IG, d'accéder avec succès aux marchés ou de produire de nouveaux services (tourisme,...) et formes de développement territorialisé. Elles nécessitent souvent de nouvelles relations entre communautés locales et autorités publiques et de nouvelles règles.

5. L' « APPROCHE TERROIRS » : QUELLES GOUVERNANCES ET QUELLES POLITIQUES POUR LES TERROIRS ?

5.1 GOUVERNANCE LOCALE ET APPROCHE ASCENDANTE

Les terroirs sont une chose, les « *approches terroirs* » qui en permettent la mise en dynamique en sont une autre.

L'expérience française permet de mettre en exergue l'importance de la **gouvernance locale**. Dans l'Aubrac par exemple, c'est un groupe de **jeunes agriculteurs** entraînés par l'un d'entre eux, M. André Valadier, qui a « *cru et osé* » (pour reprendre cette belle devise de la COPAG, un exemple remarquable de développement au Maroc mais sur des produits génériques).

M Valadier après un voyage aux Pays Bas avait compris que l'Aubrac ne pourrait jamais être compétitif sur les produits génériques. Il fallait donc revenir aux sources plutôt que de suivre des modèles de développement inadaptés et sans avenir pour sa région. Le groupe, une dizaine de producteurs, s'opposant aux schémas alors véhiculés par les politiques agricoles productivistes et leurs divers promoteurs (recherche, chambres, syndicats, techniciens,...), créèrent la « *coopérative jeune montagne* » pour relancer la production de fromage de qualité qui périssait. L'exigence d'*authenticité* pour le produit (fabrication à partir de lait cru, arrêt de l'ensilage et retour au foin, respect des étapes de fabrication traditionnelle et d'affinage et respect du produit...) et l'*innovation* dans les process (transformation du fromage en coopérative et non plus en buron⁵, mise au point de machines spécifiques pour le salage, mise au point de nouveaux procédés en surgelé et frais sous vide pour l'aligot, etc), dans la gouvernance (règles de gestion de la coopérative) et dans la promotion et commercialisation furent les facteurs fondamentaux du succès. Cette initiative, à contre courant, eut par suite un effet d'entraînement sur tout le territoire : l'Aubrac retrouva ses valeurs, sa fierté, une prospérité et un avenir et montra que la petite agriculture de montagne pouvait avoir de l'avenir et qu'il ne s'agissait donc pas de la cataloguer comme de type « social ».

Cette réussite locale a cependant été permise aussi par des appuis externes. Ainsi, le crédit agricole, le directeur départemental de l'agriculture qui aida la coopérative à obtenir une aide de l'ANVAR (agence de l'innovation) et ensuite l'INAO (institut national de la qualité et de l'origine) pour la reconnaissance en AOP et IGP du fromage de Laguiole et de la viande d'Aubrac, jouèrent un rôle important. La **recherche** contribua aussi fortement au succès car l'Aubrac, espace d'« autrefois », qui semblait condamné à un déclin irrémédiable, intéressa en 1960 le CNRS et une équipe pluri institutionnelle et pluridisciplinaire : leurs travaux, en révélant la cohérence des pratiques traditionnelles, en montrèrent l'intelligence, et, l'associant à des innovations, aidèrent au renouveau local.

Ce cas et bien d'autres montrent que les terroirs ne peuvent trouver leurs voies par des approches par le haut (descendantes ou « *top down* ») standardisées. Déjà considérées comme dépassées pour mener à bien un projet de développement classique, elles ne peuvent permettre de générer des dynamiques de terroirs lesquelles nécessitent une compréhension du potentiel local et la mobilisation d'acteurs locaux pour des approches innovantes. L'« *approche terroir* » suppose par conséquent des **approches territorialisées de type « bottom up »** (ascendantes) : il s'agit donc d'inscrire la gouvernance agricole (ou artisanale, touristique,...) au niveau local/territorial et d'aider les petits agriculteurs

⁵ Le buron est une petite cabane construite sur l'estive qui permet la fabrication sur place du fromage.

et les communautés locales, seuls à bien connaître leurs terroirs, à exprimer leurs besoins et à élaborer leurs propres projets.

5.2 LA QUESTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

L'approche terroir peut être aussi bien entravée que facilitée par les politiques publiques. Par exemple, le soutien apporté par l'UE au maïs ensilage a eu des impacts très négatifs sur les terroirs. A contrario les **politiques agricoles** peuvent jouer un rôle positif déterminant. La question agricole est en effet au cœur de la question des terroirs (dans leurs 3 dimensions : les produits, la gestion des ressources naturelles, le développement territorial) et les politiques agricoles disposent de capacités multiples (services de terrain, établissements de recherche et de formation, administration déconcentrée, agences de paiement) qui peuvent être mises à profit. Elles peuvent aussi mettre en place de nouveaux dispositifs (institutions, financements, méthodes) adaptés spécifiquement aux terroirs et aux indications géographiques. Ainsi les pays qui ont su renouveler leurs politiques et institutions agricoles peuvent être très gagnants et donner aux dynamiques de développement des terroirs une dimension nouvelle, une cohérence d'ensemble et une ambition renforcée.

D'autres politiques peuvent aussi jouer un rôle utile, notamment celles d'espaces protégés et d'aménagement du territoire. Les « *approches terroirs* » gagnent d'une façon générale à une plus grande **décentralisation** et subsidiarité de décision et d'action. L'implication croissante des régions et le développement de l'intercommunalité (qui ne se limite pas au cas des parcs naturels régionaux) sont des moteurs possibles de progrès.

L'expérience française montre que les outils de politique pour mettre en place des « *approches terroirs* » sont en fait très nombreux et diffèrent selon les 3 grandes entrées rappelées plus haut : celles des produits, des ressources naturelles et des terroirs, paniers de biens et de services (tableau). Il convient donc d'examiner succinctement chacun de ces 3 cas.

Encadré 9. Une large panoplie possible de politiques et projets

Entrée	Projets, formes de gouvernance locale	Politiques
Terroirs : territoires de produits	Projets agricoles locaux : exploitations, coopératives, GIE Projets d'IG : organes de défense et de gestion des IG, associations interprofessionnelles Projets artisanaux Contrats de mise en marché, politiques de marques, maisons de terroirs,... Fêtes de terroirs	Politiques agricoles (Pilier 2 de la PAC). Politiques d'indications géographiques : commissions ou institutions nationales, reconnaissances officielles, Politiques pour l'artisanat Décentralisation. Parcs
Terroirs : territoires de gestion des ressources naturelles	Plans de gestion concertée des ressources naturelles et chartes, opérations groupées d'aménagement foncier,... Associations syndicales, associations foncières pastorales, Coopératives pastorale, associations d'usagers d'eau agricole, association de douar, association de terroir, groupement agricole de défense environnementale,... Lecture Socio-Foncière des Terroirs (LSFT)	Politiques agricoles, pastorales, forestières et de gestion des ressources naturelles (Pilier 2 de la PAC) Reconnaissance des droits d'usage, Paiements pour services environnementaux. Parcs
Terroirs : territoires de paniers de biens et de services	Projets LEADER (liaisons entre acteurs du développement de l'économie rurale) de la politique agricole commune Parcs naturels et parcs nationaux Programmes de « massifs », programmes de « pays » Pays d'accueil, intercommunalité	Politiques agricoles, d'espaces protégés et d'aménagement du territoire. Politiques de recherche Décentralisation

5.3 L'ENTREE PAR LES PRODUITS : CLEFS DE SUCCES ET TYPES D' ACTIONS POSSIBLES POUR LES IG

PRINCIPAUX FACTEURS DE SUCCES ET D'ECHECS DES IG

L'expérience acquise en France montre que la « démarche IG » nécessite beaucoup de cohérence, de dialogue et de persévérance. Il faut pouvoir en effet s'appuyer sur un produit source d'identité locale reconnue, une structure « ferment » (futur organe de défense et de gestion) et conduire un véritable travail de diagnostic avec échanges entre acteurs et confrontation des connaissances. Ceci suppose un important travail d'animation locale et un appui spécialisé en inscrivant le projet agricole dans un projet de territoire et de filière. Le cahier des charges et l'aire géographique doivent être en cohérence avec les pratiques qui font sens localement, tout en ayant le souci de permettre au plus grand nombre de rejoindre en souplesse la dynamique (approche inclusive et non pas exclusive).

Des institutions nationales peuvent devoir s'imposer. Ainsi, la création en France de l'INAO a joué un rôle déterminant. Sa composition et la procédure suivie : travail d'accompagnement du porteur de projet en amont, lancement d'une procédure nationale d'opposition, mise en place d'une commission d'enquête et de commissions d'examen des projets composées de professionnels, personnalités qualifiées et représentants de l'administration, nomination de consultants et d'experts « délimitation » chargés de proposer l'aire géographique, consultation publique, vote à bulletin secret par le comité national (lequel comprend des personnalités qualifiées indépendantes) et transfert pour décision finale au Ministre si 2/3 de votes favorables, lequel ne peut modifier le contenu du projet de cahier des charges, organisation des contrôles, ont contribué à renforcer la crédibilité et la portée de cette politique. La réussite suppose de pouvoir disposer d'une ingénierie de terrain importante : l'établissement compte par exemple 270 agents entièrement financés par l'Etat dont 70% répartis sur 21 sites, avec des ingénieurs « projets » et des ingénieurs « délimitation ». Son expérience montre aussi l'intérêt de pouvoir utiliser des experts et de mandater des commissions d'enquêtes composées de professionnels expérimentés qui viennent apporter un regard extérieur et appuyer l'élaboration des projets.

Les principaux facteurs de succès et d'échecs des indications géographiques peuvent être résumés comme suit (encadré).

Encadré 10. Principaux facteurs de succès et d'échecs des indications géographiques (exp. française)

Principaux facteurs de réussite :

- **Une typicité liée au terroir** : la différence doit être objective sans avoir à être scientifiquement démontrable et chiffrable. Elle tient au type de produit, au mode de production, etc.
- **La motivation et la cohésion des demandeurs et des partenaires de la filière.** Une organisation collective est nécessaire. Il faut un moteur, parfois extérieur. Associer dans la réflexion les acteurs de la filière en aval ou d'autres acteurs du territoire (restaurateurs,...) est une bonne chose car, partenaires du projet, ils contribueront à sa réussite. Cependant le caractère des produits ne doit pas être défini par l'aval.
- **Un marché pertinent et des consommateurs informés.** Produits, réputation, notoriété : le consommateur doit avoir une idée de ce dont il s'agit.
- **Un appui des pouvoirs publics.** L'Etat (les régions dans certains pays) a un rôle essentiel à jouer en relation avec les professionnels.

- **De la rigueur et de la transparence.** La démarche volontaire et collective doit conduire à des cahiers des charges stricts élaborés par les producteurs encadrés par les pouvoirs publics. Les procédures de contrôle du respect du cahier des charges sont le système de garantie du produit.
- **Un process à plusieurs étapes et acteurs :** une structure ferment (le demandeur), l'accompagnement du demandeur par des front et back offices qualifiés (filière technologique de l'agriculture), le Gouvernement, qui décide ou non de la reconnaissance, les autorités d'autres pays et la Commission européenne pour la reconnaissance dans ces pays ou en Europe de l'IG.
- **Du temps :** au total, la mise en place d'une IG peut prendre de 2 à 10 ans de démarche : elle demande de très nombreuses réunions, tests, etc, pour mettre tout le monde d'accord. Le temps est fondamental pour la réussite.
- **De l'engagement et une dynamique à long terme :** la reconnaissance n'est que la fin d'une étape et le début d'une autre. La suite est aussi importante que la phase de définition.

Principaux facteurs d'échec :

- L'absence de notoriété du produit, voire la volonté d'autorités locales d'imposer un nom.
- La faible représentativité du porteur de projet.
- Des acteurs dominants au sein de la filière et une stratégie de compétition, voire d'exclusion
- Un dossier fait par des « experts ».

Les IG, outils de développement durable

Le succès d'une IGP ne peut cependant s'analyser sous les seuls angles économique et social. Pour devenir un véritable outil de promotion d'une agriculture et d'un développement rural durables, l'IG doit intégrer la 3^{ème} dimension de la durabilité, c'est-à-dire la dimension environnementale. Cette intégration peut justifier l'introduction de **prescriptions environnementales** dans le développement des IG. La France a d'ailleurs décidé d'introduire cette disposition dans sa prochaine loi d'orientation agricole.

Ce peut être important notamment pour certains produits « sensibles » dont la qualification pourrait conduire à accroître les pressions sur les ressources naturelles (et donc les dégradations des écosystèmes), alors que, bien pensée, une IG peut être au contraire l'occasion d'une dynamique de restauration et de gestion plus durable de ces ressources et de faire aller de pair création de valeur ajoutée et durabilité environnementale. Ainsi, par exemple, pour la labellisation de viande de parcours sur des espaces dégradés par la désertification. La mise en place d'une IG peut devenir ainsi un enjeu extrêmement important.

Raisonner et agir « développement durable », c'est aussi comprendre le fonctionnement de **systèmes** souvent complexes (c'est le cas en général des systèmes agro-sylvo-pastoraux) et les possibilités de marché pour bien positionner la stratégie d'IG. Labelliser un produit donné peut en effet conduire à la création de déséquilibres (socio-économiques ou environnementaux) ou au contraire permettre un progrès pour l'ensemble du système. Ainsi par exemple pour un élevage caprin à vocation mixte (lait et viande) et différents types de produits possibles (fromages au lait cru ou au lait pasteurisé) : quelle stratégie adopter pour un progrès collectif socio-économique et environnemental sur l'ensemble du territoire ?

UNE PANOPLIE D'OUTILS ET D' ACTIONS POSSIBLES POUR PROMOUVOIR LES IG

Plusieurs forums (par exemple la consultation technique sur le développement rural, l'origine et les produits agro-alimentaires de qualité en Asie, organisée à Bangkok du 8 au 10 Juin 2009) et documents récents se sont attachés à faire ressortir la grande panoplie d'outils possibles pour favoriser le développement des IG. Le tableau ci-dessous, proposé par la FAO dans son guide de 2009, est donné à titre indicatif.

Le développement des produits de terroirs ne se réduit cependant pas à la mise en place d'IG, loin s'en faut, et celle-ci vient souvent d'ailleurs consacrer une réalité déjà de fait. L'action en amont pour aider la petite agriculture à se professionnaliser et à se structurer est déterminante. C'est alors toute la question du « **développement agricole** » qui est posée, et par conséquent celle de l'organisation de la **filière technologique**, des nouveaux rôles à donner à la **vulgarisation agricole** pour en faire des « front offices » de qualité, de la nécessité de back offices et de **centres de ressources** performants et de **financement** adaptés. La **valorisation des produits locaux** par de petites structures coopératives pouvant le cas échéant se regrouper avec le temps, est une priorité dont les travaux relatifs au Pilier II du Plan Maroc Vert ont montré toute l'importance stratégique.

Encadré 11. Exemples d'outils politiques et d'actions possibles (source FAO, 2009)

Etape	Objectif de la politique	Actions/outils possibles
I D E N T I F I C A T I O N	Sensibiliser les producteurs et autres acteurs locaux, sur les caractéristiques et le potentiel des produits IG	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir des projets d'appui technique pour la caractérisation des produits IG • Renforcer les connaissances sur les produits IG dans les administrations publiques • Soutenir l'implication des acteurs locaux (notamment via les associations de producteurs et de consommateurs, etc.) dans l'élaboration d'inventaires nationaux • Soutenir la mise en place de « groupes IG locaux » pour débattre des spécificités des produits IG et de leurs liens avec le territoire.
	Améliorer les connaissances sur l'influence des ressources locales (biodiversité, capacités humaines, etc.) dans la qualité spécifique du produit IG (caractérisation)	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir des études destinées à analyser l'influence des ressources locales dans la qualité spécifique du produit IG • Encourager le débat entre les acteurs locaux sur l'importance des ressources locales dans la qualité spécifique du produit IG • Promouvoir l'identification et la caractérisation des pratiques de productions locales • Fournir une assistance technique, des programmes de recherche
	Intégrer dans la démarche IG les initiatives menées en faveur de la protection de la biodiversité et de la préservation de l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Réfléchir au lien avec l'écosystème comme l'un des critères de spécificité de l'IG • Soutenir la prise en compte des critères environnementaux dans le cahier des charges IG sur la base de justifications technique et économique • Réfléchir à l'intérêt de créer une estampille pour identifier les produits IG autour de certaines valeurs (par ex. : bon, équitable...).

	Améliorer l'information de la société sur le concept IG	<ul style="list-style-type: none"> • Encourager les campagnes d'information sur les IG et leur signification et les différences entre les outils juridiques • Rendre accessible l'information sur les IG existantes, leur CdC et l'organisation IG au travers notamment de sites Internet et autres outils d'information accessible au public
Q U A L I F I C A T I O N	Permettre la participation de l'ensemble des catégories d'acteurs locaux pour la définition du CdC	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabiliser les acteurs locaux en améliorant l'accès à l'information • Créer des forums de discussion locaux pour les IG et encourager la participation active des différents types d'acteurs, en particulier des petits producteurs • Encourager le développement des groupes d'acteurs locaux • Réfléchir de façon approfondie aux effets du CdC sur la répartition des bénéfices entre les acteurs
	Améliorer les connaissances sur les dispositifs de protection des IG et limiter la confusion entre les différents outils juridiques liés aux noms géographiques	<ul style="list-style-type: none"> • Fournir des informations claires sur les dispositifs de protection des IG et leurs avantages/inconvénients • Proposer des formations au personnel des administrations locales afin de renforcer leurs compétences, notamment pour la diffusion d'information aux producteurs et consommateurs • Fournir des lignes directrices sur la procédure à suivre pour déposer une demande de protection de l'IG (via des brochures, sites Internet, formation) • Fournir des exemples pratiques de démarches de qualification relatives à des systèmes IG similaires
	Soutenir les démarches locales pour la demande de reconnaissance officielle et protection de l'IG	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des politiques innovantes pour encourager des actions collectives et multidisciplinaires • Fournir des mécanismes financiers pour renforcer l'accès aux démarches de candidatures pour obtenir une IG • Fournir une assistance technique pour les démarches de qualification IG • Utiliser les forums de discussion locaux et régionaux pour évaluer les forces et les faiblesses des dispositifs et des candidatures d'IG

R E M U N E R A T I O N	Prendre en compte les contraintes de la filière IG en termes de commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place des programmes de financements ou crédit pour les investissements structurels ou immatériels • Soutenir l'organisation de producteurs (coopératives locales et autres types d'associations)
	Soutenir les initiatives collectives en matière de marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place des formations spécifiques • Soutenir les initiatives collectives de promotion cohérentes en fonction des valeurs ciblées par le produit
	Favoriser la reconnaissance des produits IG par les consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir l'existence d'un logo national pour la catégorie des produits IG.
R E P R	Faciliter l'évaluation des impacts de la démarche IG et l'évolution du système vers plus de durabilité économique, sociale et environnementale	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir l'évaluation de la démarche, par exemple en facilitant la réalisation d'études d'impacts, en organisant des forums spécialisés, etc.. • Identifier des pratiques plus durables pour le système et encourager les acteurs du système IG à les adopter • Faciliter la révision des exigences des cahiers des charges des IG enregistrées, notamment en proposant une procédure simplifiée de révision

O D U C T I O N D E S R E S S O U R C E S	Faciliter l'utilisation de l'IG enregistrée par de plus en plus de producteurs locaux et de plus de catégories ou types d'acteurs concernés	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des programmes de soutien financier temporaires pour les producteurs désireux d'utiliser l'IG • Cibler des initiatives visant à renforcer les capacités des producteurs les plus faibles et les plus marginalisés, notamment en leur fournissant des informations, une assistance technique et financière • Mettre en place des centres de formation pour la diffusion des compétences pratiques liées aux produits IG
	Soutenir la création de valeur pour le territoire dans son ensemble, en faisant appel à l'image du produit IG	<ul style="list-style-type: none"> • Encourager le développement du tourisme basé sur les ressources locales liées au produit IG • Encourager les acteurs du système IG à mettre en place des synergies avec des secteurs complémentaires et d'autres produits IG • Créer des routes touristiques axées sur la découverte des produits IG et autres attractions locales • Encourager le développement de circuits touristiques autour d'éléments culturels et de savoir-faire traditionnels
	Renforcer l'engagement de la communauté locale envers le produit IG	<ul style="list-style-type: none"> • Accorder de la valeur à des pratiques ayant une importance culturelle, comme des festivals, des événements éducatifs • Soutenir les fêtes populaires associées au produit IG
	Soutenir la répartition équitable des bénéfices de l'IG entre les différentes catégories d'acteurs de la filière et au sein de chaque catégorie	<ul style="list-style-type: none"> • Encourager les accords de coopération au sein de la filière et avec d'autres producteurs et associations • Encourager la mise en œuvre d'association professionnelles pour garantir des négociations équitables et efficaces entre les différents acteurs • Garantir que les acteurs les plus faibles se voient garantir le même accès à l'information, à l'assistance technique et au soutien financier
	Encourager l'intégration de pratiques de production plus durables du point de vue écologique	<ul style="list-style-type: none"> • Encourager l'intégration de critères plus durables dans le cahier des charges, par exemple pour l'emballage, l'énergie, le transport, etc • Promouvoir les liens entre les ressources naturelles et les attributs de qualité du produit et les utiliser comme une ressource marketing, le cas échéant.

5.4 L'ENTREE PAR LA GESTION DES RESSOURCES NATURELLES : QUELS TYPES D'APPROCHES TERROIRS POUR UNE AGRICULTURE ET UN PASTORALISME DURABLES ?

Le « *terroir* », territoire pertinent pour la gestion des ressources naturelles, nécessite d'autres types d'approches. Il s'agit d'intervenir en amont des produits pour promouvoir une agriculture et un pastoralisme « durables », producteurs de biens et services écologiques (biodiversité, qualité de l'eau, conservation des sols, gestion économe et efficace de l'eau,...).

L'« *approche terroir* » peut y apporter une contribution majeure car elle permet de: i) dépasser l'échelle de l'exploitation qui ne peut seule suffire à une gestion responsabilisée et durable des ressources, ii) mobiliser les communautés pour un progrès collectif partagé.

Elle s'impose notamment dans les espaces agro-écologiques complexes et dégradés comprenant des espaces d'usage collectif comme les parcours où les communautés locales sont des acteurs essentiels des décisions de gestion. L'approche « *terroir* » pour la gestion des ressources naturelles est ainsi une question importante pour l'Afrique et pour le Sud et l'Est de la Méditerranée.

Les « *approches terroirs* » peuvent consister en des actions de démonstration locale, par exemple de pratiques agro-écologiques très concrètes comme le semis direct sous couvert végétal ou l'agro-foresterie, avec le souci et l'espoir d'une diffusion territoriale progressive sur le terroir concerné. Cependant, pour permettre une gestion durable et une meilleure valorisation des ressources naturelles et biologiques et une production significative de services écologiques, l'approche doit pouvoir conduire à l'élaboration de véritables « *plans de progrès* » des terroirs. Des plans de progrès qui porteront

sur l'ensemble des exploitations concernées et leurs surfaces agricoles utiles (SAU) mais aussi, le cas échéant, sur les espaces de parcours et forestiers utilisés par les communautés locales.

En France, la nécessité d'approches collectives a conduit à initier dès 1970 la mise en place d'OGAF (*opérations groupées d'aménagement foncier*), permettant, sur une zone donnée, d'établir un diagnostic, de faire ressortir les atouts et contraintes et de faire exprimer les préoccupations, puis de rechercher des solutions et de fixer des objectifs et un programme d'action. Ces opérations ont montré une grande efficacité pour un développement agricole durable en montagne. A la Réunion, ce sont des « *opérations locales d'aménagement de terroirs* » (OLAT), définies et mises en œuvre par des groupements locaux d'agriculteurs avec l'appui de médiateurs et formateurs territoriaux et de chercheurs qui ont été mises en œuvre avec succès pour réduire l'érosion et promouvoir une agriculture durable. Le regroupement des agriculteurs dans une association syndicale, considérée comme le maître d'ouvrage du projet permet d'en faire les acteurs principaux du projet. C'est ainsi l'association, qui, une fois le projet agréé, reçoit les fonds publics et met en œuvre le plan de progrès avec l'appui des animateurs locaux (vulgarisation agricole).

En Afrique, de nombreuses « *approches participatives* » pour la gestion des terroirs ont été mises en œuvre ces dernières décennies, principalement dans le cadre de projets de développement financés par les organismes d'aides internationales. Ces expériences ont pratiquement toutes été fondées sur une connaissance de l'espace, base d'une meilleure gestion des ressources naturelles et des potentialités territoriales.

Dans de nombreux projets, il en a résulté une diversité de « *cartes* » : cartes des sols, des unités morpho-pédologiques, de la végétation, de l'occupation des sols, de la répartition du peuplement, etc. Ces cartes ont permis à leurs auteurs de rendre le système concerné plus intelligible. Cependant, instruments à l'usage d'analystes extérieurs, ces cartes ont souvent joué « *contre* » la communication avec les acteurs paysans et formé écran entre l'espace reconstruit par les chercheurs et techniciens et l'espace tel qu'il était effectivement perçu par les communautés concernées.

Les approches participatives ont donc été amenées à découvrir qu'il fallait inverser la méthode en partant d'abord des savoirs paysans et des logiques internes des terroirs telles que comprises localement. Cette inversion de logique a finalement conduit à la nouvelle approche dite de ***lecture socio-foncière des terroirs (LSFT)*** aujourd'hui expérimentée dans des projets en Mauritanie, au Mali, en Guinée, à Madagascar et au Laos, ainsi qu'au Niger et en Tunisie. L'ICARDA, associée au projet tunisien, a été suffisamment convaincu de sa pertinence pour l'appliquer aujourd'hui en Syrie et en Jordanie.

La *lecture socio-foncière des terroirs* se révèle en effet être un outil de communication avec les populations exceptionnel. En dévoilant la « *carte mentale* » du terroir, elle est devenue une véritable « *clef d'entrée* » dans le dialogue participatif pour une meilleure gestion des ressources. Elle permet en effet de mettre à jour les dénominations vernaculaires et les toponymes qui constituent le corpus de la géographie mentale du terroir. On peut alors, en comprenant les catégories utilisées par les communautés pour décrire les différentes strates conceptuelles de leur espace – caractères écologiques, modes d'occupation agricole et pastorale, droits fonciers, droits d'usage, etc, - aboutir à des schémas compris et validés par la population, schémas transformés ensuite en cartes sur le terrain, avec l'aide de GPS. Ainsi la connaissance intime de « *leur* » terroir selon « *leur* » propre catégorisation, peut être mise à jour, constituant la base d'une gestion négociée des ressources.

Le remarquable projet de développement agro-pastoral de la Tunisie du Sud Est, financé par le FIDA, illustre le potentiel des projets internationaux pour promouvoir un développement territorialement durable dans des zones pourtant dégradées par la désertification et extrêmement fragiles. Aujourd'hui testé en Jordanie et en Syrie par l'ICARDA, ce type de projet donne de ***nouvelles bases de réflexion politique*** pour les gouvernements des pays confrontés aux problèmes de désertification et de développement rural (encadré).

Si le projet tunisien était un « *grand projet* » (coût de 36 millions \$ des E.U. sur 7 ans), l'approche de lecture socio-foncière des terroirs peut être tout à fait adaptée pour l'échelle de base de la gestion des ressources naturelles, c'est-à-dire le « *terroir villageois* » (au Maroc, le douar).

Les approches, qu'elles que soient leurs échelles, peuvent aboutir à la mise en place de chartes territoriales de gestion durable des ressources et, le cas échéant, à celle de « *paiements pour services environnementaux* » (PSE). En effet l'application de certaines règles de gestion (par exemple la « *mise en repos* ») ou la mise en œuvre de certaines actions peuvent représenter des coûts ou des manques à gagner significatifs pour les communautés concernées avec des bénéfices surtout externes au terroir (services environnementaux). Des PSE peuvent aussi être justifiés de façon transitoire pour aider au passage d'une mode gestion non durable à une agriculture ou à un pastoralisme « *durables* ». Enfin, les réflexions du CGDA ont conduit à souligner l'intérêt potentiel de politiques de filets sociaux se traduisant par des transferts monétaires directs avec conditionnalité sociale et environnementale.

Encadré 12. Le projet de développement agro-pastoral de la Tunisie du Sud Est

Le projet, devenu opérationnel en 2003, s'est donné pour objectif central d'engager un processus de développement durable solidement pris en charge par les communautés concernées. A cet effet, le programme a mis en place des moyens et instruments pour :

- promouvoir la gestion participative et durable des parcours et des ressources en eau,
- assurer une meilleure intégration de l'élevage et de l'agriculture,
- valoriser les produits et atouts de la région.

La stratégie a insisté, avant tout, sur les modalités de la mise en œuvre participative du programme d'action, avec pour objectif de positionner les organisations de gestion des terroirs au cœur du projet. C'est en effet de la capacité de ces organisations que dépend tout le processus d'une mise en œuvre des actions susceptibles de favoriser une gestion durable des parcours et des autres ressources naturelles.

Pour convaincre le gouvernement et l'institution financière du réalisme et de la faisabilité de cette approche, l'« opération test » proposée comme « pré-projet », s'est révélée capitale. Initiée par une équipe pluridisciplinaire coordonnée par l'INRA de Tunisie, elle a en effet permis d'identifier les interlocuteurs collectifs avec lesquels on pouvait engager un processus participatif. Elle a, en même temps, permis d'expérimenter les méthodologies et de tester une nouvelle forme d'organisation des communautés concernées.

La nouvelle approche de « *lecture socio-foncière des terroirs* » a été ainsi intégralement appliquée, ce qui a permis, à la fin de cette première phase, de pouvoir disposer d'un « *guide opérationnel* » et d'une capacité de formation des ressources humaines. Il a donc alors été possible, dès le démarrage du projet, de passer directement à la formation des « *médiateurs territoriaux* » et d'appliquer à grande échelle la méthodologie déjà testée.

La réussite du projet a été rendue possible, d'une part par la détermination et l'engagement personnel du responsable du FIDA pour la Tunisie, qui a du souvent combattre sa propre organisation, et, d'autre part, par le pragmatisme et le réalisme dont ont su faire preuve certains dirigeants tunisiens. Ce réalisme les a notamment conduits à accepter la reconnaissance des anciennes tribus comme base sociale de l'aménagement du territoire agro-pastoral, alors que la politique tunisienne rejetait, depuis un demi-siècle, les références au système tribal.

La diffusion de la méthodologie au Proche Orient a ensuite conduit l'ICARDA à traduire le « *guide opérationnel* » en anglais et en arabe.

5.5 L'ENTREE PAR LES TERRITOIRES : QUELLES APPROCHES TERROIRS POUR LA CREATION DE PANIERS DE BIENS ET DE SERVICES ?

Les approches terroirs pour la création de paniers de biens et de services doivent permettre la *rencontre des différents acteurs intéressés*, qu'ils soient agriculteurs, forestiers, acteurs du tourisme et l'artisanat, élus locaux, ONG, administrations, etc. L'objectif peut être la recherche d'une meilleure synergie et cohérence d'action, voire l'élaboration d'un véritable « *projet de territoire* » s'appuyant sur une vision partagée des évolutions souhaitables du système, notamment dans sa dimension économique (agriculture, tourisme, artisanat,...) et environnementale (protection, gestion durable des ressources, élimination de « points noirs »,...).

Plusieurs types d'institutions, financements et méthodes peuvent contribuer utilement à l'émergence de telles dynamiques territoriales. On peut notamment citer :

- les projets de développement rural intégré mis en place dans de nombreux pays en développement avec l'appui de différents bailleurs (FIDA, Banque mondiale, UE,...), avec cependant des réussites inégales.
- Les politiques agricoles de développement rural (Pilier 2 de la politique agricole commune) et notamment leurs volets « LEADER » qui imposent la constitution de « GAL » (groupes d'acteurs locaux).
- Les parcs naturels et les parcs nationaux qui, dans de nombreux pays, notamment en Europe, sont devenus des outils importants pour l'émergence de projets et de dynamiques de développement durable. Leurs réelles capacités (moyens financiers et ingénierie) et une forte autonomie de décision et de gestion par déconcentration (parcs nationaux) ou décentralisation (parcs naturels régionaux) leur permettent en effet de devenir de véritables « *laboratoires de développement durable* », capables par exemple d'élaborer des « chartes » à horizon

de 10 ans, et d'appuyer ensuite le montage de nombreux projets locaux, économiques et environnementaux contribuant à leur réalisation. Ce type d'outils est particulièrement intéressant pour reconnaître et valoriser le patrimoine naturel et culturel, promouvoir des paniers de biens et de services territorialisés, renforcer les synergies entre nature, agriculture et tourisme.

- D'autres formes d'intercommunalité que les parcs naturels régionaux.
- Les commissariats de massifs mis en place en France dans le cadre de la politique interministérielle pour la montagne avec pour avantage la possibilité d'agir sur un champ très large du développement (tourisme, artisanat, agriculture), de l'aménagement et de l'environnement.

Ces approches lorsqu'elles disposent des capacités nécessaires -volonté politique claire, autonomie de planification et de décision (encadrée par des dispositions nationales), ingénierie de terrain qualifiée (le rôle de l'intermédiation locale est fondamental), taille critique, souplesse financière-, et qu'elles ont le temps pour elles, peuvent avoir des résultats très positifs. Elles peuvent en effet permettre de faire émerger des « partenariats de réflexion et d'action » et des visions partagées, et impulser une agriculture durable et un développement économique plus cohérent, plus convergent, et plus « durable ».

Pour permettre ces rencontres d'acteurs et ces nouvelles visions, certaines méthodes comme les « *entretiens des terroirs* » promus par l'Association *Terroirs et Cultures*, ou des *exercices de perspectives territoriales* tels que proposés par exemple par le *Plan Bleu* (méthode « *Imagine* »), sont particulièrement pertinentes.

IV. LE MAROC ET SES TERROIRS : ENJEUX, NOUVEAU CONTEXTE ET NOUVELLES DYNAMIQUES

1. LES ENJEUX POUR LE MAROC

1.1 LE DESEQUILIBRE REGIONAL ET AGRICOLE ET LA FRAGILITE RURALE : DES RISQUES D'IMPASSES DE TRANSITION POUR LE PAYS

Le Maroc est un pays à 4 grandes dimensions. Ses dimensions saharienne, atlassique et méditerranéenne, autrefois éminentes, ont connu depuis le 15^{ème} siècle un lent *processus de marginalisation*. Au 20^{ème}, celui-ci s'est accentué et le Maroc atlantique est devenu le lieu de centralité de l'époque contemporaine, lieu d'accumulation d'activités, de richesses et de pouvoirs.

Le déséquilibre de développement a accentué la *dualité de l'agriculture marocaine*. Sur le total de 1.500.000 exploitations, moins de 10% ont accès à l'information, au crédit, aux subventions, aux marchés et à la technologie. Ces exploitations « modernes » se retrouvent pour l'essentiel dans les plaines bien arrosées du Maroc Atlantique (le « bour favorable ») et dans les nouveaux grands périmètres irrigués qui résultent de la politique du « *million d'hectares irrigués* » conduite depuis 50 ans. A cette agriculture privilégiée s'opposent les petites exploitations peu professionnalisées, relevant principalement des 3 grands agrosystèmes montagnard, semi-aride et saharien/oasien. Le tableau ci-dessous montre que ces 3 grands ensembles moins favorisés regroupaient à eux seuls, en 1996, 70% des exploitations du pays, 80% de la population agricole, et 80% de la population rurale, soit 9,7 millions de personnes.

Tableau 2. Les cinq grands agro-systèmes du Maroc : surfaces, exploitations et populations respectives

	Montagnes	Présahara et Sahara (oasis)	Plaines et plateaux semiaride	bour favorable	Grands périmètres irrigués	Total
Nombre exploitations (1000)	437	85	520	288	100	1.493
Exploit moins de 3ha (%)	65%	82%	44%	47%	47%	53%
Population rurale (million)	3,72	0,86	5,12	3,05	*	12,75
Population agricole (million)	2,68	0,57	3,71	1,90	*	8,87
SAU (million ha)	1,66	0,24	3,84	2,28	0,71	8,73
SAU irriguée (million ha)	0,22	0,14	0,08	0,10	0,71	1,25
SAU/sup totale agro-sys (%)	15	---	29	60	100	12%
	2/3 de la SAU 35% de la SAU irriguée 70% des exploitations 80% de la population agricole et rurale			1/3 de la SAU 30% des exploitations 20% de la population agricole et rurale		

Estimations effectuées pour l'Atlas de l'agriculture (CGDA, 2009) sur la base des données du recensement de 1996. Les populations agricoles et rurales du semi-aride et du bour favorable incluent celles des grands périmètres irrigués respectifs.

Le retard de développement peut se mesurer aux taux importants de pauvreté ou d'analphabétisme, supérieurs à ceux des villes, ou à la part très faible d'emplois ruraux non agricoles. Plus de 80% des actifs ruraux sont en effet encore agriculteurs, ce qui confirme la faible professionnalisation d'une petite agriculture, restée pour l'essentiel une agriculture de subsistance (économie paysanne). Ce retard contribue à expliquer les très faibles niveaux de productivités et le creusement continu des écarts avec la productivité des agricultures européennes. En outre, de nombreux jeunes attirés par les lumières de la ville et de l'émigration, se détournent de l'agriculture, au point même que la transmission de certains savoir-faire traditionnels est mise en péril.

Dans ce contexte, sans maîtrise et sans politiques de développement fortes, l'ouverture commerciale agricole résultant de la signature de nombreux accords de libre échange pourrait avoir des effets désastreux. La *vulnérabilité socio-économique* est donc importante.

A la vulnérabilité socio-économique s'ajoute la *vulnérabilité environnementale*. Les 3 grands agrosystèmes montagnards, oasiens et semi-arides sont en effet des zones à écologie fragile, gravement dégradées par la désertification

et menacées par le **changement climatique**. La Méditerranée, notamment le Maghreb, va en effet être touchée de plein fouet. Il pourrait en résulter une succession de graves sécheresses et une aggravation des problèmes de pénurie d'eau qui viendront ajouter leurs effets à ceux résultant de la mondialisation.

L'étude prospective « *Agriculture 2030 : quel avenir pour le Maroc ?* » réalisée en 2006-2007 par le Haut Commissariat au Plan et par le CGDA a ainsi alerté sur les risques des scénarios de type « *au fil de l'eau* » ou « *marchés triomphants* », lesquels conduiraient le pays à des crises agricoles et rurales graves et à de véritables **impasses de transition**. Les villes et les économies des plaines et les littoraux ne pourront pas en effet recevoir sans graves conséquences une masse supplémentaire de population, considérable et non prévue, et le budget de l'Etat financer les filets sociaux nécessaires au maintien de la stabilité sociale.

La prospective a donc invité à un 3^{ème} scénario d'ouverture maîtrisée et de nouveau pacte agricole et rural en mettant notamment l'accent sur la nécessité de : i) passer d'une politique d'offre à une politique de demande devant notamment viser les petites et moyennes exploitations agricoles, ii) la nécessaire économie de l'eau, et iii) un développement territorialisé valorisant les produits de qualité.

1.2 LE PILIER 2 DU PLAN MAROC VERT : UN DEFI FONDAMENTAL A RELEVER POUR LE PAYS

La mise en œuvre du Pilier 2 du Plan Maroc Vert (nom de la nouvelle stratégie agricole du pays adoptée en avril 2008), dédié au développement solidaire de la petite agriculture, ainsi que celle de la Stratégie interministérielle pour la montagne, représentent par conséquent pour le pays un défi majeur à relever. Le Pilier 2 suppose en effet de réussir dans les meilleurs délais la professionnalisation de près de 700.000 exploitations, tout en créant d'importantes valeurs ajoutées et en assurant une gestion beaucoup plus durable des ressources naturelles. Sa réussite est la clef du développement rural car la professionnalisation de la petite agriculture entraînera, *de facto*, celle des autres métiers (commerce, artisanat, transports) et donc la création de nombreux emplois ruraux non agricoles.

L'ampleur du défi du Pilier 2 et la question centrale du « *comment* » de sa mise en œuvre ont conduit le Conseil Général du Développement Agricole à y consacrer, en novembre 2007, son 7^{ème} Séminaire institutionnel en appuyant la réflexion sur la problématiques des **montagnes** et des **oasis**. Le document qui en résulte (« *Pilier II du Plan Maroc Vert : de la stratégie à l'action* ») développe les enjeux et les principaux axes d'action et surtout la question de la réorganisation possible et de la mobilisation des moyens et politiques de soutien.

Les propositions portent notamment sur la réorganisation de la filière du savoir, les financements, les procédures d'élaboration et de validation des projets locaux (le Pilier II demande l'émergence de dizaines ou centaines de milliers de projets locaux), etc. L'accent est notamment porté sur la nécessaire réforme de la vulgarisation agricole et sur les rôles à donner au « **Centre de ressources du Pilier II** » en cours de création à Ifrane. La mise en place de structures de proximité dotées de nouvelles fonctions (« **front offices** » de **qualité**) et le renforcement des capacités de l'ensemble des acteurs constituent des facteurs clefs d'une mise en œuvre réussie. La matrice des propositions issues du Séminaire est donnée en annexe.

1.3 DES ATOUS POUR UN DEVELOPPEMENT RURAL POST-MODERNE

Pour permettre à des communautés nombreuses de mieux vivre de ressources en quantité limitée et menacées de dégradations, il n'est pas d'autres solutions que la promotion d'un **développement de qualité écologiquement durable**. La valorisation des « *terroirs* » et « *produits de terroirs* » et la mise en œuvre d'« *approches terroirs* » sont donc des priorités au cœur du Pilier II du Plan Maroc Vert, qu'il s'agisse de mieux valoriser économiquement le potentiel en produits de qualité ou de produire plus et mieux en assurant une restauration et une gestion plus durable des ressources naturelles et biologiques.

Le Maroc ne manque heureusement pas d'atouts pour des progrès dans cette direction. Il a notamment pour lui :

- Une diversité biologique (c'est le 2^{ème} pays le plus riche en biodiversité de toute la Méditerranée, après la Turquie), agricole et culturelle exceptionnelles,
- Le maintien de fortes traditions et toutes les richesses qui y sont liées,

- Une très grande diversité de terroirs, de produits (agricoles et artisanaux) et de savoir-faire, y compris culinaires, diversité qui constitue un élément essentiel de l'identité culturelle de la population marocaine, de son histoire, de ses traditions et de son mode de vie et qui contribue à la préservation de la biodiversité animale et végétale et au développement durable,
- Des paysages culturels et naturels d'une qualité exceptionnelle,
- Des communautés montagnardes et oasiennes encore peu déstructurées et toujours fortes d'une solidarité active,
- Des premières réussites de valorisation locale des produits de terroir par de petites coopératives et un développement du tourisme rural,
- L'intérêt croissant exprimé par les décideurs sur les terroirs et le nouveau contexte créé par le Pilier 2 du Plan Maroc Vert, la nouvelle loi sur les signes d'origine et de qualité, la Stratégie Montagne et l'Union pour la Méditerranée.
- Les bénéfices de coopérations bilatérales fortes au niveau central et décentralisé, lesquelles vont de la réflexion stratégique en amont à l'action concrète sur le terrain
- L'appui que de nombreux bailleurs et partenaires du Maroc sont prêts à consentir pour la mise en œuvre du Pilier 2.
- Une demande importante et croissante des marchés (national, touristique, international) pour les produits de terroir du panier méditerranéen et les nouvelles opportunités commerciales résultant des accords de libre échange.

Cet important potentiel est permis par l'extrême diversité de la géographie, de la géologie et des climats (les « 4 » dimensions du pays n'y sont pas pour rien), et des apports des générations successives. La diversité de races et de variétés cultivées est notamment remarquable.

Il doit aussi beaucoup au processus de marginalisation décrit plus haut. Celui-ci a permis le maintien des fortes traditions et de communautés moins déstructurées. La marginalisation a aussi provoqué le développement d'une *culture de la pénurie* dont il est résulté une solidarité active entre les individus organisés en communautés. Les institutions communautaires traditionnelles, bien que non reconnues juridiquement, demeurent actives et un mouvement associatif, important bien que très inégal, a pris jour. La marginalisation pourrait donc, paradoxalement, constituer un atout pour réussir le passage à une économie post-moderne de terroirs.

1.4 LES ENJEUX D'UNE POLITIQUE DE TERROIR AU MAROC

Le premier objectif de l'engagement du Maroc sur les terroirs est de contribuer à améliorer les revenus des communautés et la durabilité des agro-écosystèmes. Les enjeux sont à la fois de réduction de la pauvreté, de réussite de la professionnalisation de la petite agriculture, de sécurité alimentaire et de maintien des cohésions et de la stabilité collective.

Une politique de terroirs pourrait avoir aussi d'autres mérites importants. Des produits de terroir se retrouvent aussi sur les zones littorales et les plaines : leur valorisation et protection peuvent permettre de renforcer leur place sur les marchés et de réduire, le cas échéant, les risques d'étalement urbain et de pertes irréversibles de terres agricoles.

Les enjeux sont aussi ceux de l'alimentation, de la culture et de la santé. La promotion des produits de terroirs doit contribuer à la préservation d'un patrimoine gastronomique, artisanal, culturel et paysager unique et à une meilleure information et protection du consommateur. Réaffirmer à travers les terroirs la valeur des spécialités locales, de la convivialité partagée et des régimes alimentaires marocains et innover sur cette base pour une alimentation moderne de santé, pourraient par ailleurs permettre une transition alimentaire et nutritionnelle mieux maîtrisée. Le Maroc est en effet confronté, comme d'autres pays méditerranéens, à une forte croissance des problèmes de surpoids et d'obésité et

des maladies liées⁶. Le recul des modes d'alimentation traditionnels et l'adoption de modèles alimentaires exogènes sans rapports avec les cultures du pays y ont contribué. Le recul relatif de l'huile d'olive (au profit des huiles de graine), de l'orge et du blé dur (au profit du blé tendre), des fruits, du petit lait à la campagne, et la consommation en forte croissance des sodas et d'autres produits industrialisés peu favorables à la santé sont révélateurs des changements observés ces dernières décennies.

2. L'ENGAGEMENT NOUVEAU DU DEPARTEMENT DE L'AGRICULTURE POUR LES TERROIRS

Le « Plan Maroc Vert », adopté en avril 2008, a enclenché une nouvelle dynamique du développement agricole au Maroc. Il initie et conforte une agriculture diversifiée, durable et ouverte sur les marchés extérieurs. Il engage une forte mobilisation des agriculteurs, des capitaux et du progrès social. Cette nouvelle dynamique s'adresse à tous. Le Plan Maroc incite notamment à la mise à niveau solidaire de la petite agriculture, en particulier dans les zones de montagne, arides et oasiennes, espaces dans lesquels l'agriculture présente des spécificités remarquables et des produits présentant des qualités uniques (produits de terroir), souvent témoins de longues traditions et de savoir-faire séculaires des populations locales mais qui souffrent d'un important retard de développement..

La mise en œuvre du Plan Maroc Vert s'est accompagnée en 2009 d'une importante réforme du Département de l'Agriculture. Celle-ci s'est, à ce stade, concrétisée notamment par :

- Une diminution sensible du nombre de directions centrales et la création de deux nouvelles divisions (les divisions « labellisation » et « développement des produits de terroirs ») au sein de la nouvelle direction du développement des filières de production,
- La création de nouvelles directions régionales dotées d'une forte autorité et comprenant chacune un service dédié aux produits de terroirs,
- La création d'une Agence de développement agricole.

La création du Centre de ressources pour le Pillier II (CRPII) est en cours et la réforme de la vulgarisation agricole est actuellement à l'étude.

2.1 LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS DE TERROIR

La nouvelle Division en charge du développement des produits de terroirs créée en 2009 a élaboré un plan d'action. Celui-ci a d'abord fait le constat du fort potentiel existant au niveau du pays (écosystèmes et biodiversité, savoir-faire, gammes de produits, demande croissante du marché national et international) et des faiblesses, notamment la faiblesse du tissu professionnel, l'organisation opaque des circuits de commercialisation (multitude d'intermédiaires), la dimension très artisanale et le peu d'investissements, le chevauchement des interventions et le manque de coordination.

L'objectif fixé est d'aider à l'organisation des acteurs pour offrir des gammes de produits de qualité, à forte valeur ajoutée destinées aussi bien au marché national qu'au marché international. La stratégie retient également pour principes de développer la connaissance des produits, d'optimiser la commercialisation, de mettre en place un cadre adéquat et stimulant pour les professionnels, de créer des synergies positives avec d'autres secteurs de l'économie et de contribuer à la préservation et à la gestion durable des ressources et des produits.

Sa mise en œuvre suppose : i) une forte implication des professionnels et des pouvoirs publics (nationaux, régionaux et locaux) et des partenaires internationaux et, ii) des concepts innovants et des outils de développement performants: approche participative, démarches partenariale et contractuelle, formes nouvelles de financement, bonnes pratiques de production et de valorisation des produits, approche territoriale intégrée de développement, etc... Le plan d'action qui s'engage en 2010 a prévu 6 axes d'action (encadré 13).

⁶Se reporter pour plus d'informations au Dossier « Les nouveaux défis alimentaires » ; Situation de l'agriculture marocaine n° 6, MAPM/CGDA ; avril 2008.

Encadré 13. Six axes d'action pour le développement des produits de terroirs

- Réalisation d'études, d'assistance technique et de conseils : études régionales d'identification des produits et d'élaboration de plans de développement, assistance technique pour l'adoption des bonnes pratiques agricoles et l'amélioration des process de valorisation; conseils pour la mise à niveau des unités de production et de valorisation ;
- Lancement d'un programme de Recherche&Développement pour élaborer des fiches technico-économiques et accompagner les porteurs de projets
- Appui direct aux initiatives locales menées par les groupements d'agriculteurs
- Appui à la commercialisation (études, développement de partenariats pour l'accès au marché, soutien au transport)
- Organisation et promotion du secteur : appui à l'organisation des acteurs du secteur ; organisation des séminaires, foires, forums et manifestations ; conclusion de partenariats institutionnels pour la promotion et le financement du secteur.
- Contribution au développement durable du secteur : renforcement des capacités des intervenants du secteur; actions pour la préservation des ressources naturelles et la protection de l'environnement; programme de sensibilisation de la société civile.

2.2 LA NOUVELLE LOI SUR LES SIGNES D'ORIGINE ET DE QUALITE

La publication de la loi n°25-06, relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, promulguée par le dahir n°1-08-56 du 23 mai 2008, a permis un grand pas en avant. Elle a en effet créé le cadre juridique indispensable qui permet leur reconnaissance et leur protection.

La loi s'inscrit dans une vision de développement rural, de promotion de la qualité des produits et de protection du consommateur, en proposant un système collectivement accessible à tous les producteurs et transformateurs de produits agricoles, dans l'aire géographique considérée. Elle vise notamment à assurer des revenus complémentaires aux petits agriculteurs.

La loi s'est ainsi donné 4 grands objectifs :

- *« Préserver la diversité des productions agricoles et halieutiques et protéger le patrimoine culturel qui leur est lié par la reconnaissance et la mise en valeur de leur origine, de leurs caractéristiques et de leurs modes de production,*
- *promouvoir le développement agricole par une valorisation des caractéristiques liées au terroir... ainsi que les modes de production et les savoir-faire humains y afférents,*
- *accroître la qualité des produits et contribuer à améliorer les revenus générés par leur valorisation au profit des opérateurs locaux,*
- *renforcer l'information des consommateurs ».*

Sa rédaction a bénéficié de l'expérience historique de pays partenaires du Maroc. L'INAO a notamment apporté son appui. La loi reprend la distinction européenne entre l'indication géographique (IG) et l'appellation d'origine (AO). Elle ajoute la possibilité de reconnaissance du label agricole (LA). Ces signes, reconnus par l'administration, font l'objet d'une publication et peuvent être utilisés par tout producteur ou transformateur d'un produit agricole (alimentaire ou à usage cosmétique ou médicinal dans certains cas) ou halieutique, pourvu que ce producteur ou ce transformateur respecte, au cours de l'élaboration dudit produit, les exigences du cahier des charges attaché au signe distinctif concerné.

La loi crée une « *Commission nationale des signes distinctifs d'origine et de qualité* » dont la composition et le mode de fonctionnement ont été fixés par le décret n°2-08-404 du 25 décembre 2008. Le décret n°2-08-403 du 25 décembre 2008 précise pour sa part les procédures de reconnaissance et d'agrément des organismes de certification et de contrôle

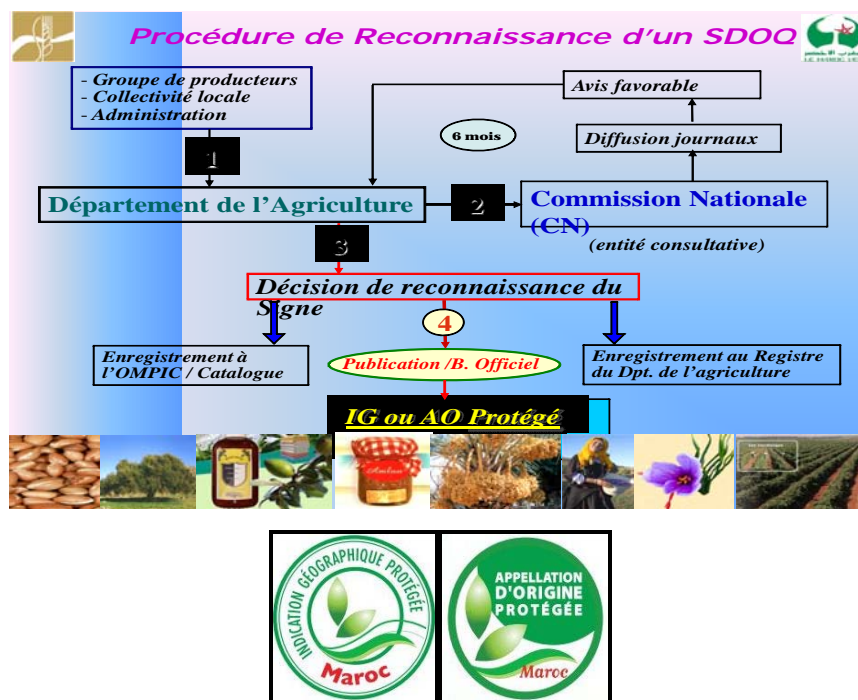
La commission est composée notamment de membres représentant le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et d'autres autorités gouvernementales concernées, de représentants professionnels (fédérations des chambres d'agriculture et des pêches maritimes, confédération marocaine de l'agriculture et du développement rural, 6 membres d'organisations professionnelles), de l'INRA et de l'INRH (institut national de recherche halieutique). Le président de la Commission (le Ministre ou son représentant) peut faire appel à un ou plusieurs experts. La Commission est chargée de

donner son avis sur les demandes de reconnaissance et d'agrément des organismes de certification et de contrôle des produits bénéficiant des SDOQ. Elle peut proposer toute mesure concourant à la valorisation d'un signe distinctif.

Par ailleurs, la loi charge le Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime, une fois l'indication géographique ou l'appellation d'origine reconnue, de procéder également à un enregistrement auprès de l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), après la publication au bulletin officiel. Par cet enregistrement, l'Etat devient le propriétaire de l'indication ou de l'appellation et s'assure ainsi qu'un utilisateur privé ne peut s'emparer, à titre personnel, de l'appellation d'un terroir, d'une tradition ou d'un savoir-faire qui sont un héritage collectif.

La Commission nationale est opérationnelle et elle se réunit régulièrement depuis la publication du décret. Deux arrêtés de reconnaissance de l'IG Argane et de l'AO huile d'olive Tyout Chiadma ont été publiés en janvier 2010 et d'autres le seront bientôt pour l'AO Safran de Taliouine, l'IG Clémentine de Berkane, l'IG dattes Majhoul de Tafilalet et le Label Agricole Agneau Laiton. Trois organismes de contrôle et de certifications ont par ailleurs été agréés (Ecocert Maroc, Normacert et le Bureau Véritas Maroc).

Figure 5. Procédure de reconnaissance et logos officiels des signes IGP et AOP



La division de la Labellisation est chargée du développement et de la promotion des labels (Indication Géographique Protégée IGP, Appellation d'Origine Protégée AOP, Label agricole, Production Biologique, ...). Son action vise principalement à : i) encadrer la labellisation des produits agricoles et en assurer le suivi ; ii) assurer le secrétariat de la Commission Nationale des SDOQ ; iii) établir et poursuivre les programmes de coopération avec les organismes et experts étrangers ; iv) établir conjointement avec les professionnels, les cahiers des charges et les projets de textes officiels qui définissent les conditions de production des produits sous signes distinctifs d'origine et de qualité ; v) organiser des campagnes de formation, d'information et de sensibilisation aux différents labels qui existent (IGP, AOP, LA, production biologique, etc.) et vi) assurer la promotion des concepts portés par les différents signes distinctifs d'origine et de qualité.

3. DES EXEMPLES DE NOUVELLES DYNAMIQUES AU PLAN REGIONAL ET LOCAL

Les réformes nationales pour les produits de terroirs et l'engagement du Département de l'Agriculture au niveau central ont été précédés de plusieurs initiatives locales et régionales, initiées ou soutenues par différents acteurs : certains échelons déconcentrés du Ministère (directions départementales, offices de mise en valeur agricole), régions et acteurs de la coopération décentralisée, agences (agence de développement social, agence du sud,...), agriculteurs, scientifiques, bailleurs, ONG,...

Les engagements de l'Oriental, du Souss Massa Draa, et des Provinces d'Essaouira et de Chefchaouen, ont été notamment remarquables.

3.1 L'ORIENTAL

A la pointe nord-est du Maroc, bordée par la mer Méditerranée et par l'Algérie, la région de l'Oriental, représente 11,6% du territoire national (près de 83.000 km²) et 6,4% de la population (1,9 millions). La région se caractérise par sa très faible surface agricole utile (8%), par l'importance des zones pastorales semi-arides et par l'ampleur du chômage et de l'émigration. Le taux de chômage est de 15,3% contre une moyenne nationale de 10,8%, et, parmi les résidents marocains à l'étranger, 28,3% sont originaires de l'Oriental.

UNE COOPERATION DE 20 ANS AVEC CHAMPAGNE ARDENNE

L'Oriental a développé depuis 20 ans une coopération soutenue avec la région Champagne Ardenne, 2^{ème} région agro-alimentaire française. La coopération s'inscrit dans une perspective de long terme et dans les politiques nationales, en conformité avec la législation internationale et celle de l'Union européenne. L'agriculture a été retenue comme une priorité, et les actions de coopération mobilisant les acteurs des 2 régions, ont porté sur :

- la lutte antiparasitaire pour faire de l'Office régional de mise en valeur agricole de la Moulouya (ORMVAM) un pôle d'excellence avec l'appui des services régionaux du Ministère français de l'agriculture,
- l'emballage et le conditionnement : diagnostic, technicien spécialisé, formations avec l'appui de l'ESIEC, seule école de l'emballage au niveau de l'UE,
- la mise en place d'un observatoire régional de l'agriculture, qui servira d'outil de suivi du Plan Maroc Vert dans la région,
- la promotion et la valorisation des produits de terroirs.



Deux produits phares de la région, réputés à l'échelle nationale voire au delà, ont ainsi fait depuis 4 ans l'objet de démarches de valorisation pour une labellisation IGP : la « Clémentine de Berkane » et la « Viande d'agneau Béni Guil ». Des missions en France (Corse), la formation d'animateurs pour les 2 produits et la mobilisation d'un organisme de certification sont venues appuyer la démarche.

L'IGP « CLEMENTINE DE BERKANE »

La province de Berkane avec 15.800 ha de vergers dont 11.000 ha de clémentine, et 30% de la surface irriguée en grande hydraulique, est la 3^{ème} région agrumicole du pays. La filière est bien organisée avec une association professionnelle (ASPAM) qui regroupe 4.200 producteurs, 4 groupes d'exportation et 16 stations de conditionnement, dont 7 coopératives. La production d'agrumes s'élève en moyenne à 210.000 tonnes, soit 13% du total national. C'est la principale production exportable de l'Oriental : 80.000 tonnes sont exportées chaque année dont 65.000 tonnes de clémentine sur le marché de l'UE (25%) et de la Russie et du Canada (75%). La marge brute est de 550 millions Dh et la filière représente 2 millions de journées de travail.

Le projet d'IGP a été initié pour : i) lutter contre la concurrence déloyale et protéger la clémentine de Berkane des usurpations, ii) informer le consommateur sur l'origine et la qualité du produit, et iii) promouvoir et préserver un patrimoine national et régional : le terroir et les savoir-faire de ses agriculteurs. Le premier motif a été la lutte contre l'usurpation car celle-ci est déjà une réalité.

L'idée du projet est née en en juin 2006 à l'occasion de la visite dans l'Oriental du président de la région Champagne Ardenne. Il s'en est suivi, dès septembre 2006, la mise en place d'un programme de formation et d'information des partenaires,


puis la validation du projet par le comité technique régional des agrumes en octobre 2007, la constitution en avril 2008 de l'association de l'indication géographique protégée de la clémentine de Berkane (organe demandeur de défense et de gestion) et la préparation du cahier des charges à partir de juillet 2009. Le dépôt officiel de la demande de reconnaissance a été fait en septembre 2009 suivi en novembre 2009 de la validation du projet par la Commission nationale des SDOQ.

Le cahier des charges justifie le lien à l'origine par les conditions pédoclimatiques, les ressources en eau, les pratiques particulières de production et la réputation historique de la clémentine de Berkane. Les éléments de *traçabilité* sont assurés au niveau des vergers, des stations de conditionnement et de l'emballage et le plan de contrôle est organisé à 3 niveaux : autocontrôles par les opérateurs (producteurs, stations), contrôles internes par l'ODG (association de l'IGP), contrôles externes par l'organisme de certification (NormaCert).


Encadré 14. Définition de la traçabilité

La traçabilité est la capacité de suivre un produit de sa production jusqu'à sa consommation. Elle permet de retrouver, pour un produit donné, la trace de toutes les étapes de sa fabrication et de la provenance de tous ses composants.


LE PROJET D'IGP « VIANDE D'AGNEAU BENI GUIL »

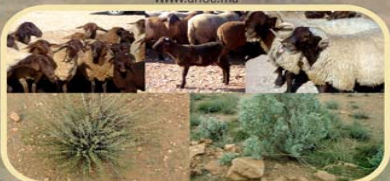



البيان الجغرافي
لم خروف بني كليل
INDICATION GEOGRAPHIQUE
Viande Agneau Béni Guil



Groupement Demandeur **المجموعة الطالبة**
 Association Nationale الجمعية الوطنية
 des éleveurs Ovins et Caprins لمربي الأغنام و الماعز


 Siège social ANOC • 457, av. Hassan II, résidence Maryam
 appt. B10, Agdal • Rabat • Maroc
 Tél. : 05 37 69 08 02/ 03 Fax : 05 37 23 13 71
 e-mail : anocdg@menara.ma, anocdg@gmail.com
 www.anoc.ma



هيئة المراقبة والاعتماد
 Organisme de Contrôle et de Certification
 NORMACERT, Sari

Les Hauts plateaux de l'Oriental représentent un système agro-écologique semi-aride de 3 millions d'hectares. La steppe à armoise pour ¼ (celle-ci donne sa saveur à la viande), à alpha (50%) et à atriplex, peu productive, désolée en années sèches, est dégradée par la désertification. La race d'ovins *Béni Guil*, race endémique à l'écosystème, d'une exceptionnelle rusticité et résistance, compte au total 1 200 000 têtes.

Les pratiques d'élevage témoignent du savoir-faire séculaire des éleveurs. La viande est réputée pour ses qualités gustatives, sa saveur et son peu de gras. La filière est organisée autour de 32 coopératives couvrant l'ensemble du système agro-écologique et 14 groupements d'éleveurs de race *Béni Guil* encadrés par l'Association nationale ovins caprins (ANOC), laquelle compte 950 éleveurs adhérents dans l'Oriental. La mise en marché de la viande est effectuée par des chevillards et des bouchers chevillards. La distribution s'opère essentiellement dans les circuits traditionnels et 60% de la viande est consommée dans l'Oriental.

Le plan d'action pour la mise en place d'une IGP a été initié en 2006 par décision des régions Oriental et Champagne Ardenne. Le principal objectif de l'IGP est d'en faire un moteur de développement par l'amélioration des revenus. La préservation des parcours, espérée du fait de l'amélioration des revenus, est un second objectif.

Dix sessions de sensibilisation et de formation ont été organisées et 2 animateurs formés. Deux associations noyaux puis l'ANOC ont eu la charge de porter le projet d'IGP. Le cahier des charges a été rédigé et le plan de contrôle est en cours d'élaboration. Le projet s'est avéré plus difficile à mener que celui de la clémentine car de

nombreux éleveurs craignaient d'être discriminés. De nombreuses réunions ont donc été nécessaires.



Un 3^{ème} produit de terroir de l'Oriental fait actuellement l'objet d'un projet d'IGP. Il s'agit de la datte Aziza de l'oasis de Figuig, projet développé par la coopérative agricole Al Massira. C'est un produit unique et rare : cette datte n'existe que dans cet oasis avec un total de seulement 3000 pieds de palmiers. L'IG, outil de développement local, permettra la préservation et la valorisation de ce patrimoine. De nombreux autres produits pourront dans les prochaines années justifier d'actions de coopération comparables. On peut citer notamment : les nèfles de Zegzell, les truffes des Hauts Plateaux, les plantes aromatiques et médicinales, la viande caprine de Talsint, plusieurs miels et huiles d'olives de terroirs. La production de céréales biologiques dans les zones sèches de l'Oriental est une autre piste importante. En effet, les besoins de farine biologique dans l'UE sont élevés et l'Oriental pourrait tirer profit de son environnement préservé.

3.2 LE SOUSS MASSA DRAA

Le Souss Massa Draa, de la côte atlantique aux montagnes de l'Anti Atlas et aux oasis du Draa, est une région de contraste. Si la région, comme beaucoup d'autres au Maroc, comprend des zones rurales pauvres très peuplées (les zones de l'arganeraie, des montagnes et des oasis du Draa), elle se caractérise surtout par le dynamisme de son agriculture irriguée et exportatrice des plaines du Souss et du Massa et par celui de la capitale régionale, Agadir grand porte de pêche et grande station touristique en même que centre universitaire et agro-industriel.

Le développement rapide de la région se voit cependant fortement menacé par le déséquilibre entre offre et demande en eau. Celui-ci a déjà conduit à l'abandon de plusieurs milliers d'hectares d'agrumes sur le Souss. Or, la forte croissance démographique, économique et touristique va venir encore accroître la demande alors que le changement climatique réduira les ressources mobilisables. Sans politique nouvelle de gestion de la demande en eau et évolution vers un développement de qualité à forte valeur ajoutée, les déséquilibres hydriques et les risques d'instabilités ne pourront que s'accroître.

UNE NOUVELLE « VISION » REGIONALE, UNE COOPERATION AVEC LA REGION AQUITAINE

Profitant de la nouvelle dynamique de décentralisation, le Conseil régional va alors s'attacher à faire émerger une nouvelle vision pour la région. Son président, devenu en Septembre 2007 Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime, va en effet initier une double démarche stratégique de développement durable visant : i) l'économie d'eau d'irrigation et ii) la promotion des produits de terroirs.

La région dispose en effet d'un important potentiel valorisable et seule une stratégie de création de valeur ajoutée peut, dans un contexte de rareté de la ressource en eau, permettre un développement rural durable. Suite à la réalisation d'une étude présentée au Conseil régional lors de sa session de janvier 2007, la stratégie se donne pour objectifs de protéger à terme tous les produits du terroir du Souss Massa Draa et le savoir-faire des populations de la Région, dans leur spécificité et leur singularité géographique, par des signes distinctifs d'origine. Le prochain chapitre, entièrement consacré à la présentation de la nouvelle dynamique impulsée par le Conseil régional, montrera quelles décisions ont pu en découler.

Les enjeux mis en avant dans la stratégie sont pluriels : promotion d'un développement économique et social durable pour les populations rurales défavorisées, gestion économe de la ressource hydrique dans un contexte de rareté, maintien de la biodiversité locale, préservation des spécificités culturelles. Et la mise en œuvre de la stratégie régionale devra être l'occasion de réussir à la fois :

- une restructuration des filières de production : renforcement des coopératives, création d'unités de transformation, valorisation par une stratégie de segmentation et d'identification sous SDOQ,

- un développement du marché régional, national, et étranger et de la chaîne de valeur au Maroc avec recherche de débouchés à haute valeur ajoutée.

La coopération établie avec la région Aquitaine va venir appuyer la mise en œuvre de la nouvelle stratégie. Après l'organisation en novembre 2006 d'un atelier de sensibilisation à la mise en place d'une politique régionale des produits du terroir, des « *Assises de l'Origine* » sont ainsi organisées en décembre 2006 à Agadir, en coopération avec la Région Aquitaine et avec la participation de l'INAO. L'implication de la région Aquitaine, à travers notamment la fédération régionale des coopératives agricoles (FRCAA), va alors porter sur la valorisation d'un premier produit de terroir de réputation mondiale : *l'huile d'argan*.

Pour l'Aquitaine et ses coopératives agricoles, il y'a un intérêt fort à ce que les politiques d'origine des productions agricoles rayonnent dans le monde pour protéger l'activité, le revenu et les productions des paysans liés à un terroir. Pour la région du Souss Massa Draa, les coopératives d'argan et les femmes du Souss, il s'agit d'initier une politique de développement durable et de tester la pertinence des outils en matière de politiques d'origine. Il s'agit donc, dans l'esprit des partenaires, d'une coopération de type « gagnant/gagnant ».

L'IGP ARGANE



L'arganeraie du Maroc, classée **réserve mondiale de la biosphère** par l'UNESCO, est un espace boisé de 800.000 ha recouvrant une partie de la région Souss Massa Draa et de la province d'Essaouira, unique au monde. L'arganier est en effet un arbre endémique au Maroc. C'est aussi un « *résistant* » adapté au climat semi-aride et capable de traverser des périodes de sécheresses. L'arganier, arbre multi-usages, maintient les sols, sert de rempart contre le désert et nourrit les hommes et le bétail. Les différentes productions de l'arganeraie fournissent au total plus de 20 millions de journées de travail dont 7,5 aux femmes pour la production d'huile.

L'huile d'argan, fruit d'un savoir ancestral est l'une des plus grandes richesses de la région. Traditionnellement produite par les femmes rurales de l'arganeraie, elle est une source de revenus importante pour les familles rurales concernées (2 millions de personnes). Suite aux efforts récents de structuration du tissu, développés notamment dans le cadre du « *projet arganier* » financé par l'Union européenne et mis en œuvre par l'Agence de développement social, on compte aujourd'hui environ une centaine de coopératives féminines. La production exportée est d'environ 300 tonnes par an pour un chiffre d'affaire à l'export entre 40 et 50 millions de dirhams. Une grande partie de l'huile est exportée en vrac et non transformée, la valeur ajoutée étant réalisée par des entreprises d'autres pays, notamment dans le secteur de la cosmétique.

Cette huile, a fait l'objet, ces dernières années, d'une mobilisation médiatique et commerciale sans précédent pour ses vertus à la fois alimentaires et cosmétiques. Les prix sur le marché mondial ont par suite explosé. Cependant, la région de l'arganeraie, et notamment les femmes rurales, n'en ont guère tiré grand bénéfice, et de nombreux trafics se sont développés. En outre, l'écosystème, dégradé par la désertification et une insuffisance de reconnaissance de sa valeur, n'a pas vu sa situation s'améliorer.

Dans ce contexte, la mise en place d'une IGP « ARGANE » (« argane » est le nom traditionnel en amazigh de l'huile d'argan) répond à un objectif essentiel : fixer la valeur ajoutée sur le territoire au profit des femmes pour permettre le développement économique des coopératives et réapproprier le nom et la notoriété aux acteurs territoriaux de la filière. La dénomination ARGANE devra donc être réservée uniquement aux produits issus de la zone géographique (c'est-à-dire l'ensemble des communes de la réserve de biosphère UNESCO) respectant le cahier des charges.

L'IGP a d'autres objectifs importants et complémentaires : i) structurer la filière et promouvoir une démarche collective de commercialisation, communication et promotion, ii) préserver la biodiversité du système arganier, iii) renforcer le positionnement de l'huile d'Argane sur le marché mondial, et lutter contre toute usurpation commerciale du nom, iv) apporter aux consommateurs des garanties sur l'origine, la traçabilité, la qualité et l'équité.

La mise en œuvre du projet IGP va conduire à l'organisation d'ateliers avec tous les partenaires concernés durant l'année 2007 puis à l'élaboration du cahier des charges. En janvier 2008 est créé le groupement demandeur (organisme de défense et de gestion), à savoir l'Association Marocaine de l'indication géographique de l'Huile d'Argane «AMIGHA», lequel rassemble le Conseil régional, les groupements de coopérative et leur association et union nationales et un collègue d'industriels. Un comité d'appui comprenant



notamment les administrations déconcentrées de l'agriculture et des eaux et forêts est par ailleurs instauré. L'AMIGHA, qui regroupe les différents partenaires de la filière notamment les coopératives féminines, est le lieu des décisions stratégiques. Sa mission est d'initier, de porter et de manager la démarche IGP. A ce titre, AMIGHA va devoir : i) élaborer le cahier des charges de l'IGP, porter la demande de reconnaissance auprès du Département de l'Agriculture du Maroc et de l'UE et veiller à son application, ii) participer aux actions de défense et de protection du nom du produit à l'échelle nationale et internationale, iii) mettre en œuvre des actions de promotion et communication collectives et iv) structurer et élaborer la stratégie de la filière en coordination avec les producteurs et les transformateurs.

En juin 2008 sont mis en place un panel national de dégustation de l'huile d'argan et une formation sur les analyses sensorielles de l'huile par le laboratoire ITERG de Bordeaux France, ce qui conduit à la détermination des descripteurs du produit. De mars à juin 2008, des ateliers de travail sont tenus pour la finalisation du cahier des charges IGP Argane, lequel est approuvé en octobre 2008 par le Conseil d'Administration d'AMIGHA. Le cahier des charges, pour permettre au territoire de capter la valeur ajoutée, garantit que toutes les opérations de ramassage des fruits de l'arganier, de production, de transformation et de conditionnement de l'huile d'argan doivent être réalisées dans l'aire géographique de l'IGP. Il garantit également que seule l'huile extraite exclusivement à partir des amandes des fruits de l'arganier a droit à l'IGP et que la collecte des fruits doit avoir lieu entre les mois de juin et fin septembre, que le séchage doit se faire au soleil et que le stockage ne doit pas excéder 36 mois. L'huile doit avoir une teneur en acide gras oléique de 43,3% à 49,1% en acide gras linoléique est de 29,3% à 36,0% et en tocophérols de 40 à 90 mg/100g.

La traçabilité sera assurée par des procédures de suivi aux différentes étapes de production et les contrôles externes par Normacert.

En février 2009, l'IGP ARGANE est officiellement reconnue, puis, en janvier 2010 a lieu la première certification de coopérative. L'inscription au registre OMPIC est faite en février 2010 et la demande de reconnaissance par l'UE est en cours. La sortie des premiers produits signés « IGP ARGANE » est prévue pour juillet 2010.

La réussite du projet va encore nécessiter des efforts importants. Il s'agit en effet de convertir un succès de « procédure » en victoire économique, et de passer d'une présence politique à une efficacité fonctionnelle. Ceci va nécessiter des progrès en marketing et en organisation économique – promotion, développement de l'image et des circuits de distribution-, de structurer l'offre et de conforter le management d'AMIGHA qui doit pouvoir garantir son autonomie fonctionnelle et organiser de façon efficace sa relation avec le tissu de coopératives, malgré l'éloignement.

De 2010 à 2011, AMIGHA et ses acteurs vont notamment s'attacher à : i) positionner sur le plan commercial et marketing l'IGP Argane, ii) organiser le marché cosmétique, iii) finaliser les démarches de reconnaissance de l'IGP au niveau de l'UE, iv) réussir les négociations avec les utilisateurs actuels du nom ARGANE et v) rendre plus complémentaires et cohérentes les actions des financeurs en prenant comme bases les plans d'action de l'IGP et de l'AMIGHA.

Des innovations sont prévues dans le packaging avec la création de bouteilles spéciales portant la mention « IGP Argane » gravées en relief, que l'ensemble des coopératives pourra faire leur.

Le projet a déjà permis aux acteurs de la filière, dont les coopératives et leurs productrices de prendre conscience des véritables enjeux. Celles-ci ont démontré une capacité à se fédérer et à décider, vite, bien, sans précipitations. La Région à l'origine du projet, a joué un rôle de leader, mais aussi de catalyseur et de trait d'union, fournissant des moyens, dont la coopération.

Le Maroc est le 4^{ème} producteur mondial de safran avec environ 3 tonnes produites par an, loin derrière l'Iran (200 tonnes) et l'Inde (9 tonnes). Les prix de vente en vrac (producteurs) varient de 400 US\$ le kg (Iran) à 4000 (Sardaigne). La vente au détail dans l'UE peut aller de 5 à 8 euros/gramme. La production européenne ne cesse de décliner alors que la demande d'épices s'accroît.

Le terroir de production au Maroc est le massif du Siroua (les 2 cercles de Taliouine et de Taznakht), le safran étant connu sous le nom de « *safran de Taliouine* ». Sa culture, qui remonte au moins au 18^{ème} siècle, constitue la clef de voûte de l'agrosystème traditionnel et de l'économie paysanne du Siroua. La culture se fait en terrasses construites à l'aide de murets en pierres dans les zones montagneuses accidentées avec irrigation locale. Le safran est cultivé en rotation avec l'orge, parfois sous amandiers. Le maïs, la luzerne, le blé dur et certaines cultures légumières sont souvent des précédents culturaux. Les paysages peuvent être d'une beauté idyllique.

Malgré une réelle réputation, la production, essentiellement collectée sur la parcelle et vendue par des intermédiaires, est demeurée mal valorisée avec des prix peu rémunérateurs pour les producteurs.

Des innovations ont été initiées en 2004 avec la création par 11 jeunes agriculteurs de la *coopérative Taliouine*. Celle-ci contrairement à l'ancienne coopérative Souktena, est une coopérative très locale (centrée sur un douar) qui bénéficie d'un apport total de la production des membres. La nouvelle coopérative est un succès : elle a permis un accès rémunérateur au marché européen et son exemple a fait école : une dizaine d'autres coopératives comparables ont été depuis créées.



Le facteur déclenchant du progrès a été la demande d'appui exprimée par ces jeunes producteurs et la réponse qui a pu lui être apportée par l'ONG Migrations & Développement. Celle-ci, créée en 1986 en France par des migrants marocains pour soutenir le développement dans leurs villages d'origine (Anti et Grand Atlas), présente à Marseille et sur place au Maroc (Taroudant, Taliouine) est active depuis 20 ans dans le développement local. Elle a donc pu comprendre les besoins exprimés par les jeunes agriculteurs et leur apporter des réponses en mobilisant une expertise européenne et en assurant une animation locale. Elle a aidé le groupe de jeunes à se structurer en coopérative et à investir (avec l'appui de l'Agence de Développement Social). Elle a aussi obtenu l'accord de la FAO pour financer une première étude de la filière safran (2007), contribué au *festival du Safran de Taliouine* organisé par l'Office régional de mise en valeur agricole, mis en contact les jeunes producteurs avec des acheteurs européens (CTM, Slowfood....) et créé avec la fondation SlowFood (2009) une « *Sentinelle Safran* » à Taliouine.



L'étude a notamment permis de conclure à l'excellente qualité et typicité du safran de Taliouine, justifiant, outre une certification biologique, une indication géographique et une vente au détail. Passer à la vente au détail imposait cependant une maîtrise du conditionnement et du packaging. Ainsi dès 2006, 50 kg étaient vendus avec conditionnement en capsules et sachets de cellophane de 1 g, dont près de 13 kg à l'entreprise OLIVIERS & CO. (Fr.) au prix de 1,50 EUR/g. Les perspectives de marché sont la vente aux entreprises spécialisées dans la distribution au détail (Maroc et UE), une distribution par une centrale d'achat du commerce équitable (CTM Altromercato, Italie), la commercialisation in situ (touristes) et la vente au détail *on line*.

L'expérience a montré le bénéfice possible (confiance et discipline collective) de groupements de producteurs à l'échelle du terroir de base (le douar) et d'innovations dans le conditionnement et la mise en marché.

D'importants progrès sont cependant encore à réaliser. En effet, la commercialisation des coopératives ne représente que 3% de la production (étude FAO 2009) et la structuration actuelle des acteurs de la filière témoigne d'intérêts financiers souvent divergents et d'un manque de confiance. En outre, les fonds de roulement sont inexistantes. Il conviendrait par conséquent de mieux fédérer l'ensemble des acteurs du territoire/filière dans un projet collectif. Il faut espérer que la reconnaissance en mai 2010 de l'AOP « Safran de Taliouine » élaborée à l'initiative de la région Souss Massa Draa, laquelle agit également comme organisme de défense et de gestion de l'AOP jusqu'à la reconstitution de l'Association des producteurs du Safran à Taliouine et Taznakht le permettra. Les objectifs stratégiques mis en avant par la région pour la mise en place d'une AOP Safran ont été les suivants : la protection contre les usurpations, la captation au niveau local et national de la plus-value, le renforcement du safran marocain sur le marché international, l'amélioration du statut de la femme, le renforcement de l'ancrage du safran dans les habitudes et les mœurs de la région.

Une autre question se posera : celle de la capacité de la communauté locale à concilier le bénéfice d'une vente plus rémunératrice et le maintien des valeurs culturelles du terroir. En effet, l'augmentation récente des prix laisse penser qu'elle pourrait menacer certaines habitudes alimentaires et certains aspects traditionnels liés à l'usage populaire du safran.

3.3. LA PROVINCE D'ESSAOUIRA

La province d'Essaouira comprend deux grandes zones. Au sud, la zone de montagne Haha a pour productions dominantes l'argane, l'élevage caprin associé, mais aussi le caroubier, l'apiculture, les plantes aromatiques. Au nord, la zone Chiadma, de plaines et de plateaux, est consacrée à la céréaliculture, à l'élevage bovin et ovin et à l'oléiculture. Presque toute la zone est contrainte par le manque d'eau et par l'aridité et les niveaux de pauvreté sont relativement élevés.

La province a été pionnière au Maroc dans son engagement pour les produits de terroirs. Elle le doit principalement à sa Direction provinciale de l'agriculture (DPA) qui, dès 2001, a organisé des journées d'étude de « *programmation par objectifs* », avec élaboration d'un diagnostic et d'une *vision stratégique*. La DPA comprend alors que l'avenir passe par la valorisation des produits de terroirs assortie de signes d'origine. Trois produits sont identifiés pour initier une mobilisation collective : l'argane, l'huile d'olive et le chevreau d'arganier.

L'HUILE D'ARGAN

L'arganeraie dans la province représente 136.000 ha pour une production de 70.000 tonnes de fruits et de 2000 tonnes d'huile d'argan. La DPA, forte de sa nouvelle vision, s'est beaucoup investie dans la mise en œuvre du *projet arganier*, financé avec l'aide de l'UE à travers l'ADS : 1000 femmes rurales de la Province, regroupées en 26 coopératives en ont bénéficié, 15 coopératives ont été mises à niveau (alphabétisation, aménagement, équipement, appui à la commercialisation), 10 sièges de coopératives ont été créés (financés par l'INDH), ainsi qu'un GIE chargé d'appuyer la commercialisation notamment à l'export. Le chiffre d'affaire des coopératives a augmenté de 40% de 2005 à 2007 et des progrès significatifs ont été obtenus en termes de qualité (mise en bouteille, certification bio et commerce équitable, prix Slow food), d'efficacité du travail, d'efficacité énergétique et d'alphabétisation (500 femmes bénéficiaires).

Les principales clefs du succès dans le *projet arganier* ont été :

- La mise en place d'un « *front office* » (sous forme de cellule d'appui aux coopératives) de qualité, constitué de 4 animateurs (2 cadres de la DPA/CT, 2 animateurs financés à plein temps par l'ADS) formés (68 jours de formation sur 5 ans) pour l'appui à la formulation des projets par les coopératives.
- Un système de financement souple et qui responsabilise les bénéficiaires en renforçant leurs capacités : appel à projet, subvention accordée sur présentation du projet après avis favorable d'un comité d'évaluation, financement du projet permettant de renforcer les capacités des coopérateurs (alphabétisation), coopératives et groupements ; 30% du coût du projet à la charge des bénéficiaires ; système de contractualisation.
- La forte déconcentration et le recours à un *back office* qualifié (cadres DPA, expert international, experts nationaux)
- La concertation continue et le temps qui lui a été consacré.

La DPA et les coopératives de la Province ont aussi joué un rôle actif au sein d'AMIGHA.

L'oléiculture représente dans la province 15.000 ha pour une production de 15.000 tonnes d'olives et de 2.000 tonnes d'huile. L'huile de Chiadma est réputée au niveau national pour son goût fruité et ses caractéristiques organoleptiques authentiques. Elle a obtenu le 1^{er} prix OLEA en 2006 et le 3^{ème} prix du SIAM 2007.

Dès 2002-2003, des études préliminaires sur les « huiles d'olive de la province d'Essaouira » sont réalisées. Elles conduisent à la décision de mener une opération pilote sur le terroir de « Tyout » un terroir limono-sablonneux intéressant 7 douars, formant espace de rencontre des tribus Haha et Chiadma et réputé pour son huile. Tyout, périmètre irrigué et oliveraie de 100 ha, est riche d'une très longue histoire et d'une grande valeur patrimoniale, culturelle et paysagère. On y dénombre 12.000 oliviers centenaires. Comme dans bien d'autres cas, la faible valorisation économique du produit et l'atomisation foncière (on compte



Jan 2009

Dépôt du dossier de reconnaissance et de protection de l'huile d'olive Tyout chiadma

120 exploitants sur les 100 ha et chaque exploitation compte de nombreuses parcelles) sont telles que l'oléiculture souffre d'un manque d'entretien. En effet, si un propriétaire taille sa parcelle sans que ses voisins fassent de même en même temps, il sera perdant (les arbres des voisins profiteront du soleil aux dépens des siens). Cependant, le terroir de Tyout a pour lui l'existence d'une AUEA (association d'usagers d'eau agricole) et la volonté d'un noyau d'agriculteurs volontaires pour aller de l'avant et s'engager dans le projet de valorisation. L'élaboration d'une AOP paraît donc justifiée et jouable.

Avec l'appui constant du Centre de Travaux d'Hanchane (structure de proximité du Ministère de l'agriculture), de la DPA et d'un chercheur de l'INRA de Marrakech, ce noyau d'une vingtaine d'agriculteurs va alors mettre en œuvre la dynamique locale. Elle se traduira par la création d'une coopérative, et de 3 comités (technique, juridique, de contrôle interne) chargés de l'élaboration du cahier des charges détaillé et de nombreuses autres missions (encadré).

Encadré 15. Trois comités pour un progrès collectif

Le comité technique composé de la coopérative, du CT, du service compétent de la DPA et de l'INRA de Marrakech, a eu pour missions de : organiser des journées de sensibilisation et de démonstration, déterminer la date optimale de récolte et organiser l'opération de récolte, transport et stockage, former sur les paramètres de qualité, encadrer la trituration et élaborer le cahier des charges de l'AOP.

Le comité juridique, composé des mêmes membres, a eu pour mission de délimiter la zone géographique de l'AOP, mettre en place une structure de contrôle, valider à son niveau le cahier des charges.

La cellule de contrôle interne composée d'agriculteurs connaisseurs du site et de jeunes instruits a, avec l'appui du CT, inscrits les agriculteurs souhaitant participer à l'opération, mis en place un calendrier de récolte basé sur la maturité des olives, contrôlé la qualité des olives réceptionnées dans la maâsra, contrôlé le déroulement de l'opération de trituration, contrôlé la qualité de l'huile produite (acidité et valeur organoleptique).

Le projet de 1,2 million DH, financé par les bénéficiaires avec l'appui des pouvoirs publics (DPA, INDH, FREPE), a permis de construire une unité de trituration traditionnelle répondant aux normes requises en matière de qualité et d'hygiène, d'améliorer le matériel de trituration et agricole, de réaliser des emballages et étiquetages de qualité, de conduire les analyses chimiques et organoleptiques et de mettre en place des formations adaptées.

C'est donc tout un travail d'animation locale conduit sur plusieurs années (depuis 2004), avec la mise en place de groupes professionnels locaux et la tenue de très nombreuses réunions qui est à la base du succès.

Le cahier des charges de l'AOP, qui a demandé 4 années pour son élaboration (2005 à 2008) a été officiellement reconnu en avril 2009 par décision du Ministre de l'agriculture. Il garantit des conditions de production pour une huile de haute qualité avec maintien d'une forte authenticité et de savoir-faire locaux. Le cahier des charges impose notamment : i) la réalisation de travaux du sol au moins deux fois par an, en hiver, pour faciliter l'infiltration des eaux pluviales dans le sol, ii) une évaluation de la maturité des olives au début de chaque campagne, l'indice de maturité devant se situer entre 2,5 et 3,5 ; iii) une taille de fructification annuelle avec cependant une taille de régénération progressive pour les arbres âgés, iv) une période de stockage comprise entre la récolte des olives et leur trituration qui ne doit pas excéder 48 heures ; v) un broyage et un malaxage simultanés à l'aide de *meules en pierre*, vi) le lavage des scourtins à la fin de chaque journée et leur rénovation chaque mois ; vii) la réalisation de la pression de la pâte d'olive dans des presses en inox, viii) le conditionnement dans des bouteilles en verre neuves.

L'AOP Tyout Chiadma se caractérise par sa couleur jaune doré avec une teinte verte légère ; non transparente, son fruité moyen (3 à 4,5) et équilibré en amer (2,7 à 4) et en piquant (2,5 à 3,7) et son arôme prononcé de tomate et de cardon. Elle présente une très faible acidité libre ($\leq 0,4\%$) et un indice de peroxyde inférieur à 15 milliéquivalents d'O₂ des peroxydes/Kg d'huile. Les teneurs en acides gras mono-insaturés et polyinsaturés doivent être comprises respectivement entre 67% à 72% et entre 15% à 18%.

Au dire de responsables agricoles locaux, l'obtention de l'AOP et la création de plus value va conduire les jeunes à revenir au pays. C'est toute une dynamique de renouveau rural qui s'est ainsi engagée.

LE CHEVREAU D'ARGANIER

L'arganeraie n'est pas qu'une forêt naturelle, affaires de femmes rurales : c'est aussi un espace agro-sylvo-pastoral plurimillénaire géré par des agriculteurs-éleveurs. Si l'élevage peut contribuer, par surpâturage ou mauvaise gestion des parcours, à la dégradation de l'écosystème, il est aussi une composante de celui-ci et les agro-pasteurs peuvent contribuer à sa bonne gestion, y compris, le cas échéant, par des actions de bon entretien des arbres et par des règles communautaires de mise en repos.

L'arganeraie permet donc depuis des temps immémoriaux une production caprine très originale et naturelle. On évalue au total à environ 1,2 million de têtes l'effectif caprin pour une production de viande chevreau d'arganier d'environ 4.200 tonnes/an. Le cheptel se caractérise par des animaux « grimpeurs », de profil droit et de petite taille. L'alimentation typique, basée sur les produits de l'arganeraie, donne une viande singulière à forte réputation diététique. Issue d'animaux jeunes (de 6 à 12 mois) et de carcasses légères (de 5 à 10 kg), la viande, tendre et juteuse, se caractérise par sa couleur rouge clair, sa texture peu filandreuse, sa flaveur (goût sucré et arôme de végétaux), sa richesse en acides gras polyinsaturés et sa faible teneur en lipides totaux et en mauvais cholestérol. Sans distinction sur le marché, elle n'est pas payée à son vrai prix.

Dans un tel contexte, la mise en place d'une IG correspond à trois grands objectifs : i) valoriser, reconnaître et protéger la viande du chevreau de l'Arganier, ii) responsabiliser les éleveurs dans la gestion durable de l'écosystème, iii) consolider et pérenniser l'attractivité de cet élevage typique et améliorer les revenus des éleveurs.

La mise en place d'une IG, justifiée par la grande typicité que le terroir donne au produit, pourrait donc être d'une importance vraiment stratégique.

Après la réalisation en 2001-2002 d'une étude sur la caractérisation de l'élevage caprin de l'arganaie, et l'organisation en 2003 d'un séminaire sur la chèvre dans l'écosystème, une réflexion stratégique sur le chemin vers un signe d'origine et de qualité a été engagée en 2004 avec 4 étapes successives :

- Phase 1 (2004-2005) : création d'un groupement d'éleveurs « Essaouira Argane » affilié à l'ANOC (association nationale ovins, caprins) et constitution d'une cellule d'animation du groupement composée d'un technicien de la DPA et d'un animateur de l'ANOC ainsi que d'un comité technique de suivi. Le groupement compte environ 160 éleveurs.
- Phase 2 (2006-2007) : actions de renforcement des capacités des animateurs et des éleveurs avec à la clef la mise en place d'un programme de sélection génétique et une amélioration des conditions d'élevage ayant permis une réduction considérable de la mortalité passée de 25 à 2%.
- Phase 3 (2008-2009) : réalisation d'essais de transformation et d'études de typicité de la viande avec l'Université de Catania, et formation d'un jury de dégustation.
- Phase 4 (2010) : élaboration d'un cahier des charges et dépôt de la demande de reconnaissance et de protection.

La DPA et ses partenaires ont impulsé par ailleurs de nombreuses actions de sensibilisation et de communication en direction des consommateurs et des producteurs : organisation de séminaires et foires, concours culinaires, participation aux salons agricoles, mise en place d'un circuit des produits de terroir avec une agence de tourisme et les coopératives. C'est ainsi tout un faisceau d'actions qui concourt progressivement à créer un « panier de biens et de services » et à susciter une émulation et une synergie globales.

3.4 CHEFCHAOUEN / TANGER TETOUAN

La région Tanger Tétouan, à la pointe nord ouest du Maroc compte 5 provinces et une population totale de 2,6 millions de personnes. Le contraste entre les zones côtières et l'intérieur montagneux est considérable et la ville de Tanger, avec l'exode rural, a connu une très forte croissance démographique, plus rapide que celle de l'économie. Cette explosion urbaine est problématique à bien des titres. La région se caractérise aussi par une très grande richesse biogéographique qui a justifié la création de la réserve de biosphère intercontinentale de la Méditerranée occidentale (partagée avec l'Espagne), celle du parc national de Talasemtane et le projet de parc naturel de Bouhachem. La riche biodiversité et le milieu naturel lui-même, les sols, la végétation, sont cependant très dégradés par l'importance de l'érosion et par la déforestation. La vitesse d'envasement des retenues des barrages, signe de la très forte érosion, est considérable. La culture du cannabis y a directement contribué.

L'encouragement à d'autres formes de gestion et de valorisation des ressources locales est donc une nécessité.

LE PROJET DE PARC NATUREL DE BOUHACHEM, UNE COOPERATION AVEC PROVENCE ALPES COTE D'AZUR

La Région Tanger Tétouan a souhaité que soit mis en place un projet territorial de développement local en milieu rural, inspiré par les principes directeurs des parcs naturels régionaux français. Ces derniers se définissent comme des territoires ruraux fragiles, reconnus au niveau national pour leurs fortes valeurs patrimoniales et paysagères et qui s'organisent autour d'un projet concerté de développement durable, appelé « charte », fondé sur la protection et la valorisation du patrimoine.

La Région Tanger Tétouan a argumenté cette décision par la prise en compte des très fortes évolutions s'exerçant sur ses territoires ruraux habités, au patrimoine naturel et culturel riche mais fragile et menacé par ces mêmes évolutions. Elle s'est ainsi rapprochée de la région Provence Alpes Côte d'Azur, laquelle a, dans ce domaine, une grande expérience accumulée puisqu'elle compte 5 parcs naturels régionaux, 2 parcs nationaux et 3 réserves de biosphère (UNESCO), représentant au total 42 % de la superficie régionale.



La coopération a conduit à l'élaboration du projet de « parc naturel » de Bouhachem, sur le périmètre de 6 communes (149 douars) situées au carrefour des 3 provinces de Chefchaouen, Larache et Tétouan, soit une superficie totale de 90.000 ha dont 50% relevant du domaine forestier et une population de 50.000 habitants (chiffres 2001). La petite région se caractérise par une agriculture de subsistance peu performante (céréaliculture en baisse au profit de la culture illicite, élevage caprin, oléiculture, arboriculture fruitière) et par un fort accroissement démographique accentuant les pressions sur les ressources naturelles.

Le patrimoine local est exceptionnel mais menacé. On peut notamment citer :

- 33.000 ha de forêt (zenaie, tauzaie, suberaie, pinède, cédraie) à biodiversité floristique élevée, 32 espèces de mammifères dont 11 espèces endémiques, rares ou menacées, 91 espèces d'oiseaux, dont 32 sont endémiques, rares ou menacées et 29 espèces de reptiles ;
- un patrimoine historique et religieux très vivant (pèlerinages) et des savoir-faire et pratiques agricoles spécifiques : culture du chkalia, jus de raisin cuit (samet) témoin de l'activité viticole passée. Le miel de Bouhachem est un produit apprécié à l'échelle régionale ;
- Un patrimoine architectural spécifique, un habitat traditionnel et 7 monuments remarquables datant du XVI^{ème} et XIX^{ème} siècles ;
- Une forte identité culturelle ;
- Un artisanat d'art et de service traditionnels, diversifié mais en déclin.

La coopération s'est mise en place en 2001 avec une mission sur place du vice président de la région PACA, président du parc naturel régional du Lubéron. Elle a conduit à : i) de nombreuses missions d'experts français, et à une identification avec les acteurs concernés du patrimoine local, des axes prioritaires possibles d'un développement durable pour la zone et d'orientations possibles pour la création d'un parc naturel. Des orientations et objectifs à 20 ans ont ainsi pu être définis en 2003-2004 et un conseil associatif et un conseil scientifique ont été créés. La proposition de charte a ainsi retenu 5 grands objectifs : protéger, aménager, développer, informer et expérimenter. En 2004-2008, les autorités locales (communes, provinces, région) et des services de l'Etat et des associations ont adhéré à la charte et une série de microprojets a pu être initiée au bénéfice de la population. Enfin, en 2009-2011, a été mis en place un comité de pilotage du projet pour aboutir à la création de l'organe de gestion et à la labellisation du territoire en « parc naturel », conformément à ce que doit permettre la nouvelle loi en cours d'examen sur les espaces protégés.

Une priorité retenue pour 2010-2011 est l'aide pour le développement et la valorisation du secteur oléicole.

LA PROVINCE DE CHEFCHAOUEN, DU PROJET MEDA AU FORUM PLANETE TERROIRS

La province de Chefchaouen a bénéficié de l'appui d'un projet européen intitulé « projet de développement participatif des zones forestières et péri-forestières de la province de Chefchaouen ».

Ce projet a été l'occasion pour le directeur de la DPA de l'époque, lequel avait initié la valorisation des produits de terroirs sur Essaouira, de développer une *approche très partenariale* associant notamment les professionnels et les ONG actives dans la province et faisant évoluer l'administration d'un rôle de « *command and control* » à un rôle de partenaire basé sur la responsabilité partagée et le travail en réseau avec les autres acteurs du territoire, étatiques et non. La mise en place d'équipes d'animateurs (4 animateurs par Centre de Travaux dont 2 financés par le projet) a permis au projet de s'ancrer localement.

Le projet a notamment :

- permis de soutenir de nouvelles dynamiques agricoles locales -apiculture, cuniculture, oléiculture, fromagerie de l'ANOC, plantes aromatiques et médicinales (PAM), miel, fruits séchés,...- dans une zone pourtant difficile.
- montré l'importance d'intégrer des activités de renforcement des capacités institutionnelles, ainsi que des capacités des différents acteurs locaux (formation et assistance technique ciblant des associations de développement local, des groupements féminins, des coopératives de producteurs, etc...) pour la mise en marché et la valorisation des produits agricoles locaux,
- montré que la durabilité du développement agricole en zones de montagnes ne peut se réaliser sans une vision territoriale, globale et intégrée, des actions et des acteurs, autour d'un '*panier de biens et de services*'.

Cette dynamique « multi-acteurs », bien engagée, a été l'une des raisons du choix de Chefchaouen pour l'organisation du 3^{ème} Forum Planète Terroirs. La préparation du Forum, de début 2009 au printemps 2010, par les associations *ATED* (association Talasemtane pour l'environnement et le développement) et *Terroirs et Cultures* avec l'appui d'un comité de pilotage local impliquant fortement l'administration de l'agriculture, a été l'occasion d'aller beaucoup plus loin dans la rencontre entre acteurs et dans la réflexion partagée. Elle a permis des actions sur 5 axes (encadré 16).

Encadré 16 : Cinq axes pour une approche terroir

1. **Connaissance et recherche-action** : un travail de caractérisation des produits, filières de production, patrimoines bio-culturels, patrimoines jbala, cultures alimentaires, etc. a pu être mené à bien.
2. **Dynamique collective** : le comité de pilotage du Forum, les nombreuses sessions d'information et de sensibilisation, les journées sur le tourisme rural, les visites d'échanges, la présentation des produits de terroirs de Chefchaouen à la 35^{ème} conférence générale de l'UNESCO, ont été d'occasions de son animation.
3. **Formation et accompagnement** : des réflexions sur les besoins et des sessions de formation/action pour le renforcement des capacités des acteurs locaux, notamment les organisations professionnelles agricoles et artisanales ont été menées à bien.
4. **Commercialisation et accès au marché**. C'est une question importante car la plupart des coopératives ont des problématiques d'accès aux marchés et il est important d'innover, de trouver de nouvelles formules d'accès aux marchés, de décider le cas échéant de segmentations pour adapter l'offre aux différents types de consommateurs, et de Favoriser la synergie pour créer un panier de biens et de services
5. « **Vision** » **partagée** : elle se développe autour d'un identifiant fort : le monde jebli, les produits de terroirs et le panier de biens et services jbala.

DEUX EXEMPLES DE PRODUITS DU TERROIR JBALA : LE SAMET ET LE JBEN

LE SAMET

Le *samet* est un produit de terroir typique présent dans la région de Chefchaouen au moins depuis le 16^e siècle. Produit des régions anciennement viticoles de Bab Taza et Mokrisset, le *samet* était un moyen de conserver les derniers raisins de la récolte, moins présentables.

Le samet, sirop de raisin issu traditionnellement de variétés locales de vignes (le taferialte, le singu ou le boukhanzi), mobilise un savoir faire original. Après récolte, nettoyage et lavage, le raisin est mis à sécher dans une corbeille, puis écrasé dans des sacs avec les pieds. Une fois filtré et égoutté, le jus est mis à cuire à feu fort dans une marmite pendant 4h30 à 6h. A ce stade, il peut être vendu ou amélioré. Pour ce faire, le *samet* repose pendant une semaine, puis il est recuit une demi-heure et filtré de nouveau.

Le produit tient une place originale dans les traditions alimentaires et médicinales de la région. Consommé comme du miel, au petit déjeuner, avec du beurre, il est également un ingrédient de la *aâssida* (soupe à base semoule ou vermicelles et de lait). Pour l'Aid El Kbir, il est utilisé à la place du miel pour faire l'*mrouzia* (un tagine sucré-salé aux amandes et aux raisins secs). Aliment énergétique, le samet est également utilisé comme médicament, en cas de rhume ou fièvre ; il est administré aux femmes après l'accouchement.

Cette production originale est cependant progressivement tombée dans l'oubli pour n'être aujourd'hui élaborée que dans quelques *douars* de la région. L'épidémie de phylloxera dans les années 70 a décimé les vignes de la région, qui ont été remplacées par d'autres cultures, moins fragiles. Sa production reste majoritairement réservée à l'autoconsommation et pèse peu sur l'économie locale. Le samet est cependant vendu dans les souks locaux et dans la boutique 'Chaouen Rural' à Chefchaouen et il est proposé dans quelques gîtes de la région. Il présente aussi des opportunités économiques certaines, à même d'impulser une dynamique de terroir car le litre de *samet* est vendu aux alentours de 200 Dh/L dans les souks, contre 3 à 10 Dh/kg le kg de raisin (il faut 3 litres de jus de raisin pour faire un litre de samet).

Une stratégie de renouveau pourrait donc être justifiée. Les questions posées par la production de *samet* sont cependant nombreuses. Au plan de la production de raisin, les quelques vignes aujourd'hui présentes aux alentours de Bab Taza, du muscat en provenance d'Italie, ont été financées par divers projets au détriment des variétés locales. La réintroduction de variétés locales pourrait contribuer à la réhabilitation de la biodiversité, facteur essentiel dans une perspective de développement local durable. Le développement de la production de *samet* implique aussi une réflexion autour de la modernisation de son mode de fabrication (semi-mécanisation) sans perte de typicité. Il convient en effet de mettre au point les machines qui, adaptées à la petite transformation artisanale, permettront de produire un produit authentique en réduisant considérablement le temps et la pénibilité du travail. Il faudra enfin organiser mieux la profession et la mise en marché, et créer, pourquoi pas demain, une IG.

LE JBEN

Le fromage frais de chèvre de Chefchaouen, ou « *jben* », est fortement présent et apprécié en pays Jbala depuis une cinquantaine d'années. Issu d'une tradition fromagère de la région Tanger-Tétouan, où les fromages frais mélangés (lait de vache et de chèvre) sont traditionnellement produits et consommés, le *jben* de chèvre s'est récemment imposé dans l'alimentation des Chaounis. Ce fromage est profondément lié au territoire de Chefchaouen, dans lequel l'élevage caprin est historiquement répandu, avec un mode de conduite majoritairement extensif et



traditionnel. Consommé au petit déjeuner, parfois accompagné d'huile d'olive, avec des crêpes (*m'semen*) ou du pain, il fait partie intégrante de la culture alimentaire locale. Le fromage fermier doit être « lavé » avant d'être consommé, car très salé pour sa conservation. Le jben est aussi connu à l'échelle nationale et les consommateurs l'associent clairement à la région de Chefchaouen. Il tire sa réputation de son territoire et de l'image « nature », « plein air » qu'il dégage.

On trouve deux types de jben :

- le *jben* fermier produit au sein de petites exploitations familiales Dans les petites exploitations familiales, les troupeaux sont destinés à la fois à la production de viande et de lait. La transformation fromagère constitue un complément de revenu pour les éleveurs qui vendent leur fromage dans les souks hebdomadaires de la région. Le *jben* fermier est produit avec le lait de chèvres locales ou croisées dont l'alimentation provient des parcours forestiers réputés pour être riches en plantes aromatiques et médicinales, souvent spécifiques et endémiques à la région. Son mode de fabrication résulte d'un savoir faire ancestral : élaboré à partir de lait cru et de présure naturelle généralement issue de la panse d'un jeune ruminant (ou parfois de la sève de figue), il se conserve grâce à un ajout de sel.
- Le *jben* de la fromagerie Ajbane Chefchaouen (gérée par l'ANOC, Association Nationale Ovine et Caprine) produit en majorité à partir de lait de races croisées et alpines, issu à la fois d'un groupement d'éleveurs caprins et d'un centre technique d'élevage caprin géré par l'ANOC. Les chèvres s'alimentent à la fois de fourrages et de complémentation. L'élaboration de ce fromage répond à des standards d'hygiène et de qualité modernes (système HACCP, agrément sanitaire). Le lait est pasteurisé, et des ferments lactiques sont ajoutés lors de la fabrication. Le développement de ce jben a bénéficié d'appuis publics importants avec des résultats palpables : environ 36 éleveurs ont une garantie de rémunération régulière, et cinq ouvriers et techniciens qualifiés sont employés. Cependant, la fromagerie ne fonctionne pas au maximum de sa capacité : environ 95% en haute lactation contre seulement 40% en basse lactation (plus de 6 mois par an).

Les 2 types de jben peuvent être considérés comme complémentaires. Le fromage de la fromagerie est demandé par une clientèle urbaine nationale (Tanger, Tétouan, Rabat et Casablanca), plus sensible aux méthodes modernes de fabrication. L'ANOC porte un projet de labellisation du Jben par un Signe Distinctif d'Origine et de Qualité notamment pour contrer des risques d'usurpation par des produits concurrents de marques sans lien avec le terroir. Le fromage fermier doit pouvoir trouver aussi sa place dans le projet territorial, ainsi que la viande de chevreau. La demande locale potentielle est élevée pour ces produits de terroirs très authentiques et la nouvelle politique agricole de professionnalisation des éleveurs, les travaux menés sur l'origine et la qualité, les savoir faire locaux, l'ancrage et la renommée du produit, un premier travail d'identification de race locale



actuellement mené par un groupe de chercheurs de l'INRA de Tanger et le souhait de l'ANOC de servir un développement au bénéfice de tous les éleveurs pourraient en être l'occasion.

4. LA CONTRIBUTION DE LA RECHERCHE

LE PROGRAMME DE RECHERCHE DE L'INRA SUR LES TERROIRS

Le programme de recherche sur les produits de terroirs de l'*Institut national de la recherche agronomique (INRA)* du Maroc s'est fixé 3 objectifs : préserver l'*agro-biodiversité*, valoriser des *savoir-faire locaux traditionnels* et améliorer le *revenu des agriculteurs*.

Les axes de recherche sont la préservation des ressources génétiques des variétés locales et la valorisation des productions locales.

La recherche/action porte sur l'inventaire et l'étude des procédés traditionnels d'élaboration des produits de terroirs pour l'identification et la mise en place des signes distinctifs d'origine et de qualité; la mise au point de nouveaux transformés à base de produits de terroirs; l'assistance et l'encadrement des projets de valorisation des produits de terroirs (transfert de technologies, appui à l'élaboration de cahiers des charges de signes distinctifs d'origine et de qualité, etc.); la collecte et l'évaluation des ressources génétiques locales.



Les actions de préservation des ressources génétiques ont déjà permis : i) la caractérisation de variétés locales de blé dur des terroirs de Ksiba, d'Imilchil, de Rich et de Taounat (variétés Aberyoun, Irks, Irden N'tiallalin et Chkiria), d'orges d'Azilal et de Taounat, de dattes (production de vitroplants des variétés Mejhoul, Boufegous et Bouzekri), ii) la collecte des germoplasmes et la caractérisation et évaluation de populations locales de câprier, cactus, arganier, amandier, figuier et plantes aromatiques et médicinales, iii) des études relatives au safran : optimisation du train technique de conduite, étude de la variabilité génétique, analyse chimique des principales composantes par HPLC et par Spectrophotométrie, étude biotechnologique pour l'identification des cultivars marocains présentant des qualités supérieures.

Les actions de valorisation ont permis pour leur part :

- la mise au point de nouveaux produits à base de cactus (fruits confits, nectars, confitures, filets, farines et soupes de raquettes, huiles de graines de figues), de dattes (confitures, nectar, pâte à tartiner, gelée), de fruits locaux (nectar et gelée de figues ; nectar et jus de grenade, olives vertes séchées, pâte d'olive à tartiner, clémentine de Berkane en sirop), de céréales (flocons d'orge et de blé dur, soupe pré-préparée d'orge), de préparations culinaires (tangia en conserve, soupe de fève pré-préparée),
- des partenariats avec l'Agro-tec Souss Massa Draa pour la mise en place de plusieurs unités de production de produits à base de cactus et de dattes par des coopératives locales à Chtouka Ait Baha et Zagora et avec l'**Agence du Sud** pour les oasis de Guelmine : montage de trois unités de transformation et de conditionnement des dattes, d'une unité de valorisation des olives de table de la région d'Ifrane (anti atlas), d'une unité polyvalente de valorisation par transformation des variétés du cactus, d'un micro projet communautaire d'élevage de poulet beldi et d'œufs, d'une unité de valorisation de l'orge locale (Megli- Belghmane) et de deux unités de fabrication du couscous local Khoumassi à Assa et à Zag.
- un accompagnement à la mise en place d'AOP pour des huiles d'olive de terroirs de Tyout Chidama (Essaouira) et d'Ifrane (Wilaya de Guelmime).

Une recherche plus territorialisée s'organise au niveau régional. Ainsi par exemple, le centre de Tanger Tétouan développe de la connaissance et des actions pour l'élevage caprin du pays Jbala pour un développement durable. Les recherches et études portent notamment sur la caractérisation des systèmes de production, l'analyse comparée des performances, la préservation et la valorisation des ressources alimentaires locales : schémas de gestion des parcours, utilisation des grignons d'olive pour la complémentation, caractérisation et recherche de voies d'amélioration des procédés locaux de fabrication de fromage fermier de chèvre, utilisation des plantes aromatiques et médicinales dans les fromages, etc.

UNE COOPERATION ENTRE L'ENFI ET L'ENGREF

L'ENFI de Salé, école nationale forestière d'ingénieurs, a développé depuis une quinzaine d'années des coopérations avec des établissements français de recherche (IRD) et de formation (ENGREF école nationale du génie rural, des eaux et des forêts, de Montpellier) sur la gestion des terroirs à forte valeur environnementale. La coopération a favorisé de nombreux rapprochements, mobilités d'enseignants, accueils réciproques, échanges d'étudiants, projets communs, thèses et mémoires, et un PRAD appuyé par les Ministères français en charge des affaires étrangères et de l'agriculture a été mené à bien. Un livre sera bientôt publié.

Des enquêtes et études ont porté sur le Moyen Atlas, le Haut Atlas et la réserve de biosphère de l'arganeraie. Elles s'attachent à mettre en évidence les dynamiques sociétales et écologiques et d'explorer des scénarios possibles et invitent à réfléchir au concept de foresterie sociale. Une formation diplômante forestière avec l'ENGREF est en cours de définition.

UNE INITIATIVE FRANCO-MAROCAINE NOVATRICE SUR LES TERROIRS

Les changements qui affectent les économies contemporaines témoignent d'un double mouvement, créateur de tensions et d'opportunités, entre la globalisation sans cesse plus importante des échanges, et le retour vers les territoires, les produits locaux, et les pratiques traditionnelles. Les terroirs et les produits de terroirs, les patrimoines naturels, agraires ou ruraux, reconnus comme intrinsèquement porteurs d'une grande diversité culturelle et biologique, sont aujourd'hui l'objet d'enjeux économiques majeurs et sont érigés en véritables outils du développement durable. Dans ce contexte, les approches territoriales de l'aménagement et du développement rural posent de nombreuses questions, d'ordre théorique et appliqué, à la Recherche.

Pour s'attacher à répondre à ces questions et contribuer au mieux à la mise en œuvre de politiques de développement rural durable, une *initiative de coopération scientifique franco-marocaine* est en cours d'engagement. Basée sur des partenariats déjà conduits, elle associe des équipes de l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD, France) et des équipes de trois institutions marocaines : Université Mohammed V Agdal-Rabat, Université Cadi Ayyad-Marrakech, Ecole Nationale Forestière d'Ingénieurs. D'autres collaborations pourront être ensuite nouées.

Cette initiative consiste en la création d'un « *laboratoire mixte international* » traitant de la problématique des terroirs comme outils du développement durable des zones rurales marginales. A l'identique d'autres laboratoires mixtes récemment créés, à l'occasion d'appels à projets lancés par l'IRD, avec des opérateurs marocains dans d'autres champs scientifiques, ce laboratoire a pour objectif de regrouper et renforcer les compétences d'équipes au sein d'une structure visible ayant pour vocation de fédérer, sur le Maroc, des thématiques de recherche sur la question du développement rural et de l'environnement.

La démarche adoptée prévoit notamment :

- des approches pluri-disciplinaires, multi-thématiques et multi-scalaires ;
- un dialogue entre savoirs scientifiques et savoirs locaux ;
- l'inscription de l'analyse scientifique dans le débat public et en prise avec l'aide à la décision et la gestion de projets.

Ce dispositif de recherche, avec sa dynamique de mutualisation des compétences et des moyens, devrait utilement contribuer aux réflexions et actions développées en particulier dans le cadre du *Pilier 2 du Plan Maroc Vert*.

Mais l'ambition de cette initiative franco-marocaine est également de contribuer au développement des réseaux de collaboration à l'échelle euro-méditerranéenne sur ces questions de terroirs, de développement rural et d'environnement qui recourent des enjeux communs aux sociétés du pourtour méditerranéen.

V. UNE ETUDE DE CAS : LES PRODUITS DE TERROIRS DANS LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU SOUSS-MASSA-DRAA-7

Le *Plan Maroc Vert*, lancé en 2008, a donné une forte impulsion à la réflexion et à l'innovation en termes de conception, d'élaboration et d'implémentation des projets de développement agricole. Certaines régions, comme celle de Souss-Massa-Draa, avaient anticipé sur cette nouvelle tendance en adoptant une conduite innovatrice et avant-gardiste par l'adoption d'une politique régionale spécialement orientée vers la valorisation et le développement des produits de terroirs. Le présent chapitre, commandité par le CGDA, trace l'expérience de cette région initiée dès 2006, deux ans avant le lancement de la stratégie nationale *Plan Maroc Vert*.

1. LA REGION SOUSS-MASSA-DRAA ET SON AGRICULTURE

LA REGION SOUSS MASSA DRAA

Le Souss-Massa-Draa (SMD) s'étend sur une superficie de 72506 km² et compte une population d'environ 3,3 millions d'habitants dont 60% sont des ruraux⁸. L'économie de la région est parmi les plus dynamiques du Royaume, elle contribue à 12,3% du PIB total national, soit une valeur de 76 Milliards de Dirhams ce qui lui permet de se classer en 2^{ème} position derrière le Grand Casablanca qui enregistre une part de PIB de 18,3%⁹. Le climat général des affaires dans la région est le meilleur qui existe au Maroc d'après une étude de la Banque Mondiale réalisée en 2008¹⁰.

L'AGRICULTURE REGIONALE

Le secteur agricole est le moteur le plus important de l'économie régionale. Il emploie 52,2% de la main d'œuvre active et génère une valeur ajoutée annuelle de 24,7 milliards DH, soit 44% de la VA globale de la région. Son évolution depuis l'indépendance a connu une croissance à double vitesse : une croissance lente et irrégulière au niveau des zones où l'agriculture reste traditionnelle - cas de la vallée du Draa ; des zones montagneuses et des plaines arides et une croissance rapide et soutenue au niveau des périmètres irrigués modernes – cas des vallées du Souss et du Massa. La superficie agricole utile (SAU) dans la région est d'environ 560.700 ha soit 0,2% de la superficie totale, mais la superficie qui est réellement allouée aux productions végétales cultivées ou spontanée est d'environ 1.265.000 ha dont 88% est

⁷ Document élaboré à la demande du CGDA par M. Lahcen Kenny ; IAV Hassan II, CHA, Agadir

⁸ Estimation sur base du recensement officiel de la population de 2004.

⁹ D'après la DEPF : Direction des Etudes et des Prévisions Financières – Ministère des finances et de la privatisation

¹⁰ Banque Mondiale, 2008. Doing business. Amélioration du Climat des Affaires au Maroc. L'étude en question mesure les coûts, les délais et le nombre de formalités associées à certaines démarches administratives, telles que la création d'entreprise, le transfert des titres fonciers, l'obtention des permis relatifs à la construction, le recouvrement de créance et le commerce transfrontalier, la réglementation des entreprises de construction et les contrôles effectués etc.

dans le secteur extensif. Malgré les disponibilités en terre et en ressources humaines, le secteur extensif ne contribue qu'à hauteur d'environ 25% dans la production et à moins de 10% dans la valeur globale régénérée par la production primaire d'origine végétale (Tableau 3). L'activité agricole dans le secteur extensif constitue la principale source de revenus pour 51% de la population de la région, soit 1.680.000 habitants.

Tableau 3. Production végétales dans les secteurs intensif et extensif du Souss-Massa-Draa

	Superficie (x 1000 ha)	%	Production (X1000 Tonnes)	%	Valeur (Millions DH)	%
Secteur intensif	83,37	35,37	1385,67	95,11	2458,13	90,1979995
Secteur extensif	152,35	64,63	71,28	4,89	267,13	9,80200054
Total	235,72	100,00	1456,95	100,00	2725,26	100

Les principales spéculations dans le secteur intensif sont les agrumes, la banane, les cultures fourragères et le maraichage primeur (tomate, melon, courgette, aubergine etc.). Quant au secteur extensif, on y trouve une grande variété d'espèces dont les principales sont le palmier dattier, les céréales, le figuier de barbarie, le rosier, le henné, l'amandier, le pommier, l'abricotier, l'arganier et certaines plantes aromatiques, médicinales et condimentaires.

L'écart entre ces deux secteurs n'a jamais cessé de se creuser que ce soit en terme d'organisation professionnelle, d'encadrement, de mécanisation, d'innovation technologique et agronomique, ou tout récemment en terme de labellisation et de certification. Les politiques publiques avaient toujours favorisé le développement du maraîchage intensif dans la région de Souss-Massa pour en faire le potager du Royaume.

Qu'il s'agisse de cultures maraichères primeurs ou de vergers d'agrumes, les performances en termes de productivité et de rentabilité à l'hectare sont parmi les plus élevées au Maroc alors que pour les cultures dites traditionnelles, y compris certains produits de terroirs (datte, rose, safran), les rendements restent faibles et la rentabilité pas toujours assurée.

Le dynamisme qu'a connu le secteur de l'agriculture intensive dans le Souss-Massa est dû à la politique libérale pratiquée par le Gouvernement depuis l'indépendance et à 'l'agressivité' du secteur privé qui a su pleinement profiter de celle politique marquée par l'exonération fiscale, l'ouverture sur les capitaux étrangers et l'octroi de subventions orientées particulièrement vers l'intensification (semences sélectionnées, mécanisation, goutte à goutte etc.). Les petits et moyens producteurs n'ont que rarement profité de ces avantages et n'ont de ce fait jamais pu améliorer la compétitivité de leurs agricultures vis-à-vis des grandes entreprises. Cet état de fait, qui a duré plus de 50 ans, a entraîné un appauvrissement et une paupérisation continue des populations rurales vivant dans l'arrière pays¹¹ du Souss-Massa-Draa contre un enrichissement et une progression fulgurante dans les périmètres modernes et les centres urbains et périurbains. Il en résulte un contraste socio-économique flagrant : une région qui affiche l'un des PIB les plus élevés du Royaume (12,3% du PIB national) et des taux de pauvreté parmi les plus alarmants (33,8% à Zagora et plus de 22% à Taroudant et Ouarzazate)¹².

LES PRODUITS DE TERROIRS DANS LE SOUSS MASSA DRAA

La particularité du climat de la région et la diversité de ses reliefs et de ses paysages lui confère un statut avancé en termes de biodiversité. En allant de la côte atlantique à l'Ouest vers les espaces oasiens à l'extrémité Est en passant par

¹¹Par arrière pays on sous-entend les zones marginales dans les montagnes, les oasis et les plateaux arides de Tiznit.

¹²La région SMD à un taux de pauvreté qui avoisine les 20%, un taux qui reste supérieur à la moyenne nationale de 14%.

les chaînes montagneuses du haut atlas au Nord et les chaînes de l'Anti Atlas au Sud-Est, on traverse une multitude de microclimats et de terroirs où l'on pratique depuis des siècles des élevages et des cultures à base de races, de matériel végétal et de savoir-faire locaux. L'éventail à ce stade d'identification des produits de terroirs dans la région compte plusieurs spéculations de céréales (3 espèces) ; de légumineuses (1 espèce), de légumes (3 espèces), de fruits (4 espèces), de plantes aromatiques et médicinales (4 espèces), des oléagineux (2 espèces) et des plantes condimentaires (2 espèces) sans parler des races locales caprines et bovines. Certains de ces produits sont très connus comme c'est le cas de l'huile d'argane et du safran, d'autres le sont moins comme l'ikiker (une légumineuse à haute valeur nutritionnelle) et le tafsouate ou l'assemoune (des céréales consommées localement et très appréciées par les populations locales). Le trait commun de ces produits c'est qu'ils sont tous issus de zones marginales isolées (montagne, oasis, etc.), moyennant des techniques traditionnelles et un savoir-faire local.

Sur le plan économique, les produits de terroirs contribuent à hauteur de 92% à la valeur ajoutée dégagée dans le secteur extensif (Tableau 1), cette contribution n'inclue pas les valeurs des productions annuelles et saisonnières des régions montagneuses comme celle d'Askaoune et des plateaux des M'goun. En excluant les céréales qui ne sont pas nécessairement des productions de terroirs, la valeur des 11 produits restant s'élève à quelque 3,1 milliards dh avec une contribution considérable de la figue de barbarie, des dattes et de l'huile d'argane (Tableau 4).

Tableau 4. Importances économique des produits de terroirs dans le SMD

Productions	Valeur production (Million Dh)	%
Olivier	68,6	2,20
Amandier	128	4,11
Palmier dattier	620	19,88
Arganier	347	11,13
Pommier	53,5	1,72
figuier de barbarie	1808	57,98
Caroubier	1	0,03
Câprier	1	0,03
Henné	21	0,67
Rose à parfum	32	1,03
Safran	38	1,22
Total	3118,1	100,00

2. LA STRATEGIE REGIONALE DE VALORISATION ET DE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS DE TERROIRS

LA STRATÉGIE

La valorisation des produits de terroirs au sens large du terme¹³, a été depuis longtemps pratiquée par les petits et moyens producteurs à petite échelle et avec les moyens du bord. Dans la vallée de Draa comme dans le Souss, les agriculteurs pratiquent depuis longtemps les techniques artisanales de séchage, de broyage, de transformation, de conditionnement et d'emballage. L'objectif étant d'assurer une meilleure conservation et surtout une amélioration de la pénétration de leur production dans les marchés des villes riveraines. Les exemples sont nombreux où la valeur marchande d'un produit de terroir a été considérablement améliorée grâce aux techniques artisanales de transformation

¹³Par valorisation au sens large on sous entend la valorisation technologique (transformation, séchage), commerciale (emballage, conditionnement, étiquetage etc.) ou socioculturelle (éco-tourisme etc.)

(ex. procédés d'extraction de l'huile d'argane ou de préparation de tahlaouite à partir des dattes), de conservation (utilisation des courges comme moyen de conservation des préparations médicinales) ou de séchage (séchage de figues, du safran et de certains fruits comme la pêche).

A partir de 1996, la Région a connu de nouvelles formes de valorisation faisant référence aux notions de qualité, de durabilité et de traçabilité. Ainsi, le label biologique a été introduit pour l'arganier dans le cadre d'un projet de collaboration bilatérale entre le Maroc et la République Fédérale d'Allemagne. Ce projet avait introduit trois innovations majeures dans la production et la commercialisation de l'huile d'argane : la mécanisation de certaines opérations d'extraction, l'amélioration du conditionnement et de l'emballage et la certification biologique selon les normes européennes. Ces innovations avaient permis à un groupe de femmes de s'organiser dans le cadre de l'Union des Coopératives Féminines d'Argane (UCFA)¹⁴, d'améliorer l'image de marque de l'huile sur les marchés européens d'une façon générale et sur le marché allemand d'une façon particulière. Ceci a permis une augmentation considérable dans les revenus¹⁵ et d'introduire les notions d'hygiène et de propreté dans les procès d'extraction et d'emballage de l'huile d'argane. En plus de son impact économique et commercial, cette première initiative avait également l'avantage d'initier les femmes, en majorité des analphabètes, au concept de labellisation/certification et à ses exigences en termes de traçabilité, d'organisation et de respect des normes. Cette première initiative a été pilotée par un Département central en l'occurrence le Haut Commissariat des Eaux et Forêts, à travers sa direction régionale à Agadir.

Jusqu'à 2005, la Région, comme entité politique, était peu ou pas impliquée dans les programmes de développement agricole que ce soit dans le secteur intensif ou dans le secteur extensif. A partir de 2006, la vision politique de la région allait prendre un tournant décisif avec l'adoption d'une approche pragmatique basée sur la réalisation des études de diagnostic, l'élaboration de plans d'action et de suivi-évaluation, le tout accompagné par une dynamique de mobilisation de fonds et de ressources. Une telle initiative, la première en son genre au Maroc, allait complètement bouleverser les mœurs et habitudes administratives et bureaucratiques qui faisaient que seuls les départements ministériels centraux avaient la latitude de concevoir, implémenter, et contrôler les programmes de développement agricole.

Ainsi, en janvier 2007, le Conseil Régional de Souss-Massa-Draa (CRSMD) commandita auprès d'un cabinet international la réalisation d'une étude globale pour dresser un état des lieux de l'économie régionale, diagnostiquer ses forces et ses faiblesses et proposer les axes stratégiques et les voies d'amélioration à suivre dans une perspective de 10 ans¹⁶.

Cette étude a mis en exergue la nécessité de redynamiser le développement volontariste à travers 3 moteurs de croissance : le tourisme, l'agriculture et la pêche. Ces trois secteurs devront, à l'horizon 2015, contribuer à plus de 80% du PIB de la région. Pour ce qui est de l'agriculture, trois orientations stratégiques ont été recommandées:

- **Bilan hydrique** : Renforcer la politique d'économie d'eau en rétablissant l'équilibre entre la consommation et les ressources hydriques avant 2015 et ce afin d'assurer un développement agricole durable ;
- **Agriculture intensive** : Confirmer le rôle de l'agriculture intensive dans l'économie de la Région qui doit permettre au Maroc de conquérir une place parmi les deux ou trois acteurs les plus importants sur le marché européen avant 2015 et,
- **Agriculture extensive** : Conduite de 50% des petits agriculteurs pratiquant une agriculture traditionnelle vers des niches de croissance plus modernes et prometteuses avant 2015.

Outre le développement des trois moteurs de croissance précités, la stratégie de la région a prévu également la création d'une plateforme qui veillera à promouvoir l'excellence et à dynamiser la collaboration et le

¹⁴ L'UCFA était la première union de coopérative constituée dans la Région dans le cadre de la collaboration internationale entre le Maroc et un pays de l'Union Européenne.

¹⁵ Le prix du litre de l'huile d'argane alimentaire avait passé à l'époque de 50-60 dh à plus de 120 dh.

¹⁶ L'étude a été réalisée par le cabinet McKenzie et a porté sur tous les secteurs économiques de la Région (agriculture, pêche, tourisme etc.)

partenariat entre les institutions publiques et privées opérant dans le secteur de l'agriculture. Cette recommandation a été concrétisée par la création de l'Association Agrotechnologie –SMD (Souss Massa Draa). Cette première étude a été suivie pour une seconde étude commanditée auprès d'un organisme national afin d'approfondir la vision sur l'agriculture traditionnelle et plus particulièrement sur l'analyse des filières des productions de terroirs. L'objectif principal de cette deuxième étude était d'identifier les principales contraintes qui se posent à leur valorisation et d'en proposer les issues et voies d'amélioration (voire encadré 17).

Encadré 17: Synthèse des résultats de l'étude sur les Produits de Terroirs de SMD

En 2006, le Conseil Régional de Souss-Massa-Draa avait commandité auprès d'un cabinet privé la première étude en son genre au Maroc portant sur la ' *Mise en place d'une agriculture durable ayant pour objectif de structurer la filière production et commercialisation de produits issus du terroir* '. En partant de critères **écologiques** (consommation en eau, consommation en énergie, conservation des sols, apports d'intrants synthétiques, maintien de la biodiversité), **économiques** (valeur ajoutée, stabilité des revenus, réactivité et adaptabilité aux marchés) et **sociaux** (création d'emploi, conditions de travail, amélioration du statut de la femme), l'étude a permis de mettre en évidence l'importance de six filières de terroirs parmi une vingtaine analysée, il s'agit de l'huile d'argane, safran, rose, dates, figue de barbarie et miel. Les autres produits comme le henné, l'amandier, le pommier, l'olivier, le rosier, le câprier et les plantes aromatiques et médicinales ont été jugés moins prioritaires. Le potentiel des sites de production a été évalué sur la base de critères climatiques, édaphiques et géographiques. Ensuite, un recouplement avec les exigences des cultures proposées a permis l'affectation des produits aux sites qui les conviennent. Dans un esprit de diversification, l'étude a également proposé de nouvelles cultures à introduire dans la région comme l'acacia Sénégal, l'agave, l'aloé, l'arbre à savon, l'arbre à soie, le chanvre, le guayule, le jatropha, le jojoba, le quinoa etc. Des données sur l'analyse des filières et des marchés avec un benchmarking international a été proposé.

LA POLITIQUE DE MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre des recommandations émanant de l'étude précitée a été concrétisée par trois actions majeures :

1. La création de l'Association 'Agrotechnologie-SMD' comme plateforme régionale pour accompagner le CRSMD dans la mise en œuvre de sa politique agricole,
2. La mobilisation de fonds et de ressources internes au CRSMD et ;
3. Le renforcement de la coopération internationale et son orientation vers l'appui des programmes de développement tracés dans le cadre de la stratégie globale.

LE RÔLE DE L'ASSOCIATION AGROTECHNOLOGIES-SMD

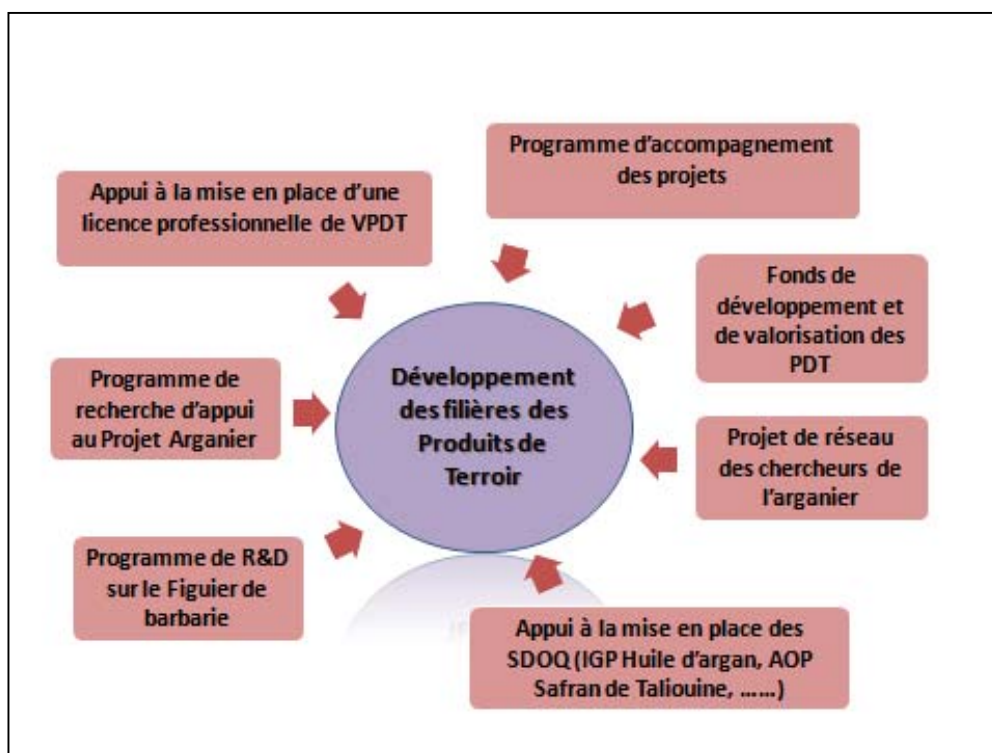
L'association 'Agrotechnologie SMD', a été créée le 29 mars 2006. Elle se définit comme une plateforme régionale regroupant les différents acteurs de la filière agricole opérant dans la région (entreprises privées, instituts de formations et de recherche, collectivités locales, organisation professionnelles, institutions bancaires etc.). Il s'agit d'une association à but non lucratif dotée d'un conseil d'administration et d'un bureau exécutif qui gère les fonds et veille à la mise en œuvre de la politique de développement tracée par le CRSMD.

La mission qui lui est attribuée est d'accompagner le CRSMD dans la mise en œuvre de son programme de développement agricole en partenariat avec des institutions provinciales, régionales et nationales. Ce programme comporte actuellement trois volets dont un est relatif à la valorisation et au développement des produits de terroirs dans la Région.

Les objectifs tracés sont de :

- Soutenir à l'intégration des producteurs et des coopératives dans les filières de production pour la restructuration de ces filières;
- Encourager la transformation et la valorisation des produits de terroirs afin de créer la valeur ajoutée et la garder au niveau de la RSMD au profit des producteurs;
- Assurer une répartition équitable des richesses et des marges de bénéfices de ces filières au profit des producteurs.

**Figure 5. Composantes du programme de l'Association
Agrotechnologie – SMD pour la le Développement
des filièresde produits de terroirs**



3. LES ACQUIS ET LES REALISATIONS

CONTRIBUTION FINANCIERE AUX PROJETS DE DEVELOPPEMENT

En se basant sur les études de diagnostic réalisées par Mackenzie et Résilience, Agrotech a choisi de concentrer ses actions et son intervention sur les six filières les plus importantes de la Région à savoir le figuier de barbarie, le palmier-dattier, l'arganier, le safran, le rosier et le miel. Un plan d'action en 7 axes a été programmé et se trouve en cours d'exécution depuis 2007:

1. Contribution financière aux projets de développement;
2. Encadrement et suivi technique des projets par le biais d'une cellule technique qui regroupe les compétences des institutions partenaires (IAV & INRA),
3. Appui à la mise en place des signes distinctifs de qualité,
4. Conseil en communication et marketing : choix du packaging, recherche de nouveaux concepts de marketing, positionnement et création de plans de marketing,
5. Formation des opérateurs,
6. Recherche et Développement,
7. Partenariat.

La contribution financière aux projets a commencé par une 'analyse d'état des lieux pour les filières précitées en concertation avec les partenaires ». Elle a permis de dégager les priorités exprimées par les opérateurs eux-mêmes (Tableau 5).

Tableau 5 : Diagnostic et actions prioritaires pour le développement des filières des produits de terroirs dans le SMD.

Lacunes et défaillances	Actions et mesures à prendre
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le secteur des filières produits de terroir est peu organisé ; ✓ L'existence d'une forte spéculation et d'une chaîne des intermédiaires ; ✓ La méconnaissance des procédures de gestion administrative et financière de certaines coopératives ; ✓ L'enclavement des lieux des projets de valorisation des produits de terroir ; ✓ Les locaux des porteurs des projets ne répondent pas aux conditions d'hygiène alimentaires et de sécurité ; ✓ Certains locaux ne sont pas équipés en eau potable et au raccordement électrique ; ✓ Les porteurs des projets de développement des produits de terroir ne maîtrisent pas les procédés technologiques de transformation de ces produits ; ✓ Le packaging des produits transformés est mal présenté et qui n'est pas attractif ; ✓ Les circuits de commercialisation ne sont pas étudiés et définis.....etc 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Appui et renforcement des organisations professionnelles figurant dans le secteur des produits du terroir; ✓ Soutien à l'intégration des producteurs et des coopératives dans les filières de production pour la restructuration de ces filières; ✓ Encourager la transformation et la valorisation des produits du terroir afin de créer la valeur ajoutée et la garder au niveau de la Région Souss Massa Drâa au profit des producteurs; ✓ Assurer une répartition équitable des richesses et des marges de bénéfices de ces filières au profit des producteurs, en particulier dans les milieux semi-arides ; ✓ Apporter de nouvelles activités, d'accroître les revenus des populations et de combattre les discriminations et la pauvreté au niveau local et régional ; ✓ Créer l'emploi et améliorer la qualité et la présentabilité des produits offerts

L'aide financière octroyée aux porteurs de projets passe par des appels à projet lancés dans toutes les communes de la région. Pour bénéficier de l'aide l'opérateur doit répondre à des critères d'éligibilité d'ordre général et spécifiques (Tableau 6).

Tableau 6. Critère d'éligibilité aux aides financières de l'Association Agrotech SMD

Critères d'ordre général	Critères spécifiques
--------------------------	----------------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Etre conformes aux principes du développement durable : promouvoir en même temps l'efficacité économique, l'équité sociale et l'intégrité environnementale ; 2. Promouvoir l'organisation et la solidarité économique des territoires, des villages et de leurs populations à travers toutes les formes possibles de partenariat, de coopération et d'association ; 3. Avoir pour objectif d'apporter de nouvelles activités, d'accroître les revenus des populations et de combattre les discriminations et la pauvreté au niveau local et régional ; 4. Créer l'emploi, présenter des résultats concrets contribuant au développement des filières des produits du terroir et maintenir la valeur ajoutée dans la région; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le projet doit figurer dans l'une des six filières suivantes : Figues de barbarie, datte, Argan, safran, rose et miel ; 2. Un projet présentant une innovation dans la production, la transformation, la valorisation et la commercialisation de ces six produits du terroir; 3. Un projet structurant permettant de regrouper les différents intervenants de la filière dans une structure fédératrice pour une meilleure organisation et intégration de la filière qui permettra de bien répartir les richesses et marges générées; 4. Un projet de valorisation de ces produits de terroir pour une plus value dont profitera la population locale ;
---	---

Les appels précisent également que les porteurs du projet doivent être une entité économique (coopérative, groupement d'intérêt économique, entreprise) ou une association exerçant une activité pouvant contribuer au développement de la filière et ayant son siège et le lieu de réalisation de son projet dans la région Souss Massa Draa ;

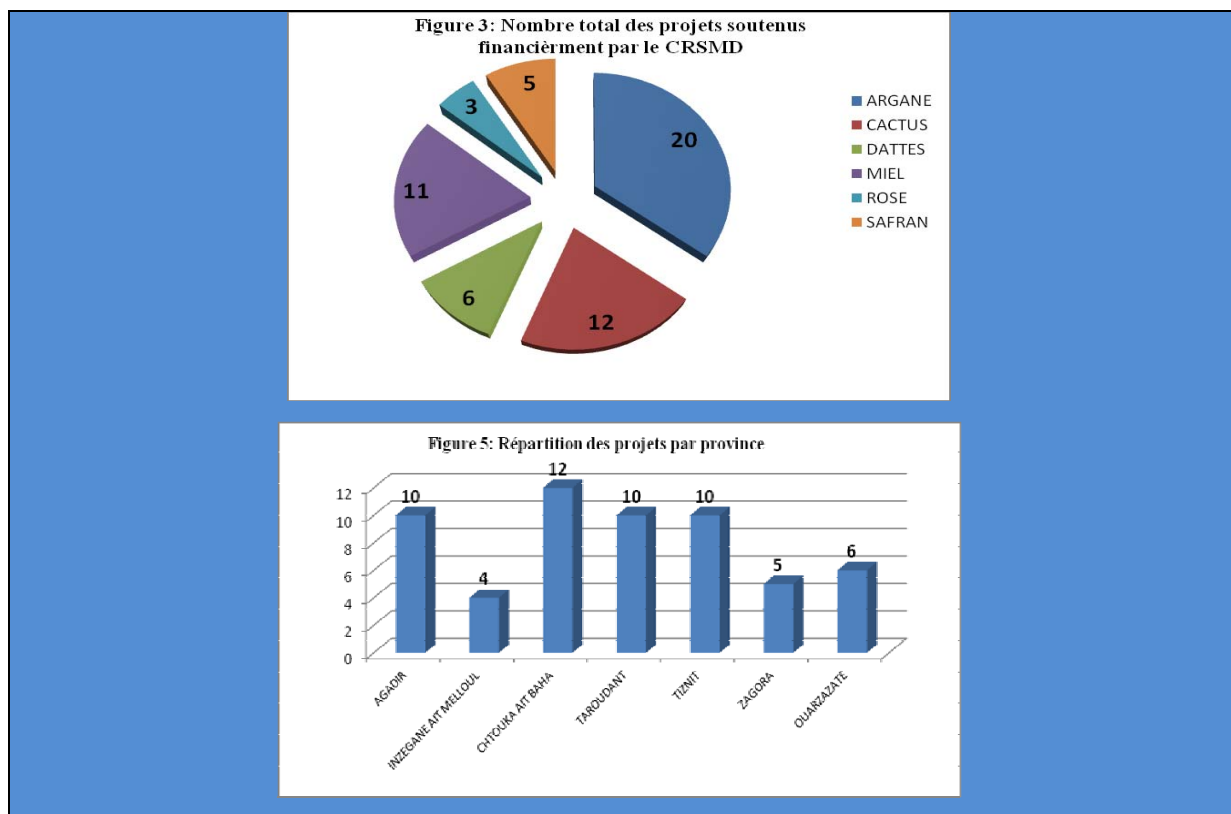
La contribution financière octroyée par Agrotech est proportionnelle au montant global selon la grille suivante :

- Un maximum de 70% pour les projets dont le coût total ne dépasse pas 200.000,00 dirhams ;
- Un maximum de 50% pour les projets dont le coût total est compris entre 200.000,00 et 400.000,00 dirhams
- Un maximum de 30% pour les projets dont le coût total est supérieur à 400.000,00 dirhams avec un plafond de subvention 300.000,00 dirhams.

Encadré 18 : Réalisation de l'Agrotech dans le financement des projets de valorisation

Dans le cadre de la stratégie de développement et de valorisation des produits de terroir de la région Souss Massa Drâa, le Conseil Régional SMD a octroyé à l'association Agrotech un fonds de 9 millions de dirhams pour l'appui aux projets de développement et de valorisation des filières des produits de terroir (Arganier, Figuier de barbarie, Safran, Palmier dattier, Miel et Rose) en matière de la transformation, le conditionnement et la commercialisation, et à ceux visant la restructuration de ces filières.

Entre janvier 2008 et mars 2009, trois appels à projets ont été lancés pour les coopératives et les sociétés. Sur un total de 143 projets reçus 57 ont été sélectionnés sur la base de critère arrêtés par l'Association. L'enveloppe financière allouée à ces projets est de 8,3 Millions de dirhams ce qui a permis un investissement global de 21,9 Millions de dirhams et la création de 464 postes de travail. La répartition par filière et par province est illustrée par les figures ci-dessous.



STRUCTURATION ET MOBILISATION DES FONDS

La mobilisation des ressources humaines et financières était l'une des premières actions engagée par le CRSMD dans le plan de mise en œuvre. A partir de l'exercice 2006-2007 et pour la première fois dans l'histoire de la Région, un fond propre d'un montant de 9 millions de DH a été accordé à l'Association Agrotech pour réaliser son programme de développement. Des fonds supplémentaires ont été mobilisés dans le cadre des programmes de collaboration entre le Maroc et l'Union Européenne d'une part et la Région et certaines Départements et Régions françaises dans le cadre de la coopération décentralisée.

Le CRSMD s'est doté également d'une cellule technique responsable du suivi des programmes de valorisation notamment la mise en place des Indications géographiques. Le personnel mobilisé dans le CRSM est composé de cadres recrutés par le CRSMD ou mobilisé à partir d'autre départements notamment la Wilaya.

ROLE DE LA COOPERATION INTERNATIONALE

Le CRSMD s'est engagé depuis 2006 dans des programmes de coopération internationale avec plusieurs partenaires (Union Européenne, France et Espagne). L'objectif étant de mettre à profit l'expérience des pays voisins dans la mise en œuvre des programmes de développement économiques et notamment dans le domaine de la valorisation de produits de terroirs.

La coopération décentralisée avec la Région d'Aquitaine a été lancée en 2006 dans le cadre de la coopération maroco-française, "Programme d'Appui à la Décentralisation au Maroc, PAD", pour un montant de 175 000 Euros. Le programme de la coopération a porté sur la préparation de cahiers de charge, la sensibilisation, la formation et la mise en pace de l'IG. La coopération entre l'Aquitaine et le CRSMD sera soutenue en 2010 par un financement européen de 145 000 Euros dans le cadre du programme EuropAid. Ce nouveau projet intitulé "Projet intégré de la mise en œuvre de l'IGP Argane", a pour objectif de renforcer la mise en place de l'IG.

4. L'EXPERIENCE DE LA REGION DANS LA MISE EN PLACE DES LABELS DE QUALITE

INTRODUCTION

Le concept de certification et de labellisation a été introduit dans la région en 2000 par les producteurs – exportateurs de fruits et légumes qui étaient contraints à renforcer les mesures sanitaires et hygiéniques par l'adoption des divers systèmes de certification comme le Globgap, le BRC, le Nature's choice etc. Cette dynamique de valorisation par le biais de la certification des procédures de productions et de fabrication n'avait cependant pas touché les produits de l'agriculture extensive d'une façon générale et celles des productions de terroirs a d'une façon particulière, vu que ces productions sont destinées essentiellement au marché local qui n'est pas aussi exigeant en terme de qualité que la marché européen. L'autre handicap, c'est que les systèmes précités coutent chers et nécessitent la mise en place et la gestion d'un système de collecte d'information trop compliqué pour des petits agriculteurs peu ou pas organisés et qui sont en majorité des analphabètes.

LE CAS DE L'IGP ARGANE

L'huile d'argane est produite dans les vallées et montagnes de Souss-Massa et celle Chiadma (Province d'Essaouira) depuis le 9^{ème} siècle¹⁷. Inspiré des procédés d'extraction de l'huile d'olive, les usagers de la foret de l'arganier avaient développé un procédé et un savoir-faire local typiques qui ont fait de cette huile un produit local profondément ancré dans la culture des communautés qui peuplent l'aire d'extension de l'arganier qui s'étend sur une superficie d'environ 830 000 Ha couvrant 6 provinces (Tiznit, Taroudant, Chtouka-AitBaha, Inezgane-Ait melloul, Agadir Idaoutanane et Essaouira)¹⁸.

L'idée de développer une IGP pour l'huile d'argane a été abordée dès 2004 à l'occasion des assises de l'Organisation OriGin tenue à Alicante Espagne¹⁹. Le CRSMD s'est officiellement saisi du dossier en 2006 en partenariat avec le Conseil Régional d'Aquitaine²⁰ et de la Fédération Régionale des Coopératives Agricoles d'Aquitaine. Cette coopération a joué un rôle déterminant dans la préparation du cahier du charge, la structuration de la filière argane et la mise en place de l'IGP. L'effort a culminé par la création en janvier 2008 de l'Association Marocaine de l'Indication Géographique de l'Huile d'Argane (AMIGHA) qui s'érigea comme groupement interprofessionnel porteur du projet. AMIGHA procéda au dépôt la demande de reconnaissance auprès des instances officielles en janvier 2009 pour avoir la reconnaissance officielle en Avril 2009. La coopération avec l'Aquitaine a permis également d'aider à la création d'un organisme de certification marocain et à son accréditation par un organisme français (Le COFRAG).

Encadré 19 : L'Association Marocaine pour l'indication

Géographique de l'Huile d'Argane « AMIGHA


Créée le 26 janvier 2008 à Agadir à l'initiative du Conseil Régional du Souss Massa Drâa, Amigha concrétise la volonté de l'ensemble des partenaires de la filière huile d'ARGANE ainsi que le travail de réflexion et de concertation de l'indication géographique protégé (IGP) ARGANE avec l'appui de la coopération (PAD) entre la	Les membres fondateurs de l'Association : <ul style="list-style-type: none">- Le Conseil Régional Sous Massa Drâa- L'Union des coopératives Féminine de production d'Argane (UCFA)- Le groupement d'intérêt économique Argan N'Taroudant (GIE Aragn'N Taroudant)
--	--

¹⁷ Kenny. L. 2008. Histoire de l'arganier. In. Atlas de l'arganier et de l'arganeraie. Pp : 13-36. IAV Hassan II.

¹⁸ Cette superficie était jadis d'environ 1,5 millions d'hectare. Une cinquantaine d'hectare se trouve également dans la région d'Oujda et des pieds éparpillés dans les régions de Safi, Rabat et Khemisset.

¹⁹ Prof Zoubida Charouf de l'Université Mohammed V était l'une des premières personnes à soulever la question d'abord auprès du Ministère de l'Agriculture et ensuite auprès du Conseil Régional du Souss-Massa-Draa.

²⁰ Les deux régions étaient déjà en partenariat de jumelage depuis 2005.

<p>région Souss Massa Drâa et la région d'Aquitaine (France). Elle a pour mission de faire reconnaître et de mettre en œuvre l'IGP ARGANE dans le cadre de la loi 25/06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ).</p> <p>Ces objectifs sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De protéger le nom d'ARGANE ; - De valoriser le produit et le savoir faire ; - Défendre les intérêts des producteurs ; - Une meilleure organisation de la filière. amigha.org 	<ul style="list-style-type: none"> - Le groupement d'intérêt économique Targanine (GIE Targanine) - Le groupement d'intérêt économique Vitargane (GIE Vitargane) - Association Nationale des Coopératives d'Argane (ANCA) - Le groupement d'intérêt économique Tizargane (GIE Tizargane) - Le collège des Industriels, représenté par les entreprises suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - Les Aromes du Maroc (SA) - Abondance et simplicité Maroc, ABSIM (SARL) - Les laboratoires Azbane (SA) - Entreprise féminine rurale de l'économie sociale EFAS (SARL) - Les Huileries du Souss (SARL)
--	--

L'expérience du CRSMD dans le cas de l'IGP Argane est instructive à plus d'un titre :

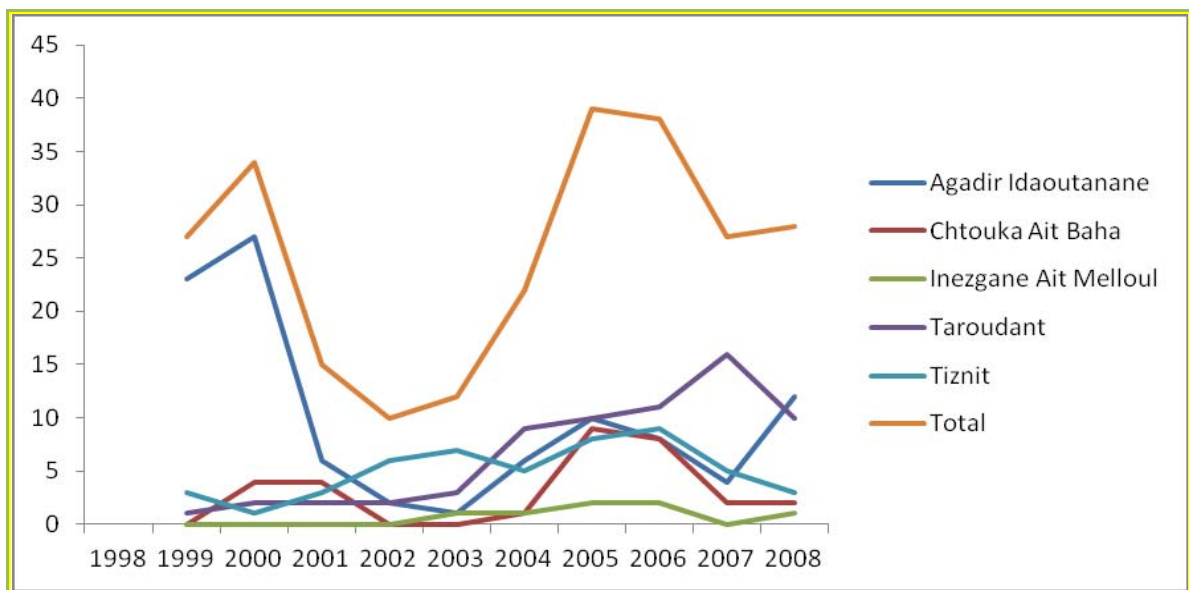
- Elle a d'abord activé la préparation et la publication officielle de la loi marocaine 25/06 sur les SDOQ qui n'a vu le jour qu'en janvier 2008. En fait, l'un des obstacles qui se posait à l'adoption de ce type de labels au Maroc était l'absence d'une réglementation nationale en la matière²¹ ;
- La mise en place de l'IGP a eu un impact considérable dans la structuration de la filière dans la mesure où elle a pu mobiliser plus de 2500 femmes adhérentes à 56 coopérative regroupées en 4 Groupements d'Intérêt Economique et en une union de coopérative, le tout chapoté dans l'AMIGHA (Encadré no 19).
- Le mouvement coopératif dans la région a connu un progrès notable depuis le lancement de la dynamique de l'IGP. Comme le montre la figure plus haut, entre 2005 et 2008, le nombre de coopératives féminines est passé de 39 à 150 ;
- L'adhésion des commerçants, des industriels et des exportateurs à l'AMIGHA a renforcé le pouvoir négociateur et de l'Association vis-à-vis des instances publiques et des marchés ;
- La mise en place des systèmes de traçabilité et de contrôle de qualité dans le cadre de la mise en œuvre de l'IGP a renforcé les efforts d'amélioration de la qualité des huiles produites et commercialisés. En fait, la mise en place de l'IG argane a été l'occasion de l'élaboration d'un guide de bonne pratique d'extraction et de l'huile d'argane et d'un plan de contrôle des prescription du cahier de charge.
- Incitation et encouragement de la création de société nationale spécialisée dans la certification IG. L'organisme de contrôle a été accrédité par un organisme français (COFRAG)
- Parmi les bénéficiaires de l'IGP, on constate l'existence de coopératives implantées dans la province d'Essaouira qui fait partie de la Région de Marrakech-Tensift-Haouz. Les opérateurs de la filière implantés dans la province d'Essaouira participent et collaborent avec les opérateurs des autres régions relevant de la région SMD. Ce cas de figure montre l'importance de l'IG comme outil de développement territorial qui transcende le découpage administratif et qui peut ouvrir des perspectives de collaboration et de partenariats inter-régions.

²¹ La préparation et l'adoption de la loi 25/06 sur les Signes Distinctifs de Qualité ont été accomplies en un temps record (moins de 2 ans). Le fait que le Ministre de l'Agriculture occupait en même temps le post du Président de la région avait indéniablement facilité la procédure.

Encadré 20. Organisation de la filière des coopératives féminines de l'argane

STATUT	ORGANISATION DE LA FILIERE DES COOPERATIVES						MISSION
Association	ASSOCIATION NATIONALE DES COOPERATIVES ARGANIERES (ANCA)						Promotion et défense d'intérêts
Groupement	GIE ARGAN' TAROUDANT	GIE TARGANINE	GIE VITARGAN	UNION TIFAOUT N'OUGADIR	GIE TIZARGANE	UNION DES COOPERATIVES FEMININES D'ARGANE UCFA	Promotion et commerce
Lieu d'implantation	TAROUDANT	AGADIR	ESSAOUIRA	AGADIR	TIZNIT	AGADIR	
Coopératives adhérentes	8	6	5	10	5	22	Production
Femmes adhérentes	418	238	278	406	179	986	

Figure 6 : Evolution des coopératives dans la Région de Souss-Massa-Draa entre 1998 et 2008



L'expérience du SMD, qui en est encore à ses débuts, a montré que la mise en place de l'IG et l'appropriation du projet par les bénéficiaires est une tâche de longue haleine qui nécessite un appui continu et soutenu de la part de structures publiques nationales et régionales. L'intégration du label dans les systèmes de productions et de commercialisation nécessite un effort soutenu en termes de sensibilisation, de formation et d'accompagnement technique et organisationnel. Entre avril 2009, date de la reconnaissance officielle de l'IGP argane, et avril 2010, seulement 4 coopératives parmi les 56 membres d'Amigha ont pu mettre en place et respecter les exigences du plan de contrôle de l'IGP. Le nouveau projet entre l'Union européenne et le CRSMD en partenariat avec la Région de l'Aquitaine mentionné ci-haut a pour objectif de généraliser l'appropriation du projet par les bénéficiaires et d'accélérer la cadence de certification des coopératives membres d'Amigha.

Pour les quelques coopératives qui sont habilitées à faire usage du label IG, les questions posées actuellement sont relatives à l'impact économique, commercial et écologique de ce label. Des questions très légitimes mais pour lesquelles il est certainement trop tôt pour y apporter des réponses.

LE CAS DE L'AOP SAFRAN

Le safran est l'une des cultures traditionnelles les plus anciennes de la Région. Son introduction dans la commune de Taliouine remonte au 17^{ème} siècle. Elle est actuellement répandue sur une superficie d'environ 400 Ha dans 14 communes rurales représentant deux cercles (Taliouine et Taznakhte). La production du safran marocain repose sur le principe de la transmission intergénérationnelle de la propriété des sols cultivés, des droits (et des devoirs) d'irrigation correspondants, du matériau végétal (bulbes de *Crocus sativus* considérés comme un capital familial) et du savoir-faire (perçu comme un capital d'expérience). Cette transmission s'opère à deux niveaux étroitement liés : à l'échelle de chaque famille de producteurs et à l'échelle de chaque douar des sites de production. S'agissant d'un avoir collectif (et non d'une possession individuelle), elle s'organise d'une façon codifiée et tient compte des usages en vigueur au sein des divers lignages qui conforment la population d'un terroir paysan.

Les safraneraies de Taliouine couvrent une superficie de 650 ha répartis sur plus de 3000 parcelles et exploitées par 1.370 producteurs. La production annuelle est estimée à 3 tonnes ce qui représente à peine 1% de la production mondiale (250 t), largement dominée par l'Iran (200 tonnes /an). le safran de Taliouine a cependant une excellente réputation à l'échelle internationale en raison de sa forte teneur en safranal, un composé secondaire responsable de la saveur²².

Sur le plan économie, la vente du safran contribue à 80% aux revenus des familles rurales qui le cultivent. Cependant, la filière tout entière échappe aux producteurs et se trouve entre les mains de négociants-exportateurs. Tout récemment, des tentatives de fraudes et de falsification ont été enregistrées à l'étranger et dans plusieurs villes du Maroc²³.

Vu l'importance du safran en tant que produit de terroir typique et après le succès de l'IGP Argane, le CRSMD avait lancé l'AOP du safran avec comme objectifs stratégiques :

- Protéger le safran de Taliouine des usurpations et fraudes ;
- Maintenir la plus-value réalisée par les ventes du safran sur le marché national et international dans les régions de production ;
- Renforcer le positionnement du safran marocain sur le marché international vu la forte concurrence imposée par l'Iran et d'autres pays asiatiques ;
- Améliorer le statut de la femme dans les régions de Taliouine et Taznakht en l'impliquant dans le business du safran et;
- Renforcer l'ancrage du safran dans les habitudes et mœurs de la région,

Le projet de mise en place de l'AOP safran a été monté en collaboration avec une institution étatique (Office Régional de Mise en Valeur Agricole d'Ourzazate), une organisation internationale (Organisation Mondiale de l'Alimentation – FAO) et une organisation non gouvernementale (Association Migration & Développement). Les quatre institutions collaborent dans le cadre d'un projet FAO²⁴ dans l'élaboration du cahier de charge, la sensibilisation et la formation et l'organisation de la filière.

La démarche suivie, depuis le lancement du projet en avril 2008, consistait à mener des campagnes de sensibilisation auprès des producteurs du safran dans toutes les communes relevant des deux cercles de Taliouine et Taznakht en parallèle avec la collecte de données techniques, agronomiques, historiques et sociologique sur la production, la

²²La teneur du safran de Taliouine en safranal est d'environ 30 – 40 contre 15 à 20 pour le safran des pays concurrents.

²³les altérations et fraude sont diverses et peuvent comporter la coloration de la partie stylaire, l'ajout des produits étrangers (filaments de la viande séchée du poulet et colorés en rouge), l'adjonction des restes floraux (style et étamines), l'ajout de produits chimiques pour augmenter le poids (Sels, sucre glacé, huile végétale etc.), l'ajout des stigmates du carthame, le souci, ou les barbes de maïs.

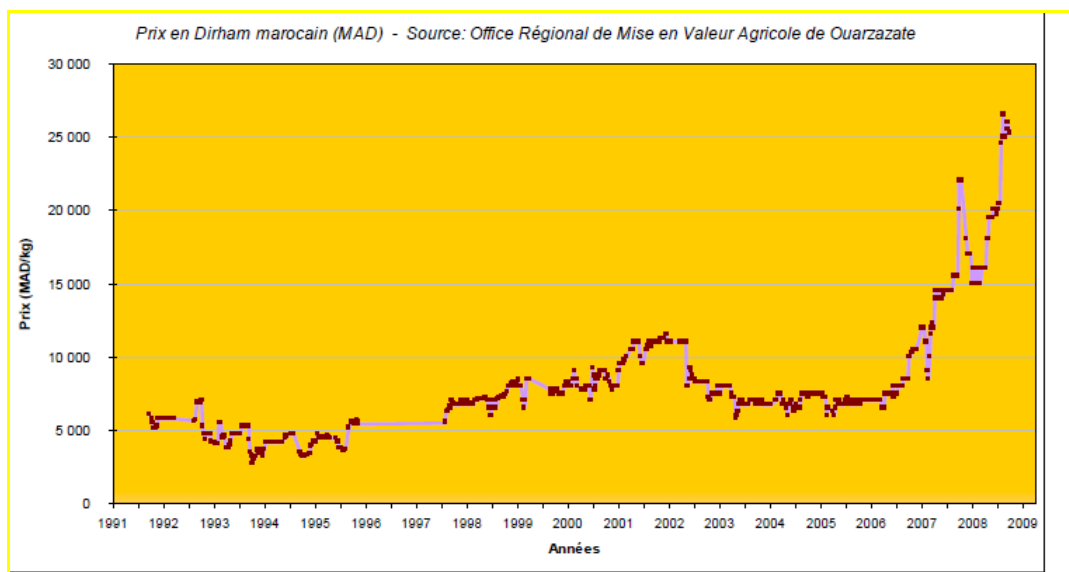
²⁴Projet FAO/TCP/MOR/3201, Renforcement des capacités locales pour développer les produits de qualité de montagne - Cas du safran

commercialisation et les usages du safran. Le cahier de charge a été élaboré à partir des données d'études et d'expertises menées dans le cadre du projet FAO²⁵.

En attendant la constitution d'une entité professionnelle régionale, le CRSMD s'est porté porteur du projet et a de ce fait accompli toute les démarches administratives pour la demande de l'AOP safran qui a été acceptée par la commission nationale en avril 2010.

Bien que récente, la dynamique de valorisation par le biais de la labellisation lancée par le CRSMD, l'amélioration du conditionnement et de l'emballage lancés par les producteurs et commerçants et la communication par l'organisation d'un festival annuel spécialement dédié au produit a permis d'améliorer considérablement la commercialisation de l'épice dans les prix sont passé de moins de 10000 dh le Kg à plus de 25000 dh en 2009 comme le montre la figure ci-après.

Figure 6: Evolution du Prix du safran- Prix Producteur-Soul de Taliouine (1991-2009)



5. CONCLUSION

L'action pionnière de la Région de Souss-Massa-Draa dans l'adoption et la mise en œuvre d'une politique régionale de valorisation et développement des produits de terroirs est suivie par bon nombre d'observateurs et de développeurs au Maroc et à l'étranger. L'approche adoptée est susceptible d'insuffler une dynamique nouvelle dans la collaboration et le partenariat non seulement entre les organismes publics et le privé mais aussi entre les organismes publics eux-mêmes et entre ces derniers et les organisations non-gouvernementales (coopératives, association etc.). Les retombées et les leçons d'une telle vision ne seront pas seulement d'ordres économiques, sociaux et écologiques mais aussi politiques. Le Souss-Massa-Draa semble ainsi s'ériger comme le laboratoire national pour le grand projet de régionalisation d'une façon générale et du développement agricole d'une façon particulière.

²⁵La FAO a réalisé pour le compte de l'ORMVAO quatre études dans ce sens : une étude des aspects agronomiques, une seconde sur la biodiversité associée au safraneraies, une troisième sur le conditionnement et les manipulations de post-récolte du safran et une quatrième sur les aspects sociologiques.

VI. LES TERROIRS POUR UN MAROC ET UNE MEDITERRANEE DURABLES : UNE LECTURE CROISEE DES EXPERIENCES DU MAROC ET DE LA FRANCE

1. DES HOMMES DE PROGRES, DE NOUVELLES VISIONS POUR LA PETITE AGRICULTURE, ET POUR LES MONTAGNES, OASIS ET ZONES ARIDES

PERSONNES DE PROGRES ET NOUVELLES VISIONS

Que ce soit au Maroc ou en France, l'expérience montre que l'enclenchement des nouvelles dynamiques de terroirs tient toujours à quelques *personnes de progrès*, acteurs de terrain, qui ont su se donner de *nouvelles « visions »* pour leur territoire. C'est vrai des ex président du Conseil régional Souss Massa Draa, directeurs des DPA d'Essaouira et de Chefchaouen, comme du directeur de l'Agence du Sud, et des présidents de la coopérative « Jeune montagne » en Aubrac ou des coopératives de Taliouine et de Tyout Chiadma.

Tous, à leurs niveaux respectifs, ont été à l'écoute de leur territoire et ils ont su impulser un mouvement collectif, souvent avec des moyens limités.

Ces nouvelles visions se forment également chez des hommes de science qui contribuent à alimenter le débat d'idées et à aider la décision publique. Leur engagement à travers la réflexion prospective, l'analyse stratégique, l'analyse internationale comparée (le « benchmark »), les nouvelles ouvertures proposées par la recherche, sont le complément nécessaire de l'engagement sur le terrain.

Le « *retournement de vision* » est d'une importance fondamentale pour l'avenir du Maroc, pays qui doit passer d'une agriculture duale à une agriculture plurielle. Il invite en effet à un changement de regard sur la petite agriculture et sur les montagnes. Il justifie ainsi le nouveau cap fixé par le Plan Maroc Vert, c'est-à-dire celui du « million d'entreprises agricoles » qui succède ainsi à celui du « million d'hectares irrigués ». Les montagnes et la petite agriculture, invitées à entrer dans une « post modernité », celle d'une « *nouvelle agriculture* » et d'une « *nouvelle ruralité* », ne doivent donc plus être considérées d'abord comme des zones de refuge ou d'agriculture « sociale ».

LE MAROC A UN TOURNANT HISTORIQUE, LA NECESSAIRE CONSOLIDATION DES ACQUIS

Comme l'ont remarqué plusieurs intervenants, la richesse des contributions au Séminaire du 10 mars a montré que l'on est aujourd'hui à un « *tournant* », à un moment d'aboutissement de toute une série de réflexions et d'actions qui demeurent encore isolées mais qui forment un ensemble de démarches qui commencent à rendre visibles les montagnes, les oasis et les zones d'agriculture sèche. Tous ces espaces, bien que regroupant les 4/5^{ème} des populations agricoles et rurales, étaient jusqu'à présent en effet « invisibles ».

Il s'agit donc d'une révolution silencieuse dont on ne mesure pas encore l'impact et dont l'aboutissement n'est pas sûr. En effet, l'action de quelques locomotives politiques, intellectuelles, administratives ou professionnelles, ne peut suffire à intégrer toute la population potentiellement concernée dans un processus de développement global. La priorité essentielle doit donc devenir la *consolidation des acquis*, ceux-ci ne restant ni visibles ni généralisés dans l'esprit des gens.

L'expérience française montre d'ailleurs que des territoires de montagne méditerranéenne sèche, tout à fait comparables il y'a 50 ans, ont connu ensuite des trajectoires très différentes. Victimes de toutes formes d'érosions, des montagnes ont perdu vie, patrimoine et énergie. L'exode rural et la déprise agricole en ont fait des espaces en déshérence, laissés aux broussailles et aux incendies, et à la charge de la solidarité nationale. Inversement, d'autres territoires, entraînés par des hommes de vision, ont réussi leur renouveau rural.

2. LA COMPLEXITE ET LA DIVERSITE DES OBJECTIFS, DES QUESTIONS ET DES REPONSES POSSIBLES

DE NOUVELLES PRISES DE CONSCIENCE

Les exemples marocains cités plus haut montrent que les nouvelles dynamiques observées sur le terrain trouvent souvent leur origine dans une double prise de conscience : celle de l'impasse écologique et celle du potentiel de progrès possibles.

La question de l'eau est centrale dans la prise de conscience. C'est elle qui impose par exemple au Souss Massa Draa une nouvelle vision de développement. Dans cette nouvelle vision, les produits de terroirs ont d'autant plus leur place que, nés bien avant les grands aménagements hydrauliques, ils sont adaptés à l'écosystème et de plus en plus demandés par le marché pour leur valeur multifonctionnelle. Dans le Sud tunisien, c'est aussi la prise de conscience de la question centrale des ressources naturelles qui conduit au nouveau regard sur les communautés tribales et sur leur rôle possible dans la restauration de l'écosystème.

La prise de conscience de la valeur potentielle des produits de terroirs est l'autre déclencheur de la nouvelle vision. Le produit de terroir, demandé par le marché grâce à sa réputation et à sa qualité, peut permettre une création importante de valeur ajoutée. Le progrès potentiel est considérable comme le montre l'évolution récente du prix du safran payé au producteur. En effet, la valeur ajoutée des produits à forte notoriété comme l'huile d'argan et le safran de Taliouine, échappe pour l'essentiel au pays. Bien valorisés, les autres produits pourraient acquérir à leur tour une forte réputation et permettre des progrès de revenus significatifs. Les nouvelles valeurs, *sensorielles, émotionnelles, culturelles, esthétiques et éthiques* peuvent faire la moitié du prix.

Grâce à la reconnaissance de l'origine comme un « bien public » et aux synergies positives qui se créent entre les différents produits et services, la nouvelle économie de terroir, à condition de ne pas s'enfermer dans une approche simpliste et réductrice de quelques filières de produits à IG, peut permettre de générer non pas seulement de la valeur ajoutée captable localement mais aussi de l'équité, de la résilience et un gain collectif majoré. Dans l'économie de terroir, grâce au « paniers de biens et de services », 1+1 font en effet beaucoup plus que 2.

Les terroirs en s'adressant à toutes les dimensions de la durabilité - la culture, l'économie et le développement, l'équité, les équilibres urbain/rural, la transmission des savoirs, les écosystèmes - sont donc un sujet au cœur des nouveaux défis mondiaux. Ils invitent à de nouvelles lectures et à de nouvelles approches scientifiques, y compris au plan de l'économie où ils supposent des analyses de type « méso-économique ».

UNE DIVERSITE D'ATTENTES ET D'OBJECTIFS, UN ENJEU DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Les motifs évoqués par leurs promoteurs pour la mise en place d'IG au Maroc confirment une grande diversité d'attentes. Ils sont révélateurs de la complexité et de la diversité possible des questions et des enjeux et des contributions possibles des terroirs au développement durable. Six grands types d'objectifs sont en effet évoqués.

- **La lutte contre l'usurpation et contre les fraudes.** Ce motif a souvent été en France la première raison de la demande de reconnaissance en IG. Il est notamment invoqué au Maroc dans les cas de la clémentine de Berkane et de l'huile d'argan, produits qui ont déjà acquis une forte réputation. Pour l'Argane, il s'agit à la fois de lutter contre l'usurpation et de permettre aux acteurs de la réserve de biosphère de se réappropriier le nom et la notoriété du produit.
- **La structuration de la filière et la promotion de démarches collectives de valorisation et de mise en marché.** Ce motif est clairement exprimé pour l'IGP Argane et il a justifié la création d'AMIGHA, organe de défense et de gestion qui regroupe l'ensemble des coopératives et un collège d'industriels. L'AOP Tyout Chiadma a été aussi à l'origine d'une structuration professionnelle puisque son élaboration a conduit à la création de la coopérative. On peut en dire autant dans le cas de l'Aubrac pour le cas du fromage de Laguiole.

La réussite dans ce domaine ne va cependant pas de soi et peut prendre du temps. Le cas du safran de Taliouine le montre : la dynamique de valorisation a permis la création de petites coopératives à forte discipline collective,

mais l'essentiel reste à faire. Et l'impulsion donnée par la région pour la mise en place de l'AOP va devoir trouver sa traduction dans une organisation professionnelle inclusive. L'expérience française confirme de son côté que le succès nécessite des organes de défense et de gestion (ODG) très bien structurés et agissant dans la durée : l'obtention d'une IGP ou AOP n'est qu'une étape.

- **L'information du consommateur.** La politique d'origine permet d'apporter aux consommateurs des garanties de traçabilité et d'origine, et donc aussi des garanties sur des modes de production spécifiques et une certaine authenticité, qualité et équité. Ce motif est clairement mis en avant dans les cas de la clémentine de Berkane, de l'IGP Argane, du chevreau de l'arganier. Il vaut en fait pour tous les produits.
- **Le développement rural et le développement local, la fixation sur le territoire de la valeur ajoutée, l'augmentation des revenus des communautés locales et la sortie de la pauvreté.** Cet objectif vient en général en tête de tous ceux affichés pour les produits du Pilier II du Plan Maroc Vert. C'est le cas notamment pour l'IGP Argane, les AOP Tyout Chiadma et safran de Taliouine, ainsi que pour les projets d'IGP ou d'AOP relatifs aux chevreaux d'arganier, à l'agneau Beni Guil, à la datte Aziza. C'est aussi le motif premier de tous les petits projets de valorisation locale des nouveaux produits à base de cactus ou de dattes molles développés avec l'appui de l'INRA par l'Agence du Sud, l'Office régional de mise en valeur agricole du Tafilalet et la plate forme Agro-tec du Souss Massa Draa.

La valorisation des produits de terroirs et de l'origine représente donc pour le pays un outil essentiel de développement rural et de sortie de la pauvreté. Cet objectif devrait inviter à donner une grande attention à la question de la valorisation des ovins et caprins de parcours qui font vivre des millions de personnes et permettent des produits de haute qualité. Les démarches en cours relatives à l'agneau Beni Guil et au chevreau d'arganier sont donc importantes.

- **La préservation des parcours et la gestion durable des ressources naturelles.** Cet objectif est clairement affiché par les projets d'IGP viande d'agneau Beni Guil et chevreau d'arganier. La contribution possible des indications géographiques à une restauration et à une gestion durable et responsabilisée des parcours, est une question d'importance centrale pour tout le Sud et l'Est méditerranéen. Elle mérite une grande attention et le soutien d'une recherche/action multidisciplinaire.
- **La conservation et la promotion du patrimoine des terroirs : ses savoir-faire, les paysages, la biodiversité.** Ce motif, affiché pour la clémentine de Berkane, la datte Aziza et l'huile de Tyout Chiadma, est également important pour tous les autres produits. L'IGP Argane met en avant l'enjeu de la préservation de la biodiversité du système arganeraie.

Les approches terroirs telles qu'actuellement impulsées sur Chefchaouen voient encore plus large. Partant du territoire et non du produit, elles invitent à la découverte du « cahier de ressources territorial » dans toute sa diversité, y compris par exemple le patrimoine culinaire local. Elles permettent aussi une rencontre des acteurs, notamment de l'agriculture, du tourisme et de l'artisanat, autour d'une nouvelle vision territoriale pour aider à générer un développement plus cohérent autour du concept de « panier de biens et de services ».

Les attentes liées aux terroirs et à l'origine sont donc nombreuses et peuvent inviter à en faire les **moteurs d'une agriculture, d'un pastoralisme et d'un développement territorial durables** dans les territoires qui peuvent le justifier.

LA COMPLEXITE ET LA NECESSITE D'APPRENTISSAGE

Les terroirs et l'origine révèlent toute une « **complexité** » d'enjeux, de questions et de réponses possibles. Il n'y a pas en effet de solutions toutes faites ! Chaque cas est complexe et invite à une réponse appropriée qui se construit et s'étoffe dans la durée. A travers les produits, les terroirs sont aussi des hommes, et des savoirs spécifiques dans les modes de gestion, de production et de consommation. Les techniques mises en œuvre ont donc un fort contenu culturel et social et la question du partage des savoirs et celle de leur transmission aux générations successives peuvent et gagnent toujours à être posées.

La réponse à une situation donnée pour être pertinente, doit ainsi intégrer la notion du « **temps** » en y intégrant les changements possibles. Le temps est en effet une condition de réussite de la démarche. Les démarches pour l'IGP Argane et pour l'AOP Tyout Chiadma ont été longues. Le temps consacré a permis une appropriation, il est un gage du succès.

La réflexion et l'action sur les terroirs doivent aussi intégrer les possibilités de **changements globaux**. Notre siècle va en effet être marqué par les crises écologiques (changement climatique, raréfaction de l'eau), énergétiques et alimentaires. La montée des risques systémiques impose de bien mesurer toute la valeur des « gisements de savoirs » contenus dans les terroirs qui sont autant de grandes richesses que l'on aurait tort de laisser de côté. Les « savoirs » relatifs au « comment on conduit des animaux dans un milieu très hostile qui manque d'eau » vont par exemple être précieux pour notre avenir. Le savoir-faire est ici inséparable des savoirs relationnels : qui a accès à la ressource, comment on la répartit, comment on gère ? Les acquis du projet agro-pastoral de la Tunisie du Sud Est sont à cet égard précieux. Le projet nous montre que les savoirs traditionnels ne sont pas forcément perdus et qu'ils gardent toute leur valeur pour peu que de nouvelles approches de projets, se mettant à l'écoute réelle du local, s'opèrent.

Les politiques de terroirs invitent ainsi à la compréhension des relations très intimes qui se sont établies avec le temps entre les populations et les milieux naturels et à créer de nouveaux ponts entre les sagesse anciennes menacées de disparition mais toujours vivantes et l'administration pour faire face aux nouveaux défis de la « durabilité ». Il ne s'agit pas ici que de reconnaître des savoirs et des sagesse anciennes car les communautés et leurs relations aux ressources ont été fragilisées par les évolutions modernes. Les acteurs étant devenus hétérogènes, de nouvelles règles doivent être construites et l'autorité publique a donc aujourd'hui un rôle essentiel à jouer.

Les différentes démarches et activités sur un terroir donné peuvent aussi poser la question de leur comptabilité avec la conservation et la valorisation à long terme des ressources collectives et des équilibres sociaux qui en résultent. Dès que l'on initie une dynamique, que l'on crée un groupe, et que l'on reconnaît un produit, on exclue aussi. Reconnaître l'IGP Argane va favoriser les femmes rurales mais l'écosystème est aussi fait d'hommes et de produits animaux à très forte typicité. Quelle voie peut alors être choisie pour un progrès gagnant/gagnant au profit de tous (les femmes, les hommes et l'écosystème) ?

Les approches terroirs invitent par conséquent à prendre en compte la complexité des questions et à innover dans la recherche de réponses appropriées pour réussir des jeux de type « gagnant/gagnant ». Les réserves de biosphère, qui, au Maroc, sont particulièrement importantes puisqu'elles recouvrent toute l'arganeraie, les oasis du Sud et une grande partie du Rif devraient avoir vocation à devenir les lieux privilégiés de ces nouvelles recherches.

La question se pose aussi au niveau de chaque cahier des charges : en décidant ceci et pas cela, qu'est-ce qu'on perd et qu'est-ce qu'on gagne ? Que fait-on des 133 variétés de figues de Chefchaouen ? En Ardèche et en Cévennes le choix a été fait de sélectionner un certain nombre de variétés locales. La question des groupes humains, de leurs tailles et contours, des risques d'exclusion, est donc toujours posée.

La démarche terroirs invite par conséquent à de l'**apprentissage** : comment on se comprend, comment construire des accords entre nous ? Elle peut ainsi justifier de mobiliser des expertises en accompagnement et en amont de la gestion de projets pour aider à la décision publique. La nécessité de l'apprentissage pourrait inviter à reconsidérer, par exemple tous les 5 ans, les IG mises en place.

3. L'IMPORTANCE DU PARTENARIAT INTELLECTUEL ET DE LA COOPERATION DECENTRALISEE ENTRE LE MAROC ET LA FRANCE

Les coopérations franco-marocaines engagées ces dernières années sur le Pilier II du Plan Maroc Vert et sur les terroirs sont considérées comme extrêmement importantes. Elles ont en effet aidé à dynamiser une réflexion sur une thématique délaissée depuis longtemps et le Maroc à se rattraper sur les zones marginales.

L'IMPORTANCE DU PARTENARIAT INTELLECTUEL ...

Coupler « partenariat » et « intellectuel » permet d'introduire la « complexité ». C'est important car dans le passé, on s'est trop contenté de vouloir appliquer dans les projets des techniques toutes faites et très simples et qui n'ont pas marché. L'échec s'explique par le fait que l'on a trop pensé « techniques », « produits » et « filières » et pas assez les hommes, leur organisation collective et les territoires et écosystèmes. Il résulte également de la discontinuité dans la réflexion et dans l'action et de l'absence de capitalisation et d'accumulation.

Coupler « partenariat » et « intellectuel » est particulièrement important s'agissant de la réflexion sur le Pilier II du Plan Maroc Vert et de la politique de terroirs. L'expérience de l'INAO a été fort utile au Maroc pour l'élaboration de sa **loi sur les signes distinctifs d'origine et de qualité**. Le Maroc a bien su tirer profit des expériences accumulées en Europe tout en innovant pour tenir compte du contexte national : la nouvelle loi est devenue un facteur déclenchant décisif de progrès pour le pays.

Les réflexions partagées entre les 2 Conseils relatives au Pilier 2 du Plan Maroc Vert ont aussi été importantes car elles ont montré la complexité des enjeux et des réformes et elles ont pu aider le Maroc à préciser sa doctrine d'action.

Tout ce qui précède démontre par ailleurs la complexité des terroirs, des approches, des produits. La réflexion prospective sur les défis et sur les politiques, et celles sur le « comment » de la mise en œuvre des politiques et les approches, sur les méthodologies des projets et des formations, sur le contenu à donner aux cahiers des charges, etc., doivent ainsi s'imprégner de cette complexité et des expériences de terrain pour venir utilement aider à la décision et accompagner efficacement l'action.

Les deux Conseils généraux (CGDA et CGAAER) doivent ainsi pouvoir continuer à jouer un rôle de « plate-forme » capables de mobiliser des experts et acteurs des 2 pays pour des analyses partagées qui ne se limitent pas au développement agricole *stricto sensu* mais restent ouvertes sur les questions d'alimentation, de territoires, de développement rural et de gestion des ressources naturelles. Et les diverses institutions qualifiées, notamment le futur centre de ressources du Pilier II (CRP2), l'INAO, la Commission nationale des signes d'origine et de qualité, les directions centrales des deux ministères et les différents organismes de recherche et de formation peuvent apporter leur contribution.

... ET DE LA COOPERATION DECENTRALISEE

Les dernières années montrent aussi l'**importance stratégique de coopérations décentralisées bien conduites**. Les coopérations entre les régions Champagne-Ardenne et Oriental et entre Aquitaine et Souss Massa Draa ont notamment permis l'établissement de la confiance réciproque et elles ont obtenu des résultats tangibles et appréciables. Celles intéressant la région Tanger Tétouan et Provence Alpes Côte d'Azur ne sont pas moins importantes car elles sèment des graines importantes pour le futur dans une direction fondamentale : celle du « panier de biens et de services ».

Leur succès tient beaucoup à la durée, à la souplesse et à la possibilité de mettre en rapport des acteurs de terrain des 2 pays en fonction des besoins effectivement ressentis. Elles permettent en effet de mobiliser en tant que de besoin des professionnels ou organisations professionnelles des 2 pays (à l'exemple de la fédération des coopératives d'Aquitaine) ; des élus ; des centres de formation, laboratoires spécialisés, administrations de terrain et organismes certificateurs (comme Champagne-Ardenne a su les mobiliser), des experts en dégustation, transformateurs et restaurateurs (comme la DPA d'Essaouira a pu y faire appel) ; des responsables de parcs et experts du patrimoine (Lubéron) ; tous acteurs qui, chacun à son échelle, a une expérience concrète du développement.

Ces coopérations, s'agissant des terroirs et de l'origine, ont eu un double mérite important. Elles ont d'abord pu contribuer à une meilleure prise de conscience par les acteurs marocains de la grande valeur de leurs produits et, plus globalement, de leurs terroirs. Elles ont aussi, par une action partagée aboutissant à des résultats concrets (une IGP, un projet de parc naturel, un forum international,...), permis un réel renforcement des capacités des acteurs territoriaux : administrations, organisations professionnelles, ONG, agriculteurs, etc.

Elles apportent ainsi une contribution signalée à la mise en œuvre de la nouvelle loi sur les signes d'origine et de qualité et du Pilier II du Plan Maroc Vert.

La poursuite et le renforcement des divers partenariats bilatéraux, avec la France mais aussi avec d'autres pays de l'Europe ou du Sud et de l'Est de la Méditerranée, sont extrêmement souhaitables pour aider le Maroc à « transformer l'essai » et à généraliser ses réussites de développement de terroirs. Toutes les régions ou presque du Maroc et de très nombreux terroirs locaux pourraient en effet justifier de coopérations comparables.

Les coopérations franco-marocaines gagneraient aussi à développer de nouvelles synergies entre recherche et action sur le terrain, dans le cadre ou non de partenariats entre régions des 2 pays, lesquels en seraient d'ailleurs gagnants.

Une grande attention devrait notamment être donnée par les acteurs de la coopération aux **jeunes ruraux** des zones de montagne, arides et d'agriculture pluviale. La transmission intergénérationnelle des savoirs est en effet menacée et l'émergence de nouveaux « leaders professionnels agricoles locaux » dans les régions du Pilier II sera déterminante d'une

mise en dynamique des terroirs et d'une mise en œuvre réussie du Plan Maroc Vert. Des actions de recherche/action sur le terrain, intégrant la diversité des situations, associant les jeunes, et permettant l'accueil et la formation en Europe d'un certain nombre d'entre eux seraient éminemment souhaitables.

4. CONSOLIDER ET GENERALISER LES SUCCES

La priorité essentielle pour le Maroc, ceci a été dit plus haut, doit être la consolidation des acquis et la généralisation des dynamiques de renouveau agricole et rural par les approches terroirs.

Le Maroc des terroirs ne se limite pas à quelques produits sur 3 ou 4 provinces ou régions et les acquis ne sont ni visibles ni généralisés dans l'esprit des gens. Le Maroc étant un pays très divers et complexe, et la population concernée importante, la tâche à conduire est considérable. Professionnaliser plusieurs centaines de milliers de paysans, créer de la valeur ajoutée et mieux gérer les ressources naturelles, implique pratiquement d'atteindre chaque douar et de promouvoir intelligemment probablement plus de 300 produits et autant de « paniers de biens et de services ». Ce sont donc des centaines de programmes et des dizaines de milliers de projets locaux qu'il faut pouvoir impulser !

Le défi à relever est d'autant plus considérable, que les contraintes devant être surmontées sont multiples.

La première est celle de la **perte d'accumulation**. Il y'a en effet sur le terrain un nombre incalculable de « projets », appuyés par un grand nombre de bailleurs différents, mais se développant sans cohérence les uns avec les autres, sans accumulation, et sans capitalisation des acquis. Il est donc impossible pour le pays d'en tirer tous les enseignements utiles pour faire connaître les « success stories », affiner les méthodologies des projets de développement et en assurer par la formation, le partage et l'information, la bonne diffusion pour réussir l'effet « boule de neige ». La création en cours du CRPII (centre de ressources du Pilier II) qui sera chargé de la capitalisation des acquis est donc d'une importance déterminante.

Une deuxième contrainte est la **faible décentralisation et déconcentration**. La politique agricole marocaine est longtemps demeurée trop standardisée et trop descendante. L'évolution en cours vers la régionalisation représente de ce point de vue un changement très important. L'implication de la région Souss Massa Draa, présentée plus haut, montre toute l'importance potentielle de la décentralisation pour faire émerger des visions adaptées aux différents contextes régionaux et initier des dynamiques sur les terroirs. Le nouveau Plan Maroc Vert, qui a conduit pour la première fois à la création de directions régionales de l'agriculture dotées d'une forte autorité et à l'élaboration d'une première génération de « programmes agricoles régionaux » représente un changement d'approche considérable. Cependant, il y'a encore beaucoup à faire pour que l'administration réussisse la « révolution culturelle » que suppose la mise en œuvre d'une approche de développement de type « bottom up », planifiée au niveau régional mais mise en œuvre localement et pertinente pour la mise en dynamique des terroirs.

La **faiblesse du tissu professionnel agricole** au Maroc, dans les zones du Pilier II est une 3^{ème} contrainte. Cette faiblesse a justifié aux yeux de ses rédacteurs, la différence entre la loi marocaine sur les IG et la loi française. En France en effet, l'organisme demandeur doit être un organisme professionnel alors qu'au Maroc, l'administration ou une autorité locale peut être aussi à l'origine de la demande. Aux yeux des rédacteurs de la loi marocaine, l'Etat et les régions doivent donc, le cas échéant, pouvoir intervenir plus fortement pour impulser en amont les nouvelles dynamiques dans le cadre de démarches de « projets ». L'expérience récente semble en montrer le bien fondé du moins lorsque l'impulsion donnée par le haut a effectivement conduit à une réelle appropriation de la démarche par les acteurs professionnels concernés. C'est le cas semble t'il de plusieurs IG récentes mais peut être pas de toutes. Maintenant que le concept d'IG a commencé à être compris, expérimenté et mis en œuvre au Maroc, la multiplication des réussites va supposer une appropriation beaucoup plus large. Les producteurs et leurs groupements locaux vont donc être appelés à devenir eux-mêmes des forces de propositions et d'impulsion des projets et ils vont pour cela devoir être appuyés qu'il s'agisse ou non de produits justifiant des IG. Ainsi l'expérience des coopératives de Taliouine et de Tyout Chiadma ou des ateliers de transformation de la datte molle dans le Tafilalet pourrait inspirer des milliers de réussites locales.

Le Maroc dispose par contre d'un atout fort grâce au maintien de **communautés locales** encore relativement peu déstructurées. C'est une chance car il existe ainsi encore des éléments porteurs de solidarité, de travail en commun. Les méthodes ancestrales de partage de l'eau, toujours vivantes, ont introduit la nécessité d'apprendre avec les autres, et donc une qualité de rapport et une dignité des personnes. Pour de nombreux experts, c'est donc là où il faut travailler pour réussir la nouvelle révolution agricole. L'échelle du douar est notamment incontournable pour permettre une meilleure gestion des ressources naturelles. Cependant, la non reconnaissance juridique des communautés de base et de leurs droits coutumiers sur leur espace d'usage, c'est-à-dire la non reconnaissance du douar, l'élément de lien local

comparable à la « commune » en France²⁶, est une difficulté déjà soulignée par la Stratégie 2020 de développement rural. Les nouvelles approches contractuelles de gestion des terroirs villageois impliqueront une réinterprétation des tutelles des terres collectives par le Ministère de l'intérieur et de la gestion patrimoniale de l'administration forestière. Des opérations tests de « lecture socio-foncière des terroirs » sont à mettre en place et des formules peuvent être trouvées en relation avec les communes rurales, les jmaa des douars et les associations de développement local pour aller de l'avant. Le projet agro-pastoral du sud est de la Tunisie montre que des approches comparables fondées sur les communautés, peuvent être structurées avec succès à l'échelle d'aires pastorales.

Pour que la réussite soit au rendez-vous, celui d'une meilleure gestion des ressources naturelles ou de la valorisation des produits locaux, **l'action d'animation** sera d'une importance fondamentale. Toutes les expériences citées plus haut le démontrent d'ailleurs parfaitement. C'est en effet l'action d'animation qui a permis les avancées des projets arganier et Rif appuyés par l'UE, du projet FIDA en Tunisie ou des projets d'IGP et AOP à l'exemple de l'IGP agneau Beni Guil ou de l'AOP Tyout.

Des **animateurs de terrain**, au contact des populations locales, formés aux nouvelles approches de terroirs, qu'il s'agisse de la valorisation et commercialisation des produits ou de la gestion participative des ressources naturelles, voire du développement du tourisme rural, et capables par conséquent de se mettre à l'écoute des acteurs locaux et professionnels pour les aider à exprimer leurs attentes et à entrer dans la logique de projet, sont donc la clef d'une généralisation réussie.

L'existence au Maroc de **structures de proximité** (CT centres de Travaux et CMV, centre de mise en, valeur agricole) représente à cet égard un atout. Cependant leur faiblesse actuelle qui a résulté des plans d'ajustement structurels et du non renouvellement de leurs missions et de leurs cadres est une contrainte. Leur transformation en « **front offices de qualité**, c'est-à-dire la mise en place d'une **vulgarisation agricole** chargée de nouvelles fonctions et capables de faire appel à toutes les ressources des « back offices » spécialisés de l'agriculture (experts des DPA, plateformes Agro tec, centres de formation, expertise multidisciplinaire, etc.) doit donc être considérée comme le maillon stratégique d'une mise en œuvre réussie du Pilier II. La **réforme de la vulgarisation agricole**, prévue cette année, est donc importante pour le pays. La réussite passera par un renouvellement des cadres et des missions et elle nécessite un important renforcement de capacités. La formation doit aussi viser de jeunes ruraux avec pour objectifs un appui à l'émergence de nouvelles générations de leaders professionnels locaux dans les zones du Pilier II. La mise en place du CRPII, institution qui sera également chargée d'affiner les méthodologies des projets de développement et de formation et d'appuyer le renforcement des capacités est donc également, pour cette raison, d'une importance stratégique.

Cette évolution devra être appuyée par des changements au niveau de **l'enseignement agronomique** et de **la recherche**. Le CRPII, étant constitué sous forme de GIP (groupement d'intérêt public) avec les 4 grandes institutions de recherche et de formation agronomique (INRA, ENA Meknès, IAV Hassan 2, ENFI), doit être l'occasion d'une évolution des cursus et d'un rapprochement entre formations initiales et continues. Etre capable de relever les nouveaux défis de l'environnement et du développement suppose notamment de mieux initier aux approches de sciences sociales les ingénieurs de formation surtout technique.

Comme les expériences française et marocaine le montrent amplement, la **recherche** peut être d'un apport décisif pour la mise en dynamique des terroirs. L'engagement du CNRS sur l'Aubrac ou les actions récentes de l'INRA Maroc (de la mise au point de nouveaux produits locaux transformés à l'appui à la création de petites unités de production ou à la mise en place de l'AOP Tyout Chiadma) sont là pour le confirmer

La complexité des enjeux relatifs aux terroirs invite cependant à aller plus loin. Des approches pluridisciplinaires (agronomie, foresterie, sociologie, géographie, économie, histoire, écologie), territorialisées en jonction autant que possible avec les dynamiques de projets de développement et une mise en dialogue des savoirs académiques et locaux s'imposent. Des travaux très localisés de recherche/action/formation (à l'exemple de ce qui a pu être initié dans le cadre de la coopération décentralisée Corse/Maroc) en partant des situations concrètes de construction en genèse des terroirs méritent d'être multipliés. La recherche doit pouvoir appuyer les nécessaires apprentissages des approches terroirs et aider à la décision publique : comment on se comprend, comment construire des accords entre nous, quelles expertises mobiliser ? Elle doit aussi reconnaître les compétences locales, y compris culinaires, et innover pour adapter l'approche terroir aux spécificités marocaines (existence des communautés et jmaa, habitudes de consommation de produits « bildi », etc).

²⁶La « commune » au Maroc correspond à peu près à l'échelle du canton en France.

Une réflexion bilatérale plus approfondie serait souhaitable pour préciser ces besoins et construire des partenariats institutionnalisés de type gagnant/gagnant, financés en commun. Créer un espace commun « Terroirs Tec », espace de concertation, forum de discussion et lieu de mobilisation de l'expertise pour appuyer des projets concrets est une piste à approfondir. Le CRPII qui jouera un rôle de « *middle office* » entre le terrain et les 4 grandes institutions marocaines devra pouvoir initier des actions de recherche/action pensées spécifiquement « terroirs ». Sa création pourrait donner demain l'occasion de celle d'un espace commun de recherche/action aux 2 pays. Les projets communs de recherche, en cours de montage, pourraient y trouver un ancrage utile.

Les terroirs pourraient donc donner l'occasion d'une réflexion beaucoup plus large sur les ***options possibles d'un développement territorial durable***. Ils sont potentiellement une opportunité et une chance unique de progrès.

5. FAIRE DES TERROIRS UN OBJET FORT DE COOPERATION EURO-MEDITERRANEENNE

Ce qui est vrai du Maroc et de ses régions rurales difficiles l'est aussi de nombreux autres pays et régions rurales du Sud et de l'Est de la Méditerranée. Partout, la Méditerranée rurale nécessite de créer plus de valeur ajoutée et plus de durabilité. Il en va de la prospérité et de la stabilité partagée de tout l'espace euro-méditerranéen. C'est pourquoi la question du développement rural durable, des terroirs et de l'origine tient une bonne place dans les réflexions et les analyses d'organisations régionales comme le Plan Bleu, le CIHEAM (centre international des hautes études agronomiques méditerranéennes) et le FEMISE (forum euro-méditerranéen des instituts économiques).

La fragilité de la région au changement climatique et aux risques de crises alimentaires en renforce l'importance et la dimension stratégiques. C'est pourquoi l'Union pour la Méditerranée (UPM) a souligné dans sa déclaration fondatrice les enjeux de sécurité alimentaire et retenu dans son volet agricole 3 priorités d'action en plus des normes SPS (sanitaires et phytosanitaires) qui intéressent directement les terroirs, à savoir : les produits de qualité, le développement rural durable et un espace commun de recherche

L'expérience du Maroc et celle des coopérations franco-marocaines sur les terroirs et l'origine, et les lectures croisées que l'ont peut aujourd'hui en faire invitent à faire beaucoup plus pour consolider les acquis et réussir l'effet « boule de neige ». C'est vrai au Maroc et ce peut l'être aussi dans de nombreux autres pays de l'écorégion. La démultiplication des partenariats intellectuels, de recherche et d'action à l'échelle euro-méditerranéenne, au profit des régions rurales et des terroirs du Sud et de l'Est qui pourraient, en lien avec des régions et terroirs européens, en bénéficier, permettrait un effet d'entraînement considérable.

Elle permettrait en effet de ***mobiliser ensemble*** des acteurs différents des territoires de l'Europe et du Sud et de l'Est de la Méditerranée dans des coopérations de long terme pour des objectifs de résultats ciblés. Elle pourrait toucher de nombreuses régions et de très nombreux terroirs. Elle permettrait d'apprendre les uns des autres et une meilleure compréhension mutuelle sur les voies d'action adaptées au développement agricole et rural durable en Méditerranée. Elle aurait aussi l'immense mérite de permettre une meilleure réappropriation par la Méditerranée de ses ressources et de ses savoirs. Celle-ci pourrait alors y trouver les fondements de nouvelles fiertés partagées pour l'émergence d'une économie rurale inscrite dans la post modernité.

La Méditerranée a quelques atouts en commun. Le soleil en est un important dont la valorisation peut aider à faire face à la crise énergétique qui s'annonce. Ses terroirs, sa diversité et ses savoir-faire en sont un autre sur lequel on peut construire un projet commun.

ANNEXE 1 REMERCIEMENTS ET REFERENCES

SEMINAIRE DU 10 MARS (ORGANISATION ET INTERVENANTS) :

Organisation

Mme Sophie Villers (présidente de la section « prospective, société et international » du CGAAER, ex directrice de l'INAO) ; ainsi que MM. Guillaume Benoit (ex directeur du Plan Bleu) et Khalid Bouchama (conseiller CGDA),

Intervenants : administrations centrales et INAO

Mme Kahdija Bendriss et M Ahmed Khannoufi (chefs des divisions « labellisation » et « développement des produits de terroirs » au Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime du Maroc DDFP), ainsi que Mme Véronique Fouks (responsable du service international de l'INAO) et M Philippe Vinçon (sous directeur au Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche).

Régions Oriental et Champagne-Ardenne

MM. Abderrahmane Mejdoubi (vice président ANOC), Mohamed Zaoui (délégué ARCOD), et Yahia Rhomari (chef de service ORMVA de la Moulouya), ainsi que MM. Michel Durand (directeur des affaires internationales de Champagne-Ardenne) et El Khantour (responsable du pôle coopération décentralisée).

Régions Souss Massa Draa et Aquitaine

MM. Mohamed Ouraïs, président de l'AMIGHA, et Lahcen Kenny (IAV Hassan 2, Agadir) ainsi que M. Jacques Weill, directeur de la Fédération régionale des coopératives agricoles d'Aquitaine

Migration et développement (appui au safran de Taliouine)

M Tarik Outrahe, délégué Maroc de Migration et Développement Taroudant, ainsi que M. Gil Garçin expert auprès de Migration et Développement France

Province d'Essaouira

M Mohamed Boudra, chef du centre de travaux d'Hanchane.

Régions Tanger Tétouan et Provence Alpes Côte d'Azur ; ONG ATED et Terroirs et Cultures

MM. Abdelila Tazi (vice-président de l'Association Talasemtane pour l'environnement et le développement), Guilhem Calvo (expert auprès de l'UNESCO et de Terroirs et Cultures résident à Chefchaouen), Rachid Mrabet (INRA directeur CRRA Tanger-Tétouan) ; ainsi que M. Arnoul Hamel (Provence Alpes Côte d'Azur, responsable international du Parc du Lubéron) et Mme Karine Lagarde (Terroirs et Cultures Montpellier).

ANOC

M Fagouri, directeur général, ainsi que MM Jouad Kansari et Mohamed Bouaisa,

Institutions de recherche

MM Mohamed Badraoui, directeur INRA, Mohamed Sabir, directeur ENFI Salé, Aderghal (université de Rabat) ; ainsi que MM François Casabianca et Thierry Linck (INRA Corse), Mme Geneviève Michon (IRD Marseille), Mme Hélène Ilbert (IAMM Montpellier),

Autres experts

M. le professeur Mohamed Naciri (Rabat),

M Dominique Chardon, président de Terroirs et Cultures,

M. Abdeslam Chriqi, directeur régional de l'agriculture, membre de Terroirs et Cultures,

REDACTION, RELECTURE ET APPORTS AU DOCUMENT DE SYNTHESE

Rédaction : M. Lahcen Kenny de l'IAV Hassan 2, Agro-tec d'Agadir, auteur du chapitre relatif au cas du Souss Massa Draa, Mlle Zineb Fahsi, élève de Sciences Po Paris, stagiaire au CGDA, auteur d'un premier avant-rapport (déc 2009) et M. Guillaume Benoit, rédacteur de la synthèse.

Relecture et/ou contributions : MM Mohamed Naciri et Grigori Lazarev ; ainsi que MM. Claude Béranger et Jacques Lefort (secrétaires généraux de Terroirs et Cultures) et M. Henri Guillaume (IRD Rabat).

ACCUEIL DE LA MISSION MAROCAINE EN FRANCE SUR LES TERROIRS (FEVRIER 2010) :

MM. Dominique Chardon (président de Terroirs et Cultures), André Valadier (vice-président) et Eric Barraud (délégué général) : visites dans le Gard, les Cévennes et l'Aubrac,

M Jean-Louis Büer, Directeur, Mme Véronique Fouks et Mme Sabine Eddeli, chargée de mission projets : accueil à l'INAO, Paris. Sous direction des échanges internationaux (MAAP/DGPAAT).

AUTRES EXPERTS :

Autres contributeurs aux travaux du panel d'experts terroirs du CGDA

MM. les professeurs Mohamed Beriane et Abdallah Laouina (Université de Rabat), MM. Abderhamane Hilali, Mostafa Hassani (directeurs régionaux de l'agriculture), Abdelkarim Rahali (conseiller au CGDA), Mme Zineb Benkhamoune Idrissi (professeur à l'ENFI), ainsi que MM Henri Guillaume (directeur de l'IRD Rabat, Youssef Filali Meknessi (UNESCO, Rabat), Jean Noël Roulleau (AFD Rabat) et Grigori Lazarev (ex directeur à la FAO).

Autres contributeurs aux analyses du CGDA relatives au Pilier II du Plan Maroc vert et aux montagnes

De nombreux experts et acteurs marocains et internationaux ainsi que MM. Hervé Bichat ex directeur général de l'enseignement et de la recherche, directeur de l'INRA et du CIRAD, Sophie Villers et Jean-Yves Ollivier, ingénieurs généraux au CGAAER, Gérard Viatte (ex directeur de l'agriculture à l'OCDE) et Thomas Rüger (responsable coopération internationale ASP).

SOUTIEN AUX ACTIONS DE COOPERATION BILATERALE (PARTENARIAT INTELLECTUEL, SEMINAIRE DU 10 MARS) :

Service de coopération et d'action culturelle (SCAC) de l'Ambassade de France à Rabat, M. Nicolas Frelot, Conseiller adjoint,

Direction Générale des Politiques Agricoles, Agro-alimentaire et des Territoires (DGPAAT) du Ministère français de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.

QUELQUES DOCUMENTS DE REFERENCES

FAO, 2009. « Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité »

Terroirs et Cultures, 2005. « Rencontres internationales Planète Terroirs » (et de nombreux autres documents : se reporter au site web de terroirs et cultures)

CIHEAM, 2009. « Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens ». Options méditerranéennes, n° 89.

INAO (en collaboration avec la SOPEXA), 2005. « Le goût de l'origine ». Hachette

Haut Commissariat au Plan (en collaboration avec le CGDA), 2007. « Agriculture 2030 : quel avenir pour le Maroc ? »

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, CGDA, Octobre 2009. « Pilier II du Plan Maroc Vert : de la stratégie à l'action (pour un développement solidaire et durable de la petite agriculture prenant en compte les spécificités des montagnes et des oasis) ».

Plan Bleu (sous la direction de G. Benoit et A. Comeau), Novembre 2005. « Méditerranée : les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement ». Editions de l'Aube, la Tour d'Aigles.

Grigori Lazarev et Mouloud Arab, 2002. « Communautés Rurales et Développement Local ». Karthala, Paris.

CNRS, Bérard,L et Marchenay,P. 2007. « Produits de terroirs : comprendre et agir ».

ANNEXE 2 : MISE EN ŒUVRE DU DEUXIEME PILIER DU PLAN MAROC VERT DANS
LES ESPACES MONTAGNARDS ET OASIENS. PROPOSITIONS D'ACTION²⁷

²⁷Tableau réalisé en décembre 2008 suite au Séminaire institutionnel du CGDA sur le Pilier II, Ifrane, 25 Novembre 2008. N.B. Plusieurs décisions de réformes ont été prises en 2009.

Engagement fort dans quatre grandes lignes d'action

Réponses aux défis	Justifications et objectifs	Modalités et Mesures	Priorités d'action
<p>1. Valorisation des produits par la mise en place de petites unités de regroupement de l'offre, de conditionnement et de transformation et par de nouveaux canaux de commercialisation</p>	<p>Les montagnes et aires oasiennes ont de très nombreuses niches pour des produits de terroirs spécifiques (fruits frais et transformés, fleurs, produits maraîchers, plantes aromatiques et médicinales, viandes, miel, fromages, etc.) demandés par les marchés régionaux, nationaux, internationaux et touristiques</p> <p>Investir sur le conditionnement et la transformation en aval crée des valeurs ajoutées qui peuvent stimuler l'amélioration de la production en amont, dans les exploitations</p>	<p>Identifier la demande et le potentiel d'offre pour des produits à haute valeur ajoutée.</p> <p>Promouvoir un grand nombre de petits projets diversifiés à l'échelle notamment communale en capitalisant sur les acquis des expériences à l'étranger et au Maroc (exemples : arganier, safran, confiture de dattes,...) et en veillant à la réussite de la montée d'échelle</p> <p>Plans de progrès des exploitations tirées par les structures de conditionnement et de transformation</p> <p>Valorisation de la main d'œuvre locale par des formations techniques</p>	<p>Identifier des porteurs de projets potentiels pour l'investissement en aval (coopératives, partenariat avec privé, communes rurales)</p> <p>Elaborer un projet national de commercialisation des produits de terroir (Création d'espaces de ventes, développement de partenariats avec des acheteurs institutionnels comme Accor et RAM).</p> <p>Coordination spécifique au sein de l'Agence de Développement Agricole (ADA)</p>
<p>2. Gestion des ressources naturelles et de l'environnement et intensification des systèmes de production par la responsabilisation des exploitations et des communautés rurales</p>	<p>Perspective de développement durable. Possibilité d'une augmentation importante de la production et des services environnementaux et d'une amélioration des conditions de vie des femmes rurales.</p> <p>Les importants savoir-faire et capacités locales de gestion communautaire peuvent être valorisés et amplifiés.</p> <p>La bonne gestion des ressources naturelles est d'intérêt public, ce qui justifie une rétribution des agriculteurs.</p> <p>Condition de succès des projets dans la durée</p>	<p>Mesures fines d'aménagement foncier, de conservation des eaux et des sols, plantations et intensification culturelle dans les terroirs et les exploitations.</p> <p>Reconnaître les terroirs d'usage des communautés, y compris les espaces collectifs ou de statut forestier (<i>hors forêts industrielles</i>). Gestion collective concertée des systèmes de production pastorale sur terres collectives et forestières</p> <p>Mettre en place une approche de paiement des services rendus à l'environnement (compensations transitoires pour les moins values des disciplines environnementales, incitations pour des bénéfices en aval)</p>	<p>Promouvoir des opérations concertées d'aménagement et gestion des terroirs et de développement agricole durable</p> <p>Dispositions pour reconnaître la responsabilité et la capacité contractuelle des communautés de base (jmaa) et pour contractualiser la gestion intégrée de leurs terroirs (Chartes de terroir)</p> <p>Arrangements transitionnels avec Min. Intérieur et Eaux et Forêts pour initier des opérations tests de gestion contractuelle des terroirs</p> <p>Utiliser les opérations tests pour la mise au point des méthodes et des procédures à prévoir dans des textes réglementaires et pour former des agents experts en aménagement participatif des terroirs</p>
<p>3. Mise en œuvre proactive et raisonnée d'une politique de signes de qualité</p>	<p>Une application réussie de la nouvelle loi sur les signes de qualité est d'importance stratégique et demande beaucoup d'attention et une doctrine adaptée</p> <p>Veiller à son application exemplaire dans les projets pour stimuler la réplcation</p>	<p>Inventaire régional des produits susceptibles de signe de qualité</p> <p>Mise en place d'un établissement public national spécialisé</p>	<p>Elaborer des documents de méthode et la formation d'une expertise dont le réseau pourrait être animé par le Centre de Ressources Pilier 2</p>
<p>4. Promotion en liaison avec les départements ministériels concernés d'une approche de développement territorial</p>	<p>Le développement territorial : marque une rupture par rapport aux approches actuelles et implique une prise de conscience collective des possibilités de développement agricole durable du territoire et des risques à long terme ,</p> <p>valorise les produits ou services "phare" susceptibles de polariser l'identité du territoire</p> <p>soutient un processus de construction du territoire et encourage l'identification des acteurs à leur territoire,</p> <p>constitue une approche réaliste pour mettre en synergie et en cohérence les exigences contradictoires de la production agricole et</p>	<p>La participation au développement territorial se construit autour des diagnostics collectifs, puis dans l'élaboration d'une vision, puis dans des synthèses sous forme de chartes d'action à long terme, enfin sous forme de projets individuels et collectifs.</p> <p>Le développement territorial se décline à plusieurs échelles (exploitations, villages-douars, vallées, aires pastorales communes, communes rurales, petites régions, régions)</p> <p>L'échelle de la "petite région" et celle des "communautés de base" constituent des niveaux d'action d'importance stratégique. La "petite région" s'articule aux autres niveaux (hiérarchie territoriale, structures transversales des filières et des organisations professionnelles) selon des principes de subsidiarité</p>	<p>Le développement territorial suppose un environnement avancé en matière de décentralisation et déconcentration. Les réformes en cours sont encore à compléter. Elles pourraient donner aux cercles les fonctions des "petites régions "</p> <p>Le développement territorial implique un soutien fourni par des animateurs qui jouent le rôle de médiateurs territoriaux, qui est dans l'agriculture celui du Front Office du développement agricole.</p> <p>Les approches de Développement Territorial se généralisent actuellement dans les pays du Nord. Possibilités de raccourcis par des coopérations décentralisées (Catalogne, Andalousie.)</p>

Réorganisation et mobilisation des moyens et politiques de soutien

Réponses aux défis	Justifications et objectifs	Modalités et Mesures	Priorités d'action
<ul style="list-style-type: none"> • Réorganiser la filière technologique et l'administration déconcentrée de l'Agriculture 	<p>Nécessité absolue d'une restructuration de la filiale technologique (filiale du "progrès", du "savoir")</p> <p>Son premier niveau, le Front Office, structure de proximité mandatée par l'administration, doit devenir le chaînon stratégique de la mise en œuvre du Pilier 2. Au contact des producteurs, des groupements professionnels et des communautés, le Front office a pour rôle de connaître le territoire et les acteurs, d'informer l'ensemble des agriculteurs de la politique gouvernementale, de repérer les agriculteurs et groupements prêts à s'engager dans les projets, de faire émerger et d'accompagner la mise en œuvre des projets, de mobiliser l'expertise du back office</p> <p>Nécessité d'assurer un soutien stratégique et opérationnel et de former des masses critiques par rapprochement de la filière technologique au niveau provincial : Back Office (formation, expertise multidisciplinaire)</p> <p>Nécessité de développer des partenariats avec les élus, les responsables professionnels et associatifs, les opérateurs et les autres services de l'administration contribuant au développement rural.</p> <p>Nécessité d'une plus forte déconcentration administrative au niveau provincial et régional</p> <p>Nécessité d'une mobilisation et animation de la filière technologique au niveau national : capitalisation, ingénierie de formation, méthodologie de développement, animation expertise Pilier II</p>	<p>Un fort consensus recommande de réhabiliter les CT et CMV pour en faire des Centres de développement agricole organisés à l'échelle des cercles</p> <p>Nécessité d'une grande compétence professionnelle, donc de formation d'une nouvelle génération de développeurs agricoles de terrain. Mettre en place des programmes de renforcement des capacités. Priorités aux jeunes diplômés avec sélection sévère (<i>au moins 3-5 agents par Centre</i>)</p> <p>Mettre en place des partenariats avec les associations et ONG locales pour créer un réseau et des relais capable d'atteindre massivement les agriculteurs et les territoires des communautés</p> <p>Redéfinir les missions des DPA. Evaluer les compétences requises et les besoins de formation ou de recyclage et les coûts.</p> <p>A moyen terme, envisager le regroupement organique des services non régaliens des DPA, des Centres de Qualification Agricole et des Front Offices.</p> <p>Donner une forte mission de planification, impulsion et contrôle aux futures directions régionales</p> <p>Création d'un Centre de Ressources dédié à la mise en œuvre du Pilier II.</p>	<p>Donner priorité à la mise en place de front offices de qualité dans le chantier en cours pour la réforme du Ministère. Réhabilitation et adaptation des CT/ CMV à leurs nouvelles fonctions de Front Office</p> <p>Définir les indicateurs de performance des 'Front Offices' : nombre et qualité des projets collectifs et individuels élaborés et mis en œuvre, partenariats établis, qualité du back office mobilisé,.... Engager des actions tests pour mettre au point les procédures, les méthodes de travail; et, de là, les besoins en formation</p> <p>Préparer des Contrats Programmes avec les nouvelles Chambres régionales d'agriculture utilisant les Front Offices comme relais de formation/information des agriculteurs, sans les y rattacher</p> <p>Conforter le rôle des DPA en leur déléguant des responsabilités dans l'examen et la validation des projets (territoires et exploitations). Y rattacher les front offices pour former une masse critique.</p> <p>Développer une offre de formation adaptée au niveau local (Centres de Qualification Agricole, Maisons familiales rurales) et leur rapprochement fonctionnel avec les services non régaliens des DPA.</p> <p>Créer des directions régionales dotées d'un fort pouvoir de décision (Elaboration des Plans agricoles régionaux et plans régionaux de formation.</p> <p>Allocations des ressources, statistiques et systèmes d'information ; plateformes agritech.)</p> <p>Définir le projet et sa première phase en y associant les instituts nationaux de formation et recherche et développement. Lancer le projet</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration des mécanismes de financement et d'information et généralisation de la contractualisation et des approches partenariales, notamment public privé 	<p>Les financements actuels sont inadaptés</p> <p>Les expériences démontrent la nécessité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De prendre le temps nécessaire pour préparer les projets avec leurs acteurs - De disposer de financements souples adaptés à la diversité des projets et besoins identifiés - De systèmes d'accès rapide aux ressources financières après validation des projets - De disposer d'enveloppes pluriannuelles permettant de financer les projets conformes 	<p>Créer des lignes budgétaires souples. Réformer le FDA pour prendre en compte les besoins des exploitations de montagne et oasiennes, et sortir en partie de l'approche 'guichet' pour financer des plans de progrès des exploitations, notamment sous forme de dotations pour les jeunes agriculteurs formés (passage à l'approche 'projet')</p> <p>Négocier avec les bailleurs des enveloppes pluriannuelles pour contribuer au financement des projets conformes aux PAR avec la souplesse requise : soutien aux projets en fonction de leur validation et avancement dans le temps, contrôles <i>à posteriori</i></p> <p>Validation des projets (territoires et exploitations) au</p>	<p>Réformer le FDA et mobiliser les synergies possibles avec le FDR</p> <p>Organiser une table ronde des bailleurs pour le financement du 2^{ème} pilier.</p> <p>Mandater l'Agence de développement Agricole pour organiser l'animation et l'ingénierie sociale et financière de la mise en œuvre du 2^o Pilier du Plan Maroc Vert en relation avec les différents partenaires concernés</p> <p>Fixer les règles des relations qui devront s'établir entre les Directions régionales, les DPA, les ORMVA et les chambres régionales. Définir les missions et les</p>

