



INSTITUTS AGRONOMIQUES MEDITERRANEENS
Montpellier et Bari

PROJET PRODUITS DE MONTAGNE
FAO
GCP/INT/887/MUL

**Promotion et protection des produits locaux dans le cadre de
la mise en valeur durable des régions de montagne en
Méditerranée**

Hélène Ilbert
CIHEAM-IAM Montpellier

Alain Bourbouze
CIHEAM-IAM Montpellier

Annarita Antonelli
CIHEAM-IAM Bari

Biagio Di Terlizzi
CIHEAM-IAM Bari

Rapport final
Avril 2005

Ce document a été réalisé par le CIHEAM, Institut de Montpellier et de Bari à la demande de la FAO dans le cadre du projet GCP/INT/887/MUL sur la « *Promotion et la protection des produits locaux pour la mise en valeur durable des régions de montagne* ». Ce rapport sur la Méditerranée cherche à faciliter la mise en œuvre de la phase 3 du projet FAO qui démarre en Avril 2005 et se termine en Avril 2007. Le projet vise à renforcer la capacité d'organismes ou d'acteurs locaux en vue du développement de petites et moyennes entreprises à travers le développement de programmes régionaux en Amérique Latine, Afrique, Asie et en Méditerranée. En tant qu'institution régionale méditerranéenne, le CIHEAM a conduit cette étude et a coordonné les travaux du rapport.

L'IAM de Bari a été chargé de l'enquête sur les produits et acteurs dans sept pays de la Méditerranée (Partie 3, annexes 2 et 3).

L'IAMM de Montpellier a été chargé de l'analyse pays (Maroc) relative à l'identification des besoins en lien avec la sélection de produits prometteurs. L'analyse sectorielle débouche sur la compréhension des besoins de formation (Parties 4,5,6 et conclusions et annexes 1, 4, 5, 6, 7,). L'ensemble des parties du rapport ont été finalisées et harmonisées par l'IAM de Montpellier.

Ces travaux ont été réalisés par des enquêtes auprès de personnes dont les noms figurent en annexe 1. Les enquêtes et les missions ont été réalisées le trimestre 2005 comme prévu dans les termes de référence (annexe 8).

La rédaction du présent rapport a été réalisée par les responsables des IAM de Montpellier et de Bari (H.Ilbert, A.Bourbouze, A.Antonelli, B. Di Terlizzi) avec l'aide de Sébastien Demay (INA PG) et l'aide des personnes du Maroc qui ont fait l'objet d'entretiens ou d'enquêtes (notamment N.Bentaleb de Migrations et développement).

Table des matières

PROJET PRODUITS DE MONTAGNE.....	1
1. Introduction.....	5
2. Méthodologie	6
3. Enquête sur les produits de montagne dans la région méditerranéenne.....	9
3.1 Cadre de l'enquête et résultats généraux.....	9
3.2 Analyse des facteurs de réussite et de contraintes.....	12
3.2.1 Facteurs économiques.....	12
3.2.2 Facteurs institutionnels	15
3.3.3 Facteurs sociaux, culturels.....	20
3.3.4 Facteurs technologiques	22
4. Choix d'un terroir, d'un acteur et sélection de secteurs d'activité au Maroc.....	27
4.1 Choix de la région de Souss-Massa-Drâa	27
4.2 Description du territoire, de la dynamique participative.....	28
4.3 Le choix de Migrations et Développement	29
4.4 Critères de sélection appliqués à la région de Souss-Massa-Drâa	31
4.5 Sélection des secteurs : agriculture et écotourisme ; types de produits valorisables	32
4.6. Atouts et stratégies des secteurs agro-artisanaux et éco-touristiques.....	38
5 Analyse complémentaire des produits valorisables	40
5.1. Le critère de qualité, critère complémentaire dans la sélection des produits.....	40
5.2. Analyse des contraintes et solutions par produits sélectionnés.....	42
5.2.1 Huile d'olive	42
5.2.2 Arganier	43
5.2.3 Les plantes aromatiques et médicinales, dont le Safran	45
5.2.4 Les tapis	46
5.2.5 Le Tourisme rural et la valorisation des produits	47
6. Conception préliminaire d'actions de formation	50
6.1. Conception du dispositif local de formation	50
6.2 Types de formation pouvant être pilotées par Migrations et Développement	52
6.3. Le Ciheam et ses instituts en appui au dispositif local.....	57
Bibliographie.....	63
Général.....	63
Par produit	66
Sites web :.....	73
Annexes	75
Annexe 1 : Personnes et institutions contactées :.....	75
Annexe 2 Tableaux de synthèses recensement produits par pays.....	77
Annexe 3 : Approches descriptives des zones de montagnes des sept pays recensés	78
Annexe 4 Maroc : Migrations et développement, activités et organisation interne.....	85
Annexe 5 : Présentation d'un système agropastoral du Haut Atlas : Ait Ikkis, Ikkis-Waezarzt situé dans la région d'analys	88
Annexe 6 : L'arboriculture	94
Annexe 7 : Budgets de formation et d'information	96
1 : Montpellier – Session de 21 jours pour 15 stagiaires.....	96
2 : Budget sans d'un site web statique.....	97
3 Budget d'un site dynamique : développement des fonctionnalités du site afin de valoriser les informations (bases de données)	97
4 . Budget de création de matériaux pédagogiques multimédia	98
5 . Budget pour la création et le suivi de la Formation au Maroc	100
Annexe 8 : Termes de références FAO-CIHEAM	104

1. Introduction

Les zones de montagnes présentent généralement d'importantes potentialités liées à la promotion d'une large gamme de produits et de services assurée par les populations locales qui peuvent concerner les produits alimentaires, la connaissance empirique liée aux plantes médicinales et à la médecine traditionnelle, l'utilisation des produits naturels dans le domaine des cosmétiques, l'artisanat, les services liés au tourisme.

Les **objectifs du présent projet** sont le renforcement des capacités pour :

- Améliorer le niveau de vie des populations vivant en zone de montagne en encourageant la création de marchés viables et responsables, tant au niveau social, qu'environnemental;
- Aider à la création d'activités économiques (entreprises ou communautés locales insérées sur le marché) fondées sur des organisations privées ou publiques engagées dans les produits de haute qualité et haute valeur ajoutée;
- Améliorer la capacité institutionnelle au niveau régional, national et local et favoriser des programmes centrés sur les besoins des acteurs.

Les **résultats attendus** sur le long terme par le projet peuvent être ainsi décrits:

- Améliorer les connaissances concernant les produits de montagne en zone méditerranéenne et les initiatives mises en place pour leur valorisation;
- Identifier les conditions économiques, socioculturelles, institutionnelles et environnementales liées à la production en zone de montagne;
- Soutenir les organisations susceptibles de répondre aux besoins des communautés via des actions et programmes spécifiques qui visent à améliorer les revenus, à maintenir le tissu social etc.;
- Mettre en place activités de formation ou de coopération développées par les organisations régionales;
- Constituer un dispositif institutionnel garantissant la promotion des produits de montagne de qualité en s'appuyant sur des études de cas ou des projets de développement pilote à l'échelle nationale;
- Mettre en ligne de ressources de formation avec des exemples d'échec ou de réussite, listes de manuels disponibles, de «facilitateurs», etc.
- Réaliser de séminaires de sensibilisation régionaux.

La structure du rapport prévoit une première partie d'ordre méthodologique. La deuxième partie est centrée sur des enquêtes de produits de montagne en Méditerranée (identification des produits et des acteurs dans sept pays de la Méditerranée). Viennent ensuite deux parties centrées sur le Maroc, l'une portant sur la sélection et l'autre sur l'analyse de secteurs et produits particuliers. Enfin, une dernière partie interroge les besoins en formation et définition de la formation au Maroc dans les régions analysées préalablement.

2. Méthodologie

La recherche a suivi des directives méthodologiques dictées par la FAO, qui ont défini la portée de l'étude. Sur la base de ces directives, les produits à identifier et à évaluer ont été les suivants:

1. **Produits réalisés et/ou transformés dans une zone de montagne.**

Pour la caractérisation des zones pouvant être considérées comme zone de montagne, la méthode choisie s'est inspirée de celle élaborée par le Centre mondial de surveillance de la conservation du PNUE (PNUE-WCMC), basée sur l'utilisation d'un modèle numérique de terrain. Les critères d'altitude et de pente qui ont été choisis sont ceux montrés ci-dessous:

- Altitude en m 300-1.000 Critère supplémentaire: variation locale d'altitude >300 m sur un rayon de 5 Km
- Altitude en m 1.000-1.500 Critère supplémentaire: variation locale d'altitude >300 m sur un rayon de 5 Km et/ou pente maximale avec les points cardinaux $\geq 5^\circ$
- Altitude en m 1.500-2.500 - Critère supplémentaire: pente maximale avec les points cardinaux $\geq 2^\circ$
- Altitude >2.500 - Critère supplémentaire: aucun

Un produit de montagne est défini comme tout produit obtenu avec matières premières d'origine de zone de montagne. Selon cette définition, on considère produit de montagne même un produit qui est transformé dans une région différente de celle de production.

2. Les produits à recenser peuvent appartenir à une des catégories suivantes: **produits agricoles, artisanaux, médicaux, cosmétiques, huiles essentielles et les services de tourisme.**

Dans les sept pays de la Méditerranée objet d'étude (Algérie, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie) des recherches ont été réalisées grâce à des contacts avec les institutions qui participent aux réseaux d'étude et de recherche du CIHEAM. Les responsables des institutions ont identifié les Centres de Recherche et les experts locaux à impliquer dans l'activité d'enquête sur le terrain, sur la base des connaissances et des caractéristiques des informations requises.

L'approche suivie dans la réalisation du recensement a été le suivant:

- Collecte des informations et des données disponibles dans les sources bibliographiques nationales;
- Entretiens avec des fonctionnaires (Ministère de l'Agriculture, Centre Technique, Directions Régionales, etc.);
- Recensement auprès des villageois (associations locales), petits producteurs et commerçants régionaux et ONG;
- Réalisation d'une base de données (voir en annexe 2, table en format Excel) comportant une liste des produits de montagne dans les différents pays.

La base de données comprend des informations sur les aspects suivants:

- Aspects généraux: nom du produit (nom scientifique, nom local), position géographique et description de la région;
- Aspects économiques: prix, production, marché, stratégies de promotion, impact sur l'économie locale;
- Aspects techniques: techniques de production, transformation, infrastructures ;

- Aspects environnementaux: zone agro écologique, impact sur la conservation des ressources naturelles ;
- Aspects socioculturels ;
- Aspects institutionnels: législation, politiques ;
- Aspects complémentaires: opportunité, menaces, durabilité, réplication.

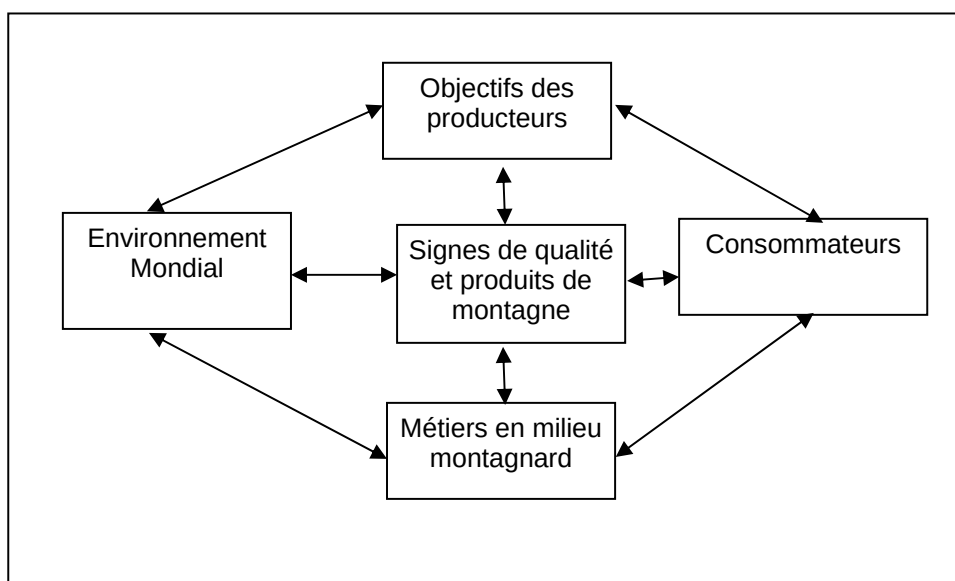
L'analyse des données a permis d'identifier les produits prometteurs et les zones géographiques, les acteurs impliqués, les contraintes et les opportunités à développer pour la valorisation et la promotion de ces produits, sur la base des critères suivants:

- La renommée du produit au niveau local/national /international ;
- Son lien au territoire ;
- Le marché actuel et potentiel du produit;
- Le rapport produit-biodiversité (conservation in situ ou ex-situ,..);
- La relation entre le produit et différentes formes d'associations (coopérative, groupements de femme, de producteurs, ONG etc.);
- L'impact du produit sur le développement des zones de provenance;
- Les innovations technologiques liées à la mise en valeur du produit ;
- La présence d'actions institutionnelles de soutien de la valorisation du produit;
- les potentialités de valorisation du produit en termes de filière avec l'appui institutionnel (dénominations, traçabilité, certification de qualité, etc.); l'identification des initiatives possibles pour la valorisation euro méditerranéenne.

Ensuite, une deuxième étape a porté sur la sélection et l'analyse du cadre institutionnel (sous secteur et modèle possible de gouvernance). Notre travail d'analyse et d'enquête s'est focalisé sur les montagnes du Haut Atlas marocain.

Nous avons suivi la méthode sectorielle préconisée par la FAO telle qu'elle a été schématisée par l'agence internationale du développement américaine (USAID). Cette méthode fournit un cadre logique d'analyse des produits potentiellement commercialisables en suivant huit étapes : sélection de secteurs et sous secteurs, analyse des sous-secteurs, identification des contraintes des sous-secteurs, identification, sélection, évaluation des solutions commercialement viables, identification des interventions et sélection des types d'intervention. Cette méthode a l'avantage d'offrir un cadre global et de déboucher sur une évaluation-action. Nous n'avons emprunté que les premières étapes de cette méthode, puisque notre travail se situe en amont des projets de développement sectoriel. Les matrices permettent de représenter visuellement les tris entre les secteurs et les produits prioritaires et ce en lien avec les contraintes et les liens socio-économiques. Nous devons également identifier un processus de formation qui permette de répondre aux besoins des acteurs locaux. Afin d'y parvenir, nous avons suivi la méthode plus classique des entretiens et enquêtes qualitatifs. Nous avons donc rencontré des organismes et des personnes susceptibles de porter localement le dispositif de formation.

Notre cadre d'analyse peut être schématisé comme sur la figure ci-dessous :



Source : Fourcade, 2003

Sans prétendre mettre à plat l'ensemble de ces dynamiques, nous nous sommes penchés sur les aspects économiques et institutionnels. L'aptitude à créer un marché de produits de montagnes d'exception peut favoriser le maintien d'activités en zones rurales tout en créant de nouveaux marchés porteurs, en lien avec le tourisme et les marchés ethniques. Cette fonction de valorisation du produit et de valorisation du processus de production de l'offre locale et de son mode d'organisation est limitée à un certain nombre d'acteurs aptes à capter marchés domestiques et d'exportation. Encore faut-il que l'offre locale soit suffisamment structurée, pour faire face aux opérateurs étrangers et aux entreprises fonctionnant en club. Le choix des gammes de produits, de politiques de prix, d'investissement, de commercialisation ou de technologie dépend des stratégies gouvernementales en termes de renforcement de capacités, d'encouragement à l'innovation ou de mesures d'accompagnement favorisant la concertation entre acteurs.

Enfin, l'innovation pour la confection de produits traditionnels constitue une contrainte de mise à niveau des entreprises et de la filière. Les firmes doivent accepter l'action collective, et la mise en réseau. Cette contrainte est la contrepartie de la protection de la concurrence et de l'accès au marché facilité par les signes de qualité.

Les modalités de conditions de production, de protection des produits et d'organisation économique sont autant de points qui jouent dans l'organisation entre acteurs. L'existence de cadre de concertation entre les acteurs est certainement une condition à la construction de ces filières.

3. Enquête sur les produits de montagne dans la région méditerranéenne

La région méditerranéenne est une entité géographique, historique, culturelle et sociale très complexe, qui présente des diversités et des inégalités à tous les niveaux, même en conservant des traits communs et spécifiques.

Les zones de montagne sont très inégalement réparties dans les pays objets de la présente étude (Algérie, Tunisie, Maroc, Liban, Jordanie, Syrie et Turquie). Elles représentent le quart du territoire du Maroc, les deux tiers de la Turquie, 12% de la Tunisie, mais seulement 3% de la Syrie et encore moins de la Jordanie (voir annexe 3, la description détaillée par pays).

Les montagnes occupent une position variable dans les priorités des économies nationales ou les politiques publiques. Historiquement considérées comme des zones marginales, elles peuvent cependant acquérir un poids dans l'économie et dans les sociétés notamment du fait du développement d'activités touristiques.

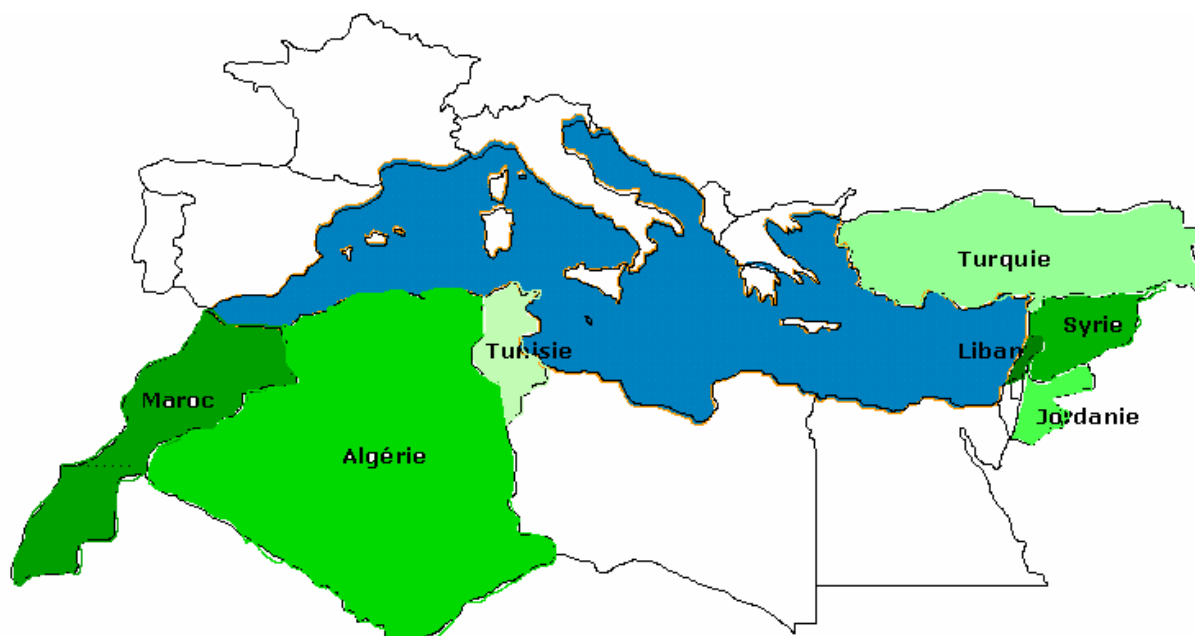
Tel a été le cas des montagnes du Nord du bassin méditerranéen qui ont rapidement connu de profondes mutations avec le développement d'infrastructures touristiques destinées au ski ou aux randonnées de moyenne et haute montagne. Au Sud, les mutations sont en cours, et notre travail de recensement a permis de dégager certains facteurs déterminant les contraintes et les priorités.

3.1 Cadre de l'enquête et résultats généraux

Basé sur un recensement sur le terrain et un recueil bibliographique à l'échelle locale, ce travail vise à présenter un inventaire des produits locaux de montagne dans le cadre la mise en valeur durable de régions rurales en zone de montagne (voir fichier Excel, annexe 2).

Sur les sept pays de la Méditerranée qui ont été recensés, nous avons obtenu des réponses permettant d'analyser 70 produits. La carte montre les pays ayant le plus répondu aux enquêtes et l'intensité de la couleur varie en fonction de la quantité d'informations rassemblées. Le Maroc, le Liban et la Syrie, qui sont en vert foncé concentrent le plus grand nombre d'informations. Viennent ensuite l'Algérie et la Jordanie et enfin la Turquie et la Tunisie.

Pays de la Méditerranée sujet de l'étude

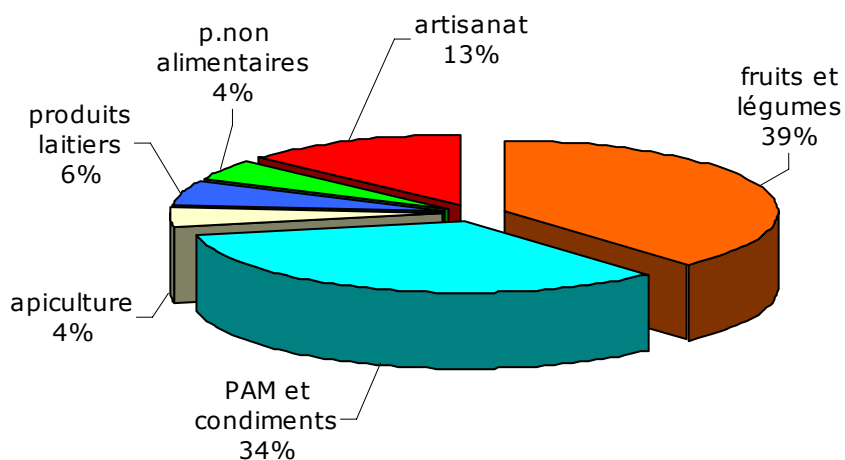


Légende : Vert foncé = informations fortes
 Vert clair = moins d'informations

Cette carte ne désigne pas le potentiel effectif des pays en termes de promotion et de protection des produits locaux de montagne. Elle définit le cadre de l'enquête et signale les pays qui ont été plus ou moins actifs lors de nos enquêtes. Le classement entre les pays ne peut être interprété en tant que classement hiérarchisant leurs potentiels de développement. Il figure simplement comme rappel méthodologique du recensement effectué.

Sur les soixante-dix produits qui figurent dans notre base de données, nous avons pu constater que la majorité des produits appartient à la catégorie des aliments: fruits, plantes aromatiques et médicinales (PAM), produits laitiers, miel, condiments. Une minorité appartient aux produits de l'artisanat.

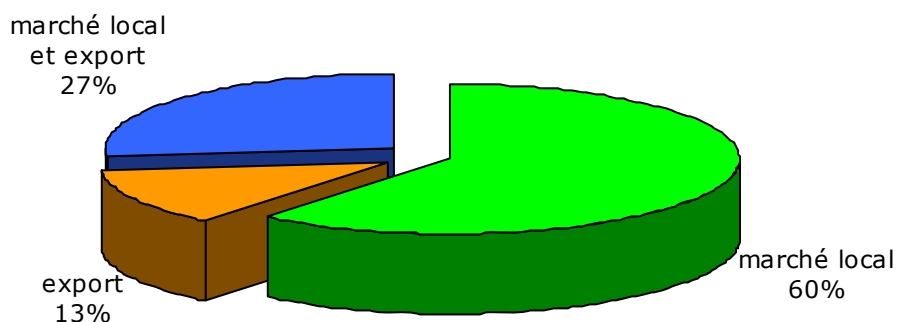
Produits recensés par catégorie



La plupart des produits couverts par l'étude sont limités aux marchés locaux et nationaux. Il s'agit surtout des fruits et légumes, des plantes aromatiques, condiments et des produits de l'apiculture.

Cependant dans certains cas, les produits sont destinés aux marchés étrangers, lorsqu'ils ont une forte valeur ajoutée (plantes aromatiques, champignons, cerises, soie naturelle et artisanat). Les marchés d'exportation sont majoritairement ceux de l'Union Européenne (France, Espagne, Allemagne, Suisse), et dans une moindre part, d'autres pays à économie développée (Etats -Unis, Canada et Japon). Maroc, Turquie, Liban et Turquie et Syrie sont les principaux exportateurs.

Type de marchés



Ces informations sur les niveaux d'exportation et d'importation ne peuvent être généralisées. Notre enquête s'est limitée à certains produits et nous n'avons pas les données nous permettant de montrer les parts exactes des origines et destinations des produits échangés en volume et en valeur. Elles donnent un cadre d'analyse qui nous a permis d'interpréter les principaux facteurs de réussite et de contraintes.

3.2 Analyse des facteurs de réussite et de contraintes¹

Les données collectées ont permis de mettre en évidence les principaux facteurs de réussite et les contraintes à surmonter pour mieux valoriser les produits de montagne. Cet effort de valorisation doit donner aux populations locales la possibilité d'améliorer leur niveau de vie, tout en préservant traditions, typicité et savoir-faire.

Durant notre enquête, il a été difficile d'identifier et de caractériser l'origine d'un produit, car historiquement le brassage des variétés et des traditions a été, et reste encore, permanent. C'est par exemple le cas du Liban. Certains historiens n'hésitent pas à qualifier le Libanais d' *homme de village*, car il maintient les liens entre son village d'origine et sa ville d'adoption ; cette continuité entre territoire natal et lieux de travail ou d'expatriation, est rendue facile au Liban grâce aux dimensions du pays qui facilitent les échanges fréquents (Bourgey, 1970; Mouawad, 2004). Dans un tel contexte, où les brassages culturels ont été nombreux, l'identité originelle des produits se confond.

La carte d'identité d'un produit ethnique, ou tout simplement rural est difficilement réalisable et les produits alimentaires qualifiés d'authentiques et qui sont en réalité hybrides : ils sont le résultat d'ajouts et d'emprunts petit à petit intériorisés. Dans ce contexte de mouvement et d'échanges, l'identité d'un produit se construit par les actions socio-économiques, politiques, culturelles et techniques.

À ce titre, les démarches qualité jouent un rôle important dans la construction actuelle de l'image des produits de montagne, car elles encouragent l'organisation des filières et permettent de différencier les produits sur le marché. Ainsi, la simple réalisation d'un cahier de charges nécessaire pour la reconnaissance d'un signe de qualité (AOC ou IG) induit des procédures de concertation entre les différents acteurs (opérateurs techniques, producteurs, coopératives, transformateurs, collecteurs, vendeurs, etc.) et favorise la reconnaissance d'un savoir-faire local lié à la réputation et à l'histoire d'un produit.

3.2.1 Facteurs économiques

L'analyse des facteurs économiques liés à la réussite ou au développement potentiel des produits dépend pour partie du potentiel du produit considéré en tant que complément de revenu pour un acteur local et d'autre part, du développement économique de la filière pour les populations locales. Ce potentiel économique dépend des capacités d'organisation et des mécanismes de concertation qui se mettent en place afin de développer les secteurs.

¹ . Rappel : toutes les informations sur les produits recensés sont contenues dans la base de données en format Excel (Annexe 2) et attaché au présent rapport.

De manière générale, on peut dire que le nombre d'initiatives couronnées de succès est faible alors que le potentiel de ressources existe et demande à être exploité. Nous donnons ici deux exemples, l'un au Liban et l'autre au Maroc pour faciliter la compréhension de notre approche. Ces deux exemples restent limités et nous détaillerons dans la suite de l'étude, le cas du Maroc. Nous avons en effet concentré nos travaux sur ce pays qui semble être à l'initiative de nombreuses démarches de valorisation tant dans les produits du secteur agricole ou para agricoles, comme les plantes médicinales, que dans le secteur du tourisme.

En ce qui concerne l'enquête préliminaire que nous avons conduite sur les sept pays dans le secteur agricole en priorité, nous avons pu constater des phénomènes similaires d'un pays à un autre. Qu'il s'agisse du Liban ou du Maroc, nous avons constaté que l'absence de d'organisation de la filière et l'absence de mécanismes de concertation bloquent le développement des filières : exportateurs, producteurs, administrations nationales ou territoriales, ou organisations professionnelles communiquent peu et les circuits commerciaux restent opaques.

Ainsi, au **Liban** les problèmes majeurs liés à la valorisation des produits agricoles semblent liés aux problèmes des circuits de distribution. En effet, l'accroissement du revenu des agriculteurs qui conditionne le succès, peut provenir de trois sources: un accroissement de la productivité, une augmentation du prix de vente des produits et un degré d'appropriation plus ou moins grand de la valeur ajoutée des produits tout au long de la filière.

Mais ces solutions se heurtent à différents verrous institutionnels, économiques et politiques présents tout au long de la filière. Parmi les plus importants, nous citerons les points suivants : absence de classification des produits ce qui empêche la mise en place de prix représentatifs ; inexistence de coopératives et de toute organisation économique ce qui rend illusoire tout effort de commercialisation ; caractère impénétrable des marchés de gros ; absence de concurrence sans respect de la moindre règle du jeu internationale ; crédit agricole inexistant à cause de l'absence de titres de propriété ; pas de vulgarisation ce qui se traduit par des retards au niveau des pratiques culturelles, etc.

La levée de ces différents verrous est complexe à dessiner, mais passe surtout par une volonté participative de faire avancer les choses.

Encadré1. Etude de cas: les plantes aromatiques et médicinales (PAM) au Nord Ouest du Maroc.

La région du Nord-ouest marocain bénéficie d'une grande variabilité d'espèces de plantes aromatiques et médicinales. A l'exception de la culture de la menthe *nana* vendue en frais pour accompagner le thé vert, et d'un nombre limité d'expériences de développement de mise en culture (safran dans la région de Chefchaouen, *origanum compactum*, sauge et verveine odorante à Beni Idder et Darchaoui), il n'y a pas, dans la zone, de mise en culture de plantes aromatiques et médicinales à une échelle significative. Les plantes susceptibles d'être mises en culture et commercialisées sont nombreuses. Quatre plus significatives semblent pouvoir être valorisées à terme selon notre recensement : l'origan compact, le myrte, la menthe pouliot, le romarin.

Pour l'heure, les produits commercialisés poussent à l'état sauvage. La ressource repose donc uniquement sur le potentiel naturel, ce qui est une menace pour la préservation des ressources. Les principales plantes sont: les feuilles d'Origan compact, les bouquets de petite centaurée, les fleurs mondées de menthe pouliot, la racine de serghine et la graine de staphisaigre. Les produits du Rif sont représentés, par ordre d'importance, par l'origan compact et la menthe pouliot, les graines de staphisaigre, les racines de serghine et le laurier. Ce sont également ces produits qui sont exportés.

Le nombre de collecteurs a diminué, passant d'une quinzaine d'entreprises à une dizaine ou moins. Effet, certains ont cessé leur activité depuis 2 ou 3 ans, lorsque les prix des principales plantes ont fortement diminué. Par le jeu de l'offre et de la demande, la diminution des volumes commercialisés s'est traduite par une baisse sensible des prix payés tout au long de la chaîne de commercialisation. Les collecteurs n'ont que de très faibles capacités de stockage. ils sont donc amenés à vendre rapidement leurs produits à un prix bas. La spéculation est une constante de ces marchés.

Les débouchés de ces produits restent opaques. Il semble que de nombreuses plantes médicinales sont destinées uniquement au marché national car elles ne figurent pas dans les pharmacopées des pays européens et nord-américains. Dans les grandes villes, les herboristes des médinas déclarent n'avoir aucune difficulté d'approvisionnement en plantes sauf lorsqu'ils sont à proximité immédiate d'une route (et d'un souk)...

La filière des herbes aromatiques et médicinales au **Maroc** est un des exemples de produits, qui pourrait avoir un potentiel de développement sur les marchés (voir encadré 1).

Mais pour que ces produits deviennent compétitifs, cela nécessite des actions de structuration de la filière, de transformations dans les choix à l'exportation et dans les modalités de concertation entre les différents acteurs. Comme nous le verrons plus tard, l'information doit pouvoir circuler entre élus, associations villageoises, coopératives, entreprises et administrations. Les asymétries d'information entre les acteurs sont fortes et les besoins en formation sont prioritaires.

Le **marché local** peut favoriser le développement de produits de qualité et modifier les relations socio-économiques. Cela suppose une autre organisation tant du point de vue de la

production que de la commercialisation : plantes aromatiques en sachets ou plantes aromatiques et médicinales sous forme d'huiles essentielles et de produits transformés cosmétiques (huiles de massage, lotions...). Le **marché international** offre une bonne valorisation de ce type de produits à condition qu'ils soient différenciés : pour ce qui concerne les huiles essentielles à destination des marchés de l'aromathérapie, ou de la parfumerie, les possibilités de valorisation de plantes à fort potentiel naturel sont importantes.

En termes de bilan, les principaux éléments du diagnostic de la filière peuvent être résumés de la façon suivante:

...suite de l'encadré sur les plantes aromatiques et médicinales au Maroc.

Atouts:

- L'exploitation des PAM est une activité traditionnelle en zone rurale, pouvant constituer un revenu d'appoint pour les populations très démunies des douars
- On compte certaines *réussites* anciennes, sans suite actuellement faute de clients
- Des acteurs motivés et convaincus de l'intérêt de cette activité existent
- Il existe des marchés, tant locaux qu'à l'export, accessibles si les produits sont différenciés par une démarche qualité (AOC, IG ou autres formes à trouver).
- L'étude révèle que de nombreux produits peuvent s'ouvrir aux marchés, car les productions en termes quantitatifs sont suffisantes.

Contraintes:

- La demande est incertaine, irrégulière et les prix peu motivants
- La filière est peu performante économiquement et peu rémunératrice, peu compétitive avec l'activité agricole, avec pour conséquence un arrêt de l'activité de nombreux acteurs
- Les intermédiaires sont nombreux
- Le savoir-faire et la technologie sont peu maîtrisés et encore très traditionnels; cette filière est peu exigeante en termes de qualité et on sait que la maîtrise de la qualité est une condition fondamentale pour la fidélisation des clients
- Le travail est pénible et peu valorisant (cueillette), avec une image de marque très négative (selon les enquêtes)
- Le manque de formation est flagrant ainsi que le manque d'informations techniques et commerciales, et d'encadrement de la plupart des acteurs

3.2.2 Facteurs institutionnels

L'analyse du recensement met en évidence le manque de politique publique en matière de soutien et de valorisation des productions de montagne.

Nous avons pu identifier, par exemple, les besoins en termes de réglementation de la cueillette des plantes sauvages au **Liban**. Ces ressources naturelles sont menacées par une exploitation excessive de la part des acteurs privés de la filière (voir encadré 2).

Mais ces besoins de réglementation varient en fonction des dynamiques locales. Il s'agit de procéder au cas par cas afin d'avoir une approche institutionnelle qui corresponde aux changements en cours tant à l'échelle locale que nationale ou internationale

Encadré 2. Le secteur de plantes sauvages et médicinales au Liban: législation et initiatives locales.

Les plantes sauvages au Liban souffrent des conséquences d'une cueillette anarchique. Ce secteur gagnerait à bénéficier d'une législation limitant la cueillette et permettant la gestion de la production de telles espèces en parcelles agronomiques pour l'exploitation à des fins pharmaceutiques. Il serait intéressant de planifier des sessions de formation et sensibilisation auprès des villageois leur permettant de prendre conscience de la précarité des ressources.

Il est à cet effet important de mentionner certaines initiatives locales issues d'ONG internationales, telle que celle de la WRF au sud Liban (dans le secteur de Jezzine). Le programme initial visait à encourager la culture de plantes médicinales pour la valorisation des terres, dans la perspective de résorber le chômage dans les familles des victimes des mines (et de la guerre de façon générale). Ces initiatives locales n'ont pas eu beaucoup de succès auprès des locaux du fait de la difficulté d'écoulement de la marchandise. Il serait important de former le personnel dans ces ONG aux utilisations des différentes herbes médicinales et aux procédés d'extraction et de conditionnement, afin qu'à leur tour, ces organisations puissent répandre le savoir auprès des bénéficiaires. Ce secteur aurait grandement besoin de supports en terme juridique, technique (extraction, conditionnement, conservation) et scientifique (les méthodes d'utilisation, l'identification des espèces, la production agronomique).

Le savoir empirique lié à l'utilisation spontanée des plantes médicinales représente un patrimoine culturel qu'il serait intéressant de conserver. On retrouve çà et là de la documentation non scientifique relative aux bienfaits des plantes sauvages. Les centres de recherches de l'Université Américaine de Beyrouth ainsi que l'Institut de Recherches Agronomiques du Liban conduisent depuis quelques années des expérimentations en laboratoires visant à valider les usages thérapeutiques des espèces médicinales. Cette dynamique devrait être encouragée et encadrée. Des enquêtes pourraient être conduites auprès des villageois (notamment les plus âgés d'entre eux) pour collecter l'information tout en les associant à ce processus (question du savoir traditionnel et du statut du savoir une fois formalisé). L'information et le consentement préalable des populations sont nécessaires avant que toute forme de mise en valeur de ce patrimoine soit possible. La compatibilité entre les formes de droit, telles que la Convention biodiversité, les droits de propriété intellectuelle et les droits coutumiers restent à trouver afin de préserver le statut des connaissances et leur valorisation.

Par exemple dans la zone de Deir El Ahmar, on dénombre quatre associations impliquées dans la filière de l'huile d'olive. La zone de

Marjeyoun-Hasbaya compte quant à elle plusieurs ONG internationales et nationales qui oeuvrent plus particulièrement pour la mise en place des clubs culturels pour le jeunes ou pour le développement rural. La zone de Bent Jbeil bénéficie de subventions par le gouvernement. Et depuis octobre 2002 dans la région de Batroun, la fondation René Moawad a pour mission d'améliorer la qualité de l'huile d'olive de façon à développer un marché pour l'exportation vers l'Europe et les Etats-Unis. On le voit entre le marché local et les marchés d'exportation, les besoins exprimés sont différents et les choix en termes de démarche de qualification du produit vont nécessairement différer.

Les initiatives de valorisation des productions dans les zones marginales de montagne sont donc multiples et prennent un essor considérable dans le dispositif institutionnel depuis une vingtaine d'années. Le rôle des organisations non gouvernementales de développement local est parfois, sinon souvent, déterminant car ces organisations sont les catalyseurs qui valorisent les richesses particulières des communautés locales qui ont la capacité d'imagination, la capacité d'entreprendre et de s'engager dans la formulation et la mise en œuvre des projets.

En **Tunisie**, depuis une quinzaine d'années, ces structures représentatives, qu'elles soient à l'échelle locale ou régionale, jouent un rôle clé par une démarche collective, pour promouvoir, favoriser et accentuer le développement local surtout en milieu rural. Une nouvelle expérience de développement local a vu le jour dans la délégation de Béni Khédache qui se trouve dans le sud est de la Tunisie, en plein milieu de la chaîne montagneuse de Matmata et qui est présenté dans l'Encadré 3.

Encadré 3. Le rôle des ONG: le cas de l'Association ADD en Tunisie.

Dès le début de son activité dans cette vaste région de Béni Khédache où les besoins socio-économiques sont importants, l'association ADD (Association de Développement Durable) a été confrontée à de multiples besoins exprimés par la population locale. Le développement local dans le monde rural se réduit de moins en moins au développement agricole et les zones rurales sont prises en tant qu'espace-support d'une grande mosaïque d'activités (agricoles, artisanaux etc.), d'un dense tissu culturel économique et social (types d'habitats, de cultures etc.) et d'une fort diversité de paysages et de sites naturels qu'il convient de préserver tout en les valorisant.

Un projet n'a de sens et d'avenir que s'il est partagé et bénéficie, à terme, au plus grand nombre: ce projet doit donc répondre aux aspirations locales, aux initiatives émanant des acteurs locaux. La position géographique du territoire sur la route du tourisme saharien, aux portes ou presque de la concentration touristique de Djerba, à côté de ses atouts en matière de paysages, d'architecture et de savoir-faire, permettent d'envisager une stratégie de développement intégré basée sur la valorisation touristique du patrimoine local, patrimoine naturel, culturel et architectural.

Trois axes peuvent être développés: le tourisme, l'artisanat et les produits locaux agricoles traditionnels de la zone. Ces trois secteurs peuvent opérer en toute complémentarité, contribuant respectivement à renforcer l'image d'un terroir traditionnel, à forte culture locale. La mise en œuvre d'un projet intégré pourra se faire progressivement sur la base des atouts suivants:

C'est la nécessaire dimension sociale qui en garantit la pérennité, renforçant les complémentarités existantes et créant des complémentarités nouvelles. Il ne s'agit pas seulement de renforcer le rôle économique et social de certains des acteurs locaux, mais de leur conférer à tous une nouvelle mission dans l'avenir de leur territoire (se prendre en charge).

L'engagement de la société rurale de Béni Khédache respecte deux principes: celui d'un projet partagé *par les différents groupes d'acteurs* et celui du choix d'un *axe identitaire*; il faut pouvoir afficher un axe de communication fort et identitaire, donnant une raison particulière aux acteurs de se mobiliser.

Cette démarche participative adoptée en Tunisie est soutenue par les acteurs locaux et par le CIHEAM-IAMM. Elle s'inscrit dans la logique du programme Leader-Med afin d'appuyer le développement participatif.

Les Atouts de Béni Khédache :

- En matière de patrimoine naturel, la qualité indéniable des paysages naturels, alliée au savoir-faire millénaire dans la maîtrise de l'eau extrêmement visible dans les paysages: jessours, vestiges de barrages romains, palmeraie, ...
- En matière de patrimoine architectural, la présence de plusieurs ksars sur le périmètre est une image très forte de l'occupation humaine, qu'il ne faudra absolument pas oublier d'intégrer dans le projet, au-delà de son intérêt historique ; le Ksar recèle un potentiel de développement très fort tout autant que le projet puisse s'en assurer la maîtrise foncière, tout au moins partielle.
- En matière de savoir – faire et de traditions, deux volets complémentaires peuvent être développés : l'artisanat local qui pourra s'appuyer sur une tradition de tissage d'articles, spécifiques à la région; les produits agricoles de la zone, qui bénéficient d'une forte image de qualité et d'authenticité.
- Un tourisme identitaire: le relief et la position géographique de Béni Khédache lui donne la possibilité d'être une région touristique de grande ampleur (tourisme écologique, rural, solidaire, chambres d'hôtes, maisons rurales, événements folkloriques et culturels...). En outre, elle regroupe un patrimoine historique se composant principalement d'une dizaine de ksours, situés dans des lieux d'influence touristique fort importante.

Outre ce patrimoine, la zone de Béni Khédache, comme celle de Matmata, avec évidemment une petite différence architecturale, est une zone d'implantation d'habitats troglodytes dont l'architecture et l'originalité sont évidentes. Cette expérience, nommée Innovation Rurale en Zone Difficile (IRZOD) «Jessours et Ksours de Béni Khédache». a été initiée en 2001 et se réalise dans le cadre de la convention de coopération décentralisée entre le Gouvernorat de Médenine et le Département de l'Hérault (France) avec le soutien du programme Leader-Med.

Le contenu du programme **LEADER Méditerranée** a été soumis aux Ministres de l'Agriculture, et a été présenté à la Commission Européenne. Il fait suite au séminaire organisé en avril 2000 par le CIHEAM sur le « développement rural durable » et aux recommandations formulées par les ministres de l'agriculture lors de leurs réunions de Rabat en juin 2000 et Athènes en juin 2001 sur la nécessité d'expérimenter « *de nouvelles stratégies de développement rural durable dans les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée* ».

Selon le mandat reçu par le CIHEAM par la conférence des Ministres de l'Agriculture, l'essentiel du programme LEADER Méditerranée est constitué par un programme d'appui au développement rural durable d'un certain nombre de zones rurales de pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée. Ce processus de développement et les appuis dont il est l'objet, doivent s'inspirer étroitement du programme européen LEADER. Pour y parvenir, l'outil privilégié de mise en œuvre est la mise en place de coopérations bilatérales, de zone rurale à zone rurale, entre les zones des pays du Sud et de l'Est et des groupes LEADER + des pays

méditerranéens de l'Union Européenne membres du CIHEAM. Pour mettre en œuvre la recommandation des Ministres de l'Agriculture, le CIHEAM a commencé par élaborer un programme expérimental intéressant quelques zones rurales, comme celle de Béni-Khédache. Au-delà de cette région, en Tunisie, cette démarche a été adoptée par le projet de gestion des ressources naturelles (sur financement de la Banque Mondiale), le projet de développement agropastoral et de promotion des initiatives locales dans le Sud Est (financement FIDA et Fonds OPEP) et enfin le projet de développement des zones montagneuses et pastorales du Nord-Ouest (financement BM). D'autres projets de moindre importance ou promus par des ONG ont aussi un peu partout dans le pays adopté une telle démarche. Pour la Tunisie, la multiplicité des départements qui interviennent dans le développement rural (Ministère de développement

économique et de la coopération, Ministère de l'intérieur et du développement local, Ministère de l'agriculture, de l'environnement et des ressources hydrauliques, etc.) nécessite une concertation et une coordination étroites entre ses différents acteurs pour la mise en place d'une instance nationale adéquate afin d'assurer une insertion efficace du programme Leader-Med dans le cadre institutionnel tunisien. Toutefois à l'image d'autres expériences (Projet IRZOD) cette instance pourrait associer différents partenaires à côté de l'administration (ONG, Organisations locales de développement, etc.).

Encadré 4. L'Association pour le Développement et la Promotion du Figuier (ADPF) en Algérie.

Comme dans les autres pays de la Méditerranée, le figuier est très ancien en Algérie. Les villageois de certaines zones de production (principalement de la grande Kabylie) affirment que sa culture est très ancienne et que le fruit séché s'échangeait contre des céréales. Sa culture couvre principalement des zones de montagne, et elle a été toujours classée comme une espèce secondaire malgré l'importance qu'elle peut jouer dans la mise en valeur de nombreuses régions.

Traditionnellement, les problèmes socio-économiques et la gestion des ressources des villages et des villageois sont ajustés et gérés par le comité des sages. Conscient de l'importance de l'arboriculture de montagne en général et du figuier en particulier, mais aussi des contraintes liées aux vieillissements des plantations, à la disparition des collecteurs conditionneurs qui détiennent un savoir, l'Association pour le Développement et la Promotion du Figuier (ADPF) a été créée en 1999 par des villageois de la région Béni Maouche, commune de la wilaya de Bejaia.

Ses objectifs sont à priori de:

- Donner l'occasion aux paysans de se rencontrer et d'échanger leurs expériences
- Promouvoir la culture ancestrale relative à la figue
- Vendre des produits difficiles à écouler sur le marché
- Sensibiliser les citoyens pour la préservation et l'entretien des figuiers
- Promouvoir la production artisanale relative aux figues, notamment la vannerie.

C'est ainsi que l'approche participative et communautaire a connu un net développement et a été adoptée par différents projets. En Algérie aussi, on peut donner des exemples de formes d'association créées autour des produits, comme dans le cas de l'Association pour le Développement et la Promotion du Figuier (ADPF) présenté dans l'Encadré 4.

Cette nouvelle approche s'est traduite aussi par le renforcement du rôle du secteur privé pour la prise en charge d'activités concurrentielles qui relevaient auparavant des attributions de l'appareil administratif.

Par ailleurs pour soutenir cette démarche, une stratégie de promotion des organisations professionnelles a été arrêtée, parallèlement à la décentralisation des services de l'administration.

3.3.3 Facteurs sociaux, culturels

Le lien avec le terroir, le nom qui le désigne, sa réputation et son histoire constituent les incontournables identifiants des processus de qualité. Sans eux, les produits ne peuvent pas acquérir une typicité sur les marchés. Plusieurs produits comme les cerises d'Aarsal et l'arak au Liban, le miel et tous les produits de l'artisanat, tirent leur identité de l'appartenance au territoire.

L'importance de ces produits est reconnue soit du point de vue économique et social, soit culturel. Très souvent, le savoir faire qui appartient seulement aux artisans des zones de production risque de se perdre. Des actions de soutien et de promotion sont nécessaires pour que ces produits soient reconnus par les jeunes générations comme une opportunité économique à exploiter.

C'est le cas des couteaux de Jezzine au Liban. Il est difficile d'estimer de façon précise le nombre de ménages qui vivent (entièrement ou partiellement) sur l'artisanat de la coutellerie. Toutefois, d'après un recensement global du Ministère des affaires sociales (non spécifique à la région de Jezzine), il y aurait une majorité de foyers qui vivent exclusivement des ressources liées à l'artisanat de coutellerie et de mosaïque. Les ateliers de travail souvent issus de petites entreprises familiales hésitent à embaucher du personnel non apparenté par souci de conservation du savoir faire. Mais les jeunes quittent toujours plus fréquemment le village et ce savoir faire risque de se perdre au fil des générations.

L'artisanat libanais représente la carte d'identité du Liban au plan international. C'est par son artisanat que le Liban se fait connaître. La conservation et la dynamisation de ce secteur sont donc indispensables à la survie de l'économie du pays. On retrouve, en fonction des différentes régions, des spécificités locales qui ont réussi à survivre et qui confèrent à leur zone d'origine, une notoriété nationale (artisans du cuivre à Tripoli, Nord Liban, le travail des cuirs et peaux à Bent Jbail, Sud Liban, la poterie à Rashaya el Fakhar, Sud Liban, les ateliers de verre soufflé, la vente de poissons fossiles, etc.).

Encadré 5. Aspects sociaux et culturels de l'artisanat libanais.



Parmi ces produits, la notoriété de Jezzine a réussi à s'imposer à l'échelle du pays et leur renommée a dépassé les frontières pour se faire connaître aux Etats-Unis, en Arabie Saoudite, en Egypte, en Iran, à Rome, en Jordanie, en Belgique, en France.

Chez combien de rois, de présidents, de chefs d'Etat est-on susceptible de rencontrer sur une table, ou un bureau, ces couteaux traditionnels portant dignement une tête d'oiseau sur le manche, accompagnée fièrement de l'annotation :

«Fabrication artisanale, Jezzine. Liban». En 1770, lorsque des forgerons venus de Barouk se sont installés à Jezzine, le savoir-faire a très vite trouvé écho chez les habitants du village. Au début, fabriqué avec de l'acier monté sur des manches de bois, ou de cornes de vaches ou d'agneaux, ce n'est qu'en 1900 que les manches ont commencé à être sculptés. C'est à cette date également que les premiers canifs de poche ont pris la relève des couteaux simples de cuisine. Les produits sculptés et souvent incrustés de cuivre étaient vendus dans des souks locaux en tant que pièces d'art. Petit à petit, les artistes/ artisans ont développé le savoir-faire sous forme d'entreprises familiales. Entre 1920 et 1930, le manche classique commence à prendre la forme d'une tête d'oiseau et la gamme de produits s'élargit (pelles à gâteaux, fourchettes, set de table).

La marque est déposée auprès du ministère de l'économie. A partir de 1939, la présence d'armées étrangères contribue à élargir la notoriété du produit, désormais vendu en tant que souvenirs destinés à l'exportation. Depuis, la compétition locale et les tentatives de contrefaçon ont poussé les artisans soucieux d'un travail de qualité, à tendre vers l'excellence. La créativité n'avait plus de limites : utilisation des couleurs (colorant naturel et couleurs de synthèse), matériaux luxueux (cornes de buffles, acier de Damas, argent ou métal blanc pour les lames), sculptures de plus en plus fine (sur os de chameaux) par exemple. Si, entre 1956 et 1973, l'exportation représentait le principal moyen d'écouler la marchandise produite, depuis le début de la guerre (1975), les produits n'étaient plus vendus que lors d'expositions locales ou dans des magasins spécialisés.

Aujourd'hui, et depuis 1990, de nombreux libanais expatriés rentrent tous les ans et l'artisanat libanais, dont les couteaux traditionnels de Jezzine, sont à nouveau prisés pour la vente à l'exportation en tant que souvenirs. Malheureusement, la situation socio-politique assez précaire limite considérablement les potentialités d'expansion d'un produit qui aurait pu devenir la fierté du Liban au niveau international. Les artisans sont prêts et la production bénéficie d'un contrôle de qualité (pièce par pièce) de la part du chef d'atelier. Dès que la situation le permettra, le Liban, et Jezzine particulièrement sauront faire partager au monde cet art traditionnel qui a contribué à la célébrité d'une région, voire même d'un pays tout entier.

3.3.4 Facteurs technologiques

L'introduction de nouvelles technologies peut faciliter la recherche pour une meilleure qualité de produits à condition de s'assurer que les évolutions soient compatibles avec les dimensions sociales, économiques et culturelles. On peut par exemple maintenir et appuyer l'apiculture traditionnelle, en aidant les apiculteurs à limiter les intrants et à améliorer la technologie d'extraction afin d'améliorer l'hygiène. La création de signe de qualité pour valoriser ce miel s'avère également utile. Aujourd'hui, il existe un risque grandissant d'abandon de cette apiculture traditionnelle (en s'orientant vers l'apiculture moderne), un risque de pratiquer des techniques défavorables à la qualité (usage d'antibiotiques, traitement de la varroa avec des pesticides non souhaités). Les choix de démarches ne sont pas faits, mais certains produits sont susceptibles d'être collectivement portés en vue de certification ou d'obtention de droits de propriété intellectuelle (IG ou AOP).

Pour ce qui concerne le **Liban**, il semble important d'orienter l'ensemble de la filière de l'huile d'olive vers une démarche *qualité*. De telles activités supposent une modernisation technologique afin de contrôler l'impact des activités sur l'environnement, afin d'améliorer la qualité de la production oléicole et d'obtenir une certification de la production. Le renforcement de l'ensemble du dispositif de contrôle passerait par une maîtrise de l'évaluation des données statistiques et l'obligation d'enregistrer les nouvelles plantations, le contrôle de la comptabilité productive des demandes d'aide, ainsi que la mise en place d'une nouvelle méthode d'estimation des rendements (qui est d'autant plus utile étant donné l'hétérogénéité productive de l'olivier). Toujours au Liban, la filière de la pomme est un autre exemple de production qui nécessite une amélioration technologique pour être mieux valorisée (Encadré 6).

Encadré 6. La filière pomme au Liban.

Les principales variétés de pommes cultivées au Liban sont la Golden et la Starking. On retrouve également des cultivars locaux sous par « variegata » et variété locale sucrée. Une des principales contraintes liées à la filière «pomme» est le manque de variétés nouvelles mieux adaptées aux terroirs libanais telles que Gala, Fuji, Braeburn, Granny, Jonagold, Pink Lady.

L'absence de normalisation et de transparence sur les marchés d'échange de gros. Cette culture est donc concurrencée par les produits importés: en terme de prix pour ceux qui proviennent de la Syrie, et en terme de qualité pour ceux importés à partir de UE, Chine, Afrique du Sud etc. Actuellement, les marchés d'exportation vers les pays arabes sont en baisse notamment le marché Egyptien et le marché Lybien.

La fondation René Moawad, au nord Liban et le World Vision, ainsi qu'un certain nombre d'associations locales tendent à encourager les producteurs de pommes en leur assurant un support logistique et un écoulement regroupé de la production. Les efforts visent à multiplier les sous produits de la pomme ce qui permettrait de valoriser la production qui ne satisfait pas les marchés de fruits frais. Ceci concerne par exemple: les jus de fruits, les compotes, les confitures. Mais le secteur de la transformation agroalimentaire fait face principalement au manque d'infrastructure adéquate et à l'absence de législation permettant d'assurer un contrôle qualité et certification de la production. Les produits transformés sont donc concurrencés par l'importation tant du point de vue de la qualité que de celui du prix.

• .

Atouts de la filière pomme au Liban :

Il est possible d'identifier un certain nombre de points-clés qui seraient incontournables dans une perspective de développement de la filière de la pomme et de ses sous produits:

- Moderniser la culture: former les agriculteurs à de nouvelles méthodes de gestion et de conduite du verger, améliorer et rentabiliser les méthodes de cueillette.
- Améliorer la transformation et les filières de valorisation des sous produits de la pomme
- Imposer un contrôle qualité sur la production et l'industrie de transformation des sous produits de la pomme
- Améliorer la logistique maritime permettant d'optimiser l'exportation vers l'Europe

Encourager la recherche et former les agriculteurs à la culture biologique

Il en va de même des raisins de table produits au Liban. Ils rencontrent des problèmes de qualité souvent à cause des itinéraires techniques mal maîtrisés. Ainsi, ce manque de sélection de variétés n'a pas permis de faire évoluer ni au moins de conserver les qualités agronomiques des variétés plantées, l'Obeïdi, le Tfeifihi, le Beïtamouné, le Sourî, le Zeini, le Maghdouchi. De plus, les études ampélographiques sont peu nombreuses et beaucoup de variétés typiques de villages sont méconnues. D'autre part, la méconnaissance technique des producteurs entraîne des défauts qualitatifs importants, comme le manque de coloration des baies de raisin ou l'excès en résidus de produits phytosanitaires (fongicides, insecticides).

La plupart des produits recensés dans cette étude présentent un niveau de transformation très bas. Il s'agit surtout d'opérations d'extraction, de distillation pour obtenir les huiles essentielles des plantes aromatiques, ou d'opérations de séchage (feuilles des plantes) et d'opérations de transformation courante (lait -fromage ; raisins - vin ; olives - huile) ou d'autres dérivés de la vigne comme l'arak.

En **Syrie**, la production de savon de laurier est un exemple de valorisation d'un produit qui, à partir d'une ressource naturelle à transformer, représente une source de revenu pour les populations locales et contribue à diffuser l'image du pays dans le monde. La fabrication traditionnelle de savon pourrait être développée de manière industrielle, à condition d'accompagner ces transformations d'une politique de développement durable et d'actions spécifiques de soutien (voir encadré 7).

Encadré 7. La production du savon de laurier en Syrie.

Traditionnellement, les feuilles et les fruits du laurier sont employés dans l'industrie du savon. En outre, les feuilles sont employées pour assaisonner la nourriture, particulièrement la viande de mouton. Elles sont aussi séchées et employées comme des médicaments. Les villageois utilisent aussi les feuilles de laurier dans l'eau chaude pour leur bain.

Le savon de laurier est manufacturé en utilisant des méthodes traditionnelles aussi bien que des méthodes relativement modernes. Quelques fois le savon de laurier est fait fondamentalement à partir de l'huile d'olive (78%) et enrichi avec de l'essence de laurier (16%). Le savon pur naturel de laurier est fait à partir de plus de 90% d'essence de laurier. Après l'extraction de l'huile, il est bouilli jusqu'à 200°. Pendant le processus on ajoute de la soude. L'huile chauffée est remuée pour faciliter sa conversion en glycérine. Divers additifs sont ajoutés selon la demande (herbes, baume, etc.). Le mélange alors est versé sur des endroits plats pour solidifier dans des blocs. Après la solidification on le coupe en barres de savon de différentes tailles et formes. Il va rester à sécher pour un mois ou plus. Plus longtemps le savon sèche, plus augmente sa qualité.

Le savon de Laurier en Syrie (suite)

Le savon traditionnel est fait en extrayant l'huile à partir des baies. Les fruits sont bouillis pendant 6-8 heures. Vers la fin de cette étape, l'huile flotte sur la surface de l'eau et vient détournée dans un récipient pour la filtration. Chaque 16 kilos de baies sont bouillis en 60 litres de l'eau. Ceci rapportera 10 litres d'huile (avec un rapport d'extraction de 1:1:6).

Pour ce produit il existe un marché et de plus grandes opportunités à exploiter. Le prix du savon de laurier dépend principalement du pourcentage d'essence de laurier contenu dans le savon et des additifs. Le savon qui est manufacturé seulement avec de l'essence de laurier a une valeur de 7 US\$/kg. D'une manière générale, les prix vont de 3 à 12 US\$/kg. Une fois que des additifs sont ajoutés au savon les prix montent. Par exemple, une barre de savon de laurier *fait à la main* avec de l'huile d'olive et de pin, est vendue 2 US\$, tandis qu'un kilogramme de savon de laurier avec de l'huile d'olive, de l'ambre grise et du musc est vendu 12 US

Les opportunités de marché pour ce produit sont très importantes. Il y a déjà quelques entrepreneurs qui opèrent comme exportateurs sur le marché européen. Cependant, un effort doit être fait pour imposer les principes de durabilité et encourager à une exploitation contrôlée des ressources des forêts. En effet, le laurier doit être cultivé et géré, afin que cette ressource ne soit pas menacée. Il faudrait intégrer la gestion de la forêt dans le cadre des stratégies rurales de développement en renforçant les capacités des opérateurs.

L'industrie du savon pourrait se développer de façon durable, en prenant en considération la conservation des ressources forestières. La technologie de fabrication du savon s'est modernisée et le choix de nouvelles techniques peut contribuer à une meilleure conservation et gestion des forêts et à sa biodiversité.

On a identifié quelques actions pour atteindre ce but:

- Fournir l'assistance pour développer une politique appropriée des forêts qui prend en compte l'importance des produits non ligneux incluant la fabrication du savon de laurier
- Fournir l'assistance technique pour développer l'industrie du savon de laurier, en augmentant la valeur ajoutée des produits à travers la caractérisation, le perfectionnement de la qualité, le développement du produit, la création d'éco-label
- Lancer des programmes pour les femmes comprenant la formation professionnelle et l'éducation sanitaire de la famille
- Développer des actions de soutien à la sylviculture sociale comprenant la forestation des arbres aromatiques et médicinaux, tel que le laurier, et la facilitation de l'accès des produits aux marchés nationaux et internationaux
- Établir de coopératives pour la fabrication du savon de laurier.



Unité de fabrication



Packaging du savon



Savon prêt pour l'exportation

L'analyse des atouts et des contraintes des produits de montagne recensés en fonction des facteurs économiques, institutionnels, socioculturels et technologiques montre une certaine homogénéité dans les résultats. En effet, les zones de montagne Méditerranéennes ont des potentialités économiques encore non exploitées qui peuvent être développées si les conditions sont réunies. Organiser les filières, encourager les mécanismes de concertation, semble nécessaire pour la majorité des produits et des filières que nous avons analysés. Cependant on ne peut répondre à ces impératifs tant que les conditions de stabilité économique et de stabilité politique comme les conditions d'accès aux financements ne sont pas remplies.

Dans un environnement politique et économique tendu, la démarche de développement intégré du territoire peut contribuer à l'émergence de nouvelles formes de développement rural, pluridisciplinaires, multisectorielles en privilégiant l'approche territoriale. La stratégie de développement a trois composantes : territorialité, multisectorialité et participation active des acteurs locaux.

Cette démarche crée des complémentarités entre les différents secteurs de l'économie rurale, à l'opposé d'une logique de filières qui ne bénéficie directement qu'aux acteurs de la filière. Les nouvelles dynamiques associatives et l'émergence d'organisations non gouvernementales signalent des dynamiques sociales en cours de développement dans de nombreuses zones de montagne en Méditerranée. Le dispositif institutionnel du programme LEADER Méditerranée² peut favoriser les programmes d'appui au développement rural durable d'un certain nombre de zones rurales y compris celles qui sont situées en zones de montagnes.

Les programmes expérimentaux en cours comme celui de Béni-Khédache en Tunisie (voir encadré 3), visent à aider les acteurs locaux à développer des activités qui favorisent la valorisation des produits et de leur patrimoine naturel. Les projets qui sont mis en œuvre avec l'appui de l'administration se caractérisent, en plus de l'implication des acteurs locaux, par les traits suivants :

- Une plus forte intégration entre les différentes activités relevant d'un secteur ou de plusieurs secteurs ;
- Une localisation au niveau d'un territoire géré par une collectivité ou une communauté et pour lequel celle-ci est porteuse d'un projet ;
- Enfin, par leur élargissement à des secteurs et des acteurs appartenant aux secteurs non agricoles.

2

Le contenu proposé pour le programme LEADER Méditerranée est exposé dans un document intitulé « Programme de coopération pour de nouvelles politiques de développement rural dans les pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée, LEADER MED (2005-2010) »². Les premières versions de ce document ont fait l'objet d'une analyse critique de la part du Comité de Pilotage créé par le CIHEAM pour orienter les travaux de préparation de ce programme et des participants aux 2 séminaires organisés par le CIHEAM à cet effet. Le dispositif du programme LEADER Méditerranée comprend 10 zones rurales des 8 pays du Sud et de l'Est méditerranéen et 10 groupes LEADER des 5 pays méditerranéens de l'UE. Les pays concernés par le programme sont situés dans le Sud et dans l'Est méditerranéens : Algérie, Albanie, Egypte, Liban, Malte, Maroc, Tunisie et Turquie ainsi que les 5 pays méditerranéens de l'UE Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal

On retrouve là les préoccupations des régions marginalisées de montagne. Des synergies peuvent se créer entre les programmes en cours afin de faciliter les dynamiques socio-territoriales.

Le nouveau tissu social dynamique est capable de porter des projets mobilisateurs croisant différents secteurs, car il est ancré dans les régions tout en ayant accès à des niveaux d'information variés et à des réseaux locaux, nationaux et internationaux. Les relations permanentes établies entre des régions et des acteurs locaux de différents pays jouent un rôle déterminant dans la réussite de long terme de nombre de projets, car elles garantissent certains accès aux financements et aux investissements et ce indépendamment des variations politiques des zones.

4. Choix d'un terroir, d'un acteur et sélection de secteurs d'activité au Maroc

Les produits de montagne ne peuvent pas être isolés du contexte socio-économique et agropastoral. Notre choix a donc dépendu de critères multiples qui vont au-delà de la simple approche produit. Lors du recensement, nous avons pu identifier les régions du Nord du Maroc comme susceptible de développement. Nous avons poursuivi le travail en cherchant à identifier plus précisément les besoins et les stratégies en cours en prenant en considération l'ensemble des facteurs institutionnels, économiques, sociopolitiques et techniques qui déterminent les dynamiques territoriales de développement. Pour compléter le travail de recensement au niveau national tout en développant les analyses, nous avons travaillé sur le Sud du Maroc où se trouvent les montagnes du Haut Atlas et de l'Anti-Atlas. Nos enquêtes et missions se sont focalisées sur une large région de montagne qui occupe une surface de 16 500km².

4.1 Choix de la région de Souss-Massa-Drâa

La région étudiée s'étend d'Ouest en Est d'Agadir à Ouazazate et du nord au sud du versant du Haut Atlas jusqu'aux confins du Sahara.



La majeure partie du territoire est composée de montagnes avec une forte population rurale (presque 80%) regroupée en douars. Ce territoire de montagne couvre cinq régions administratives :

Provinces de :

Taraoudaant, Tata, Tiznit, El Haouz, Marrakech et Ourzazate.

Cette vaste étendue territoriale est symptomatique des zones de montagne au Maroc et des évolutions en cours. En termes d'acteurs traditionnels, on trouve bien évidemment l'Etat qui assume comme ailleurs un rôle de "vecteur" des politiques de développement. Les services des ministères concernés agissent dans les secteurs tels que : infrastructures routières, électrification rurale, approvisionnement en eau potable, agriculture et élevage, agro-industrie,

artisanat, santé et éducation. La politique d'écotourisme constitue un axe plus récent et induit une plus grande transversalité entre les ministères et secteurs d'activités : offices nationaux de l'électricité, de la mise en valeur agricole et de l'eau potable sont appelés à se coordonner.

La dynamique locale des administrations se couple à une forte mobilisation de la société civile très active depuis une dizaine d'années. Associations et ONG jouent un

rôle décisif dans les orientations actuelles. La recherche systématique de partenariat opérationnel entre les services de l'Etat, les associations villageoises et les communes rurales font que les ONG sont des interfaces ou des "catalyseurs" des relations partenariales. Les principaux acteurs sont les services de l'Etat, les communes rurales, les associations villageoises, les ONG et le secteur.

4.2 Description du territoire, de la dynamique participative

Ce territoire fait l'objet d'un plan de développement concerté qui a hiérarchisé les actions à entreprendre et ce en fonction de l'analyse des faiblesses et des potentialités de la zone qui peuvent se résumer ainsi :

FORCES DU TERRITOIRE	LIMITES DU TERRITOIRE
Population nombreuse et travailleuse	Niveau insuffisant de scolarisation
Société traditionnelle structurée	Absence de perspectives d'emplois pour les jeunes et migrations
Abondantes matières premières agricoles et pôle agro artisanal fort	Mauvaises valorisations des productions agricoles ; technologies agricoles et artisanales obsolètes
Potentiel touristique important	Dégradation du milieu naturel et de certaines ressources Sur travail des femmes (tissage)
Volonté de changement de l'Etat et programmes spécifiques	Lenteur bureaucratique de certaines décisions et manques de ressources financières pour le développement
Investissements croissants de l'Etat dans les infrastructures	Insuffisance des infrastructures de base : adductions d'eau, dispensaires, assainissements etc.
Associations villageoises organisées	Manque de ressources et faible niveau d'éducation
Rôle croissant des communes rurales	Faibles ressources financières, niveau de formation insuffisant des élus locaux
Ouverture de la société civile et présence d'ONG	Coordination et concertation à construire
Présence du pôle économique d'Agadir	Manques de revenus locaux et surtravail
Expérience de l'ouverture économique extérieure et apports financiers des migrants	Absence d'un système de crédit agricole et rural ; absence d'investissements.

Afin de transformer les limites en nouvelles potentialités, le plan d'action a établi des axes stratégiques et des priorités liées à la valorisation économique et aux synergies entre acteurs. La priorité est donc donnée au développement du potentiel humain, culturel et naturel afin de créer des partenariats ouverts. Les priorités peuvent se résumer dans les points suivants :

- Actions de formation et d'éducation,
- Soutien aux femmes en tant qu'acteurs économiques à part entière,
- Rééquilibrages des investissements vers l'agro artisanat et l'écotourisme.

Cette approche hiérarchisée et mesurée des priorités montre que les actions de formation constituent une priorité par rapport à toutes les autres initiatives de développement. Il faut mettre en place un dispositif tout en veillant à sa pérennisation. De là l'importance des projets partenariaux et du processus participatif. Actuellement, les actions de formation sont encore limitées.

La présence de nombreux acteurs de la coopération et la conduite de politiques nationales en matière d'écotourisme ou d'amélioration sont des facteurs qui peuvent contribuer à faciliter les synergies entre les projets. Un projet de développement de Tourisme Rural Sud Maroc se développe en concertation avec l'Union Européenne, l'Agence Française de Développement (AFD), l'Agence de Développement Social du Maroc, le Ministère du tourisme et la délégation régionale et les réseaux d'ONG et d'associations. Ce projet est mis en place en suivant la Charte du Tourisme rural approuvée par les associations villageoises et doit se terminer en 2006.

Par ailleurs, des partenariats avec la GTZ et Oxfam Québec sont en train d'être établis sur les appuis scientifiques et techniques pour l'amélioration de la production et de la commercialisation de l'huile d'arganier. Encore faut-il inciter les organisations à coopérer entre elles ce qui n'est pas toujours tâche facile. Certaines ONG peuvent cependant faciliter ce travail en jouant un rôle d'interface local avec les différents acteurs.

4.3 Le choix de Migrations et Développement

Une ONG comme Migrations et Développement créée en 1986 peut jouer un rôle majeur. Créée il y a vingt ans dans un village du Cercle de Taliouine, elle s'est centrée sur les activités de développement d'infrastructures pour désenclaver la zone (routes et électricité). Elle rayonne désormais dans cinq Provinces (Taroudannt, Tata, Tiznit, El Haouz, Marrakech, Ouarzazate). Aujourd'hui plus de 240 associations locales constituent un véritable réseau de développement rural intégré avec lesquelles travaille l'association en partenariat pour réaliser des projets dans les divers domaines.

L'implantation de Migrations et Développement dans le tissu social marocain et dans les flux Maroc France garantit l'essor des activités génératrices de revenus. Plus généralement, elle participe de l'évolution en cours en matière de décentralisation, de construction de regroupements d'associations et de formation de structures intercommunales de type «syndicat de communes rurales». Le travail de proximité qui est conduit, tant en France que dans les pays d'origine, permet de définir les thèmes d'actions afin d'apporter des réponses concrètes à des besoins émergents ou devenus préoccupants pour les populations locales et les migrants. Cette démarche d'animation d'abord centrée sur une province, a donc fait tache d'huile et s'est démultipliée dans plusieurs provinces. Ayant déjà fait la preuve de son efficacité, cette association poursuit son travail, après avoir contribué à développer l'infrastructure afin de désenclaver la zone, puis afin de soutenir tout type d'actions génératrices de revenus y compris les produits de terroirs de qualité. Comme nous le verrons plus en détail le choix de cette association est déterminant pour le suivi du projet proposé (voir annexe 4).

Cette association travaille **avec les principaux partenaires du terrain** :

Les associations villageoises (AV) et les associations de migrants (AM) : Les AV constituent les relais locaux. Les AV sont directement associées à tout le processus des projets. Leurs responsables aident les populations dans la réalisation de leurs projets, qu'il s'agisse de projets d'ateliers ruraux ou de microprojets productifs ou d'infrastructures. Les travailleurs migrants, actuellement en France, représentent une catégorie essentielle de partenaires. C'est en effet sur eux, sur leur bonne volonté et sur leur désir d'apporter des contributions au cofinancement des projets

dans leur douar d'origine, que repose essentiellement le succès de beaucoup de projets concrets de M&D. Ces migrants ont l'habitude de s'impliquer financièrement dans des projets.

Les communes rurales : Les communes rurales interviennent en accompagnement du projet. Elles prennent en charge la réalisation de travaux d'assainissement collectif (évacuation des eaux usées, ramassage et élimination des ordures).

Les services de l'Etat marocain : Les services décentralisés de l'Etat marocain apportent un appui technique spécifique dans différents domaines. Dans les projets de développement agricole et de l'artisanat: Les ORMVA (Offices Régionaux de Mise en Valeur Agricole) de Ouarzazate et d'Agadir apportent un appui aux projets de développement agricole et rural. L'ODECO (Office pour le Développement des Coopératives) assure la formation et l'appui à la création des groupements de production. La Délégation à l'artisanat de Taroudannt apporte un soutien au volet artisanal du projet. Le ministère de l'Agriculture est également associé au volet « renforcement des groupements féminins ». Il apporte un conseil technique. Le ministère du Développement social, de toute récente création apporte un soutien à l'ensemble de la démarche. Mais également, le Ministère de l'éducation Nationale avec lequel M&D a mis en place les écoles communautaires, le Ministère des travaux publics et de la Formation : administration de l'hydraulique, le Ministère de la Santé.

L'Agence de Développement Social (ADS) : L'Agence de Développement Social, de Rabat, est déjà largement impliquée, par le biais d'une convention avec Migrations & Développement, dans le renforcement des associations villageoises et dans la création et le renforcement des groupements productifs (coopératives multiservices, auberges rurales). L'ADS prend en charge les coûts de formation et participe à certains investissements productifs.

L'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) : Le centre régional de la Recherche Agronomique Agadir de l'INRA s'implique fortement dans les projets de M&D, essentiellement sur le volet des ateliers ruraux et donc de la valorisation des productions agricoles locales et sur les projets eau, capitalisation des retenues collinaires. Ce partenariat apporte un soutien à la fois institutionnel, mais aussi scientifique et technique. Il ouvre la voie à de meilleures perspectives et à terme à l'élaboration de projets de recherche et de recherche-action en commun à proposer pour financement. L'association s'est orientée depuis les années 2000 vers les Activités Génératrices de Revenus dites AGR. Elle cherche à développer les dispositifs de formation.

La dynamique de groupe et l'implication d'un grand nombre de villageois facilitée par l'habitat groupé sont un des principes qui retiennent notre attention : trouver les moyens de différencier les produits, de fixer leur prix et de les distribuer reste un enjeu majeur pour une région pauvre. Ce souci de valorisation et de mise en valeur du patrimoine dans des zones de montagne « naturellement » isolées peut ensuite être démultiplié dans d'autres zones si l'on met au point une méthode reproductible au moins pour partie. Ce processus de concertation avec l'ensemble des partenaires caractérise des espaces et des acteurs sur lesquels il convient de s'appuyer pour évaluer et proposer des stratégies de formation dans les secteurs stratégiques déterminés par la population elle-même.

Nous avons rencontré les représentants de cette association et avons travaillé sur les modalités de collaboration. Ensemble nous avons esquissé les modalités de travail tant en ce qui concerne l'analyse des besoins qu'en matière de formation. Nos

enquêtes nous ont donc poussé à nous appuyer sur le rapport d'évaluation (ECIL) de Migrations et Développement tout en le complétant par des enquêtes plus précises sur certains points afin notamment de déterminer les sous-secteurs les plus porteurs.

4.4 Critères de sélection appliqués à la région de Souss-Massa-Drâa

Les critères de sélection que nous avons retenus proviennent du travail d'accumulation et d'analyse diagnostic sur la zone. Il est donc le résultat d'études actions qui ont été réalisées durant deux ans (2000 -2002). Après une étape préparatoire, est venue une étape de bilan diagnostic de l'existant en matière d'initiatives locales puis une étape de planification participative aboutissant au Plan D'action Concerté. Ce travail d'évaluation systématique mené par l'association Migrations et Développement en collaboration avec le Gret et avec des financements de la Commission des Communautés Européennes, du Ministère des Affaires Etrangères français et de la Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur a débouché sur le plan d'action concerté et sur un rapport d'Evaluation, Capitalisation des Initiatives locales (ECIL).

Le rapport ECIL fait état d'une série de priorités détaillées et de fiches projets instructives. On peut notamment citer les projets de construction de hammams à forte qualité environnementale ou de développement de l'artisanat rural. Une attention particulière est donnée à la valorisation des facteurs, aux démarches qualités et à la recherche de ressources complémentaires pour mener de nouveaux projets actions. Chacun de ces projets fait l'objet de fiches - projets structurées en fonction du contexte, antécédents, présentation, objectifs, partenariats, éléments de faisabilité et étapes à suivre.

Actuellement certaines de ces actions de développement proposées dans ce rapport sont en cours de réalisation. En effet, l'association Migrations et Développement a été chargée de l'étude de faisabilité du projet du développement du Tourisme rural du Sud Maroc. Elle est également chargée d'en réaliser le suivi et l'accompagnement de sa mise en place. D'autres actions conduites dans le cadre du plan d'action concerté (PACT) concernent la valorisation des produits locaux (huile d'olive, huile d'arganier etc.). Dans ce cadre, des voyages tests destinés à concevoir et à adapter les itinéraires touristiques ont été réalisés. Des coopératives de production de produits locaux à forte valeur ajoutée sont mises en place et constituent un élément important de l'attractivité touristique de la zone tandis que les touristes qui visitent les coopératives constituent un débouché local intéressant pour ces produits.

Nous avons résumé ci-après, les critères et description du cadre des actions :

CRITERES	DESCRIPTION
Démarche participative, implication villageoise et partenariale	Implication de 42 associations villageoises lors de l'évaluation, potentiel estimé à 500 associations de nos jours. Organisation de séminaires et forums afin d'organiser les tissus sociaux Jumelage de collectivités locales (Romans Taroudannt)
Soutien de l'Etat	Soutien du Gouverneur de la Province de Taroudannt et du Wali de la région de Souss-Massa-Drâa. Possibilité d'obtenir des soutiens de gouvernements étrangers comme le MAE français ou l'U.E.
Implication des agences de coopération	Interventions de la Coopération allemande, par l'intermédiaire de la GTZ, de l'USAID, MAE-France
Implication du secteur privé	Présence des chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie d'Agadir) Présence de représentants d'entreprises.
Développement communication, base de données, actions partenariales	Création d'outils de communication, point de départ de capitalisation et valorisation des informations locales (bases de données, forum électronique déjà existants etc)
Dynamique de la demande et potentiel de croissance	Demandes provenant de villes avoisinantes telles Marrakech, Agadir en termes de produits agricoles Potentiel d'expansion de cette demande Possible demande de tourisme de montagne
Développement du travail et amélioration des conditions sociales	Le redressement des coopératives et des espaces de production est en cours depuis dix ans. La formation et actions-projets ont permis une nouvelle dynamique de développement rural.
Dynamique d'offre de produits et services et démarche de qualité	Accès au crédit et premiers investissements réalisés en matière d'infrastructure Nouveaux investissements à faire pour les démarches qualité en lien avec les organisations sociales et la nouvelle charte du développement durable.

4.5 Sélection des secteurs : agriculture et écotourisme ; types de produits valorisables

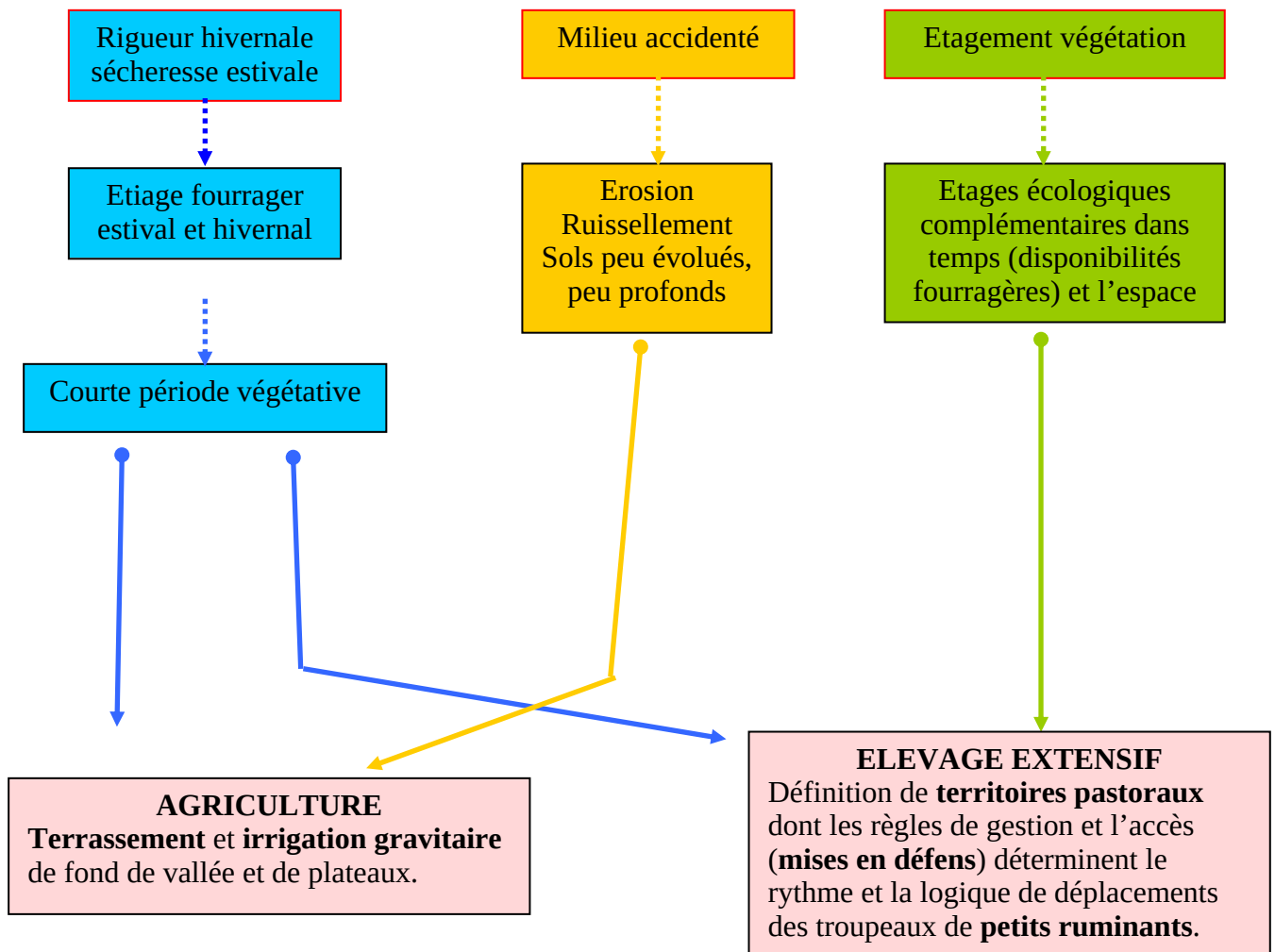
Les différentes zones de montagnes situées dans les régions de Taroudannt, Tata, Tiznit, El Haouz, Marrakech, Ouarzazate partagent une problématique commune. Elles sont essentiellement agricoles et connaissent *des conditions difficiles* :

- La dureté du climat constitue la limitante clé du développement du secteur de l'agriculture et de l'élevage. En effet, le bioclimat " méditerranéen aride froid de montagne" se caractérise par une courte période végétative coincée entre le froid hivernal et la sécheresse estivale. Cette dureté du climat, alliée au surpâturage et à la pression démographique induit une dégradation rapide des ressources naturelles, en particulier les parcours et les espaces forestiers.
- Par ailleurs, les facteurs de production (engrais, pesticides, combustibles) ne sont pas à la portée des petits agriculteurs. Ceux-ci ne bénéficient d'aucune possibilité d'accéder à des crédits agricoles.
- Un troisième facteur limitant est l'extrême dépendance du marché et des intermédiaires. Les filières de production-transformation ne sont pas organisées et maîtrisées par les producteurs qui subissent en direct la loi de l'offre et de la demande. Enfin, les producteurs agricoles ne sont pas organisés et ne constituent pas, collectivement, une force de négociation capable de défendre leurs intérêts. De là, l'importance des réseaux pour toute modification des déterminants existants.

L'analyse de la constitution du revenu pour chaque système de production agricole montre que l'élevage, l'arboriculture, les cultures irriguées à forte valeur ajoutée (maraîchage, safran) forment la base de l'économie montagnarde et sont représentatifs de l'ensemble des systèmes de production. Ce système agropastoral se caractérise par sa complexité et sa cohérence qu'il s'agisse aussi bien des modes d'exploitation du milieu que des structures sociales. Façonné par un contexte naturel, économique et historique difficile, il réalise un équilibre fragile s'intégrant de plus en plus aux échanges marchands. Quatre principales stratégies organisent encore ce système :

- Une arboriculture fruitière bien développée, noix et pommes dans le Haut Atlas Central, amandiers, oliviers et arganiers dans le Haut Atlas Occidental et l'Anti-Atlas.
- Une association céréaliculture-élevage plus étroite permettant de maîtriser avec plus de précision les incertitudes économiques et climatiques (en jouant par exemple sur les ventes d'animaux et céréales en fonction de la variation du prix dans le temps...).
- L'utilisation de compléments alimentaires (achetés par la vente des petits ruminants).
- Les ressources tirées de l'émigration en plaine et au-delà par l'ensemble des actifs familiaux.

Le secteur agricole est donc prédominant, mais il est déterminé par ces éléments fondamentaux que l'on peut schématiser ainsi :



Cependant l'association céréaliculture - élevage est devenue inefficace pour des sécheresses supérieures à une année. De plus cette adaptation s'est réalisée aux dépens des ressources fourragères du parcours d'altitude. Quant à l'utilisation de compléments alimentaires, les prix des concentrés et compléments sont souvent élevés et grèvent les budgets des producteurs. Enfin la croissance globale de la production marocaine, dominée par le capitalisme agraire des grandes familles de la plaine, demeure modeste face à la croissance démographique, l'urbanisation accélérée et l'industrialisation insuffisante. Les opportunités futures de travail en plaine semblent donc fortement compromises pour ces montagnards bien qu'ils offrent aux entrepreneurs une main d'œuvre peu coûteuse et docile (stratégie non-viable à long terme).

L'ensemble de ces stratégies sont en pleine adaptation et évolution notamment du fait de l'amélioration des voies de communication qui jouent à ce titre un rôle fondamental. L'accès des véhicules tout terrain pour le transport des gens et des produits les plus encombrants qui n'étaient pas transportables par mulet (pommes de terres, pommes...), le recours aux services d'agriculteurs de la plaine pour conduire les batteuses à poste fixe comme le passage quotidien en 4X4 de collecteurs de lait durant le printemps modifient l'organisation socio-économique des zones jusqu'alors enclavées.

Les mêmes changements s'opèrent dans le secteur artisanal et l'écotourisme. Tous ces territoires recèlent en effet un patrimoine riche et original où les traditions humaines sont intimement liées à l'espace. Sur le plan culturel, les rites, les chants et les danses (l'Ahouach), la cuisine locale, les fêtes traditionnelles sont très vivantes et d'un grand intérêt. L'architecture traditionnelle symbolise son intégration aux structures paysagères, économiques et sociales de la région. Citons les agadirs, tighremt et autres greniers collectifs qui sont des superbes témoignages de l'organisation sociale et des systèmes de défense passés (certains sont encore fonctionnels), les riches kasbahs de notables, notamment celles en ruine du Glaoui, les sanctuaires et zaouia. En outre, les systèmes agraires et la gestion sociale des ressources du terroir sont d'une grande subtilité. Par exemple les systèmes de territoires collectifs mis en défens (Agdal) selon un mode de gestion communautaire, les déplacements pastoraux complexes et saisonniers entre des étages écologiques complémentaires, l'ingéniosité du terrassement et du système d'irrigation dans sa structure et sa gestion, la structure, la gestion sociale des ressources et les fonctions du groupe. Enfin l'artisanat de montagne est très inventif et de qualité : poterie, travail de la laine, tapis, travail des forgerons traditionnels à partir de minerais traités localement...).

Sur quelques sites hélas mal protégés, les nombreuses gravures du néolithique témoignent des activités préhistoriques. Aiu Yagour, la haute table permotriasique a servi de support aux dessins rupestres que la pyramide du Meltsène domine de son fier isolement. La lecture de ce site nous révèle que le néolithique a vu la diffusion depuis le monde Méditerranéo-oriental d'un culte des montagnes liés aux migrations bovidiennes (due à l'aggravation du dessèchement saharien : gravures de bovidés géants proches des bergeries). La tradition pastorale devenant tardivement plus sensible aux influences de la voie maritime, la meilleure pour véhiculer le métal (gravures d'hommes au poignard ibérique) et sa mythologie.

Dans cette région du Yagour, l'association des Amis du Zat s'est engagée à développer un tourisme rural. Elle a réalisé trois gîtes ruraux dans la vallée du Zat dont un à Warzazst dans l'idée de mettre en œuvre un schéma différent du tourisme de masse qui a eu des répercussions sociales très néfastes dans la vallée de l'Ourika.

Plus largement, sur les provinces de Taroudannt, Tata, Ouarzazate et El Haour le projet de Tourisme rural Sud Maroc a été lancé en octobre 2003 et devrait se terminer en mai 2006. Le projet Tourisme rural consiste à construire 21 gîtes ruraux dans des douars à fort intérêt touristique de la zone de montagnes de l'Anti-Atlas marocain. Ces gîtes sont construits par les émigrés en France avec une contribution financière de l'Agence Française de Développement grâce à un fonds apporté par l'Union européenne.

L'Agence de Développement Social est le maître d'œuvre marocain du projet. L'association Migrations & Développement a été chargée de réaliser l'étude de faisabilité du projet et de réaliser le suivi et l'accompagnement de sa mise en place. En parallèle, Migrations & Développement a réalisé des actions de sensibilisation dans la plupart des douars concernés, a mis en place une Charte du Tourisme rural approuvée par les associations villageoises et a signé une convention de partenariat avec la plupart des associations concernées. Les associations se sont constituées en un réseau encore informel, le RATSO.

Les bénéficiaires directs des diverses actions d'accompagnement sont les populations des 22 douars touristiques³, soit 8 800 personnes environ. Elles bénéficieront des actions de sensibilisation mais aussi des petits aménagements des douars.

Parmi ces 22 douars, les 6 douars qui seront les premiers à accueillir les touristes dans les gîtes nouvellement construits dans le cadre du projet Tourisme rural de l'Agence du Développement Social marocaine et de l'Agence Française du Développement (ADS-AFD) bénéficieront plus particulièrement des actions de promotion commerciale. Le projet, qui a démarré en octobre 2003 devrait se terminer fin mai 2006. Au stade actuel, 9 projets ont été implantés. 3 gîtes sont en cours de construction et devraient être achevés dans quelques mois. Les travaux de 3 autres gîtes devraient démarrer dans les semaines qui viennent. Par ailleurs, un programme de construction de sanitaires publics dans les villages touristiques dépourvus de ce type d'installation, est en cours d'achèvement. Depuis 2003 également, dans le cadre du PACT – Plan d'Action Concerté « Taroudannt 2010 » des actions d'appui au développement d'activités économiques sont menées par M&D en partenariat avec le GRET. Elles concernent le tourisme rural et la valorisation des produits locaux (huile d'olive, huile d'arganier, safran, tapis etc.).

Dans ce cadre, des voyages tests destinés à concevoir et à adapter les itinéraires touristiques ont été réalisés. Des coopératives de production de produits locaux à forte valeur ajoutée sont mises en place et constituent un élément important de l'attractivité touristique de la zone tandis que les touristes qui visitent les coopératives constituent un débouché local intéressant pour ces produits.

Compte tenu des informations, nous pouvons hiérarchiser les types de produits en fonction des deux grands secteurs dominants : agriculture-agro-artisanat et écotourisme. Nous avons représenté ces choix prioritaires par une matrice qui permet de hiérarchiser les activités.

³ Les 21 douars qui disposeront d'un gîte construit dans le cadre du projet plus le douar d'Agni N'Fed qui construit un gîte communautaire avec des ressources propres.

Sur le côté droit du schéma et en couleur, figurent les activités à plus grand potentiel économique. Les autres activités comme la conservation des ressources demeurent importantes, mais ne sont pas immédiatement attractives en termes de revenus. Il faut donc privilégier les actions susceptibles de se développer rapidement tout en ayant des effets d'entraînement sur le long terme sur des questions centrales comme la conservation de la nature. Introduire une charte du tourisme rural peut être un des moyens pour favoriser un développement durable.

	Plantes à forte valeur ajoutée (Safran, Iris,) Productions maraîchères : cultures à forte valeur ajoutée.	Huile d'arganier Huile d'olive Noyers / caroubiers : participant jusqu'à 30 % du revenu net/actif des agro pasteurs les plus déshérités d'Ikiss/warazst.
Conservation des ressources forestières		Produits de l'élevage (ovins/caprins) : base de l'économie montagnarde (jusqu'à 70 % du revenu net des agro pasteurs d'Ikiss/warazst).
Réduction de la consommation du bois (utilisation bouteilles de gaz en plein essor)	Réforme foncière et réorganisation du statut des terres de parcours.	Ecotourisme : Tradition humaine intimement liée à l'espace. Architecture traditionnelle symbolise son intégration aux structures paysagères économiques et sociales. Les gravures rupestres témoignent de ces activités ancestrales, y compris le tapis .



Au regard de l'ensemble de ces remarques les axes de développement portent sur les secteurs agricoles, agro-artisanaux et agro-touristiques :

- **Valorisation des plantes aromatiques et médicinales** (safran, iris)
- **Valorisation de l'arboriculture de montagne** (les olives, l'argane, l'amande, la noix et les caroubiers).
- **Valorisation des cultures maraîchères :** ail/oignon/navet/pomme de terre.
- **Valorisation des produits de l'élevage.**
- **Promotion de l'artisanat** (tapis), **et de l'écotourisme** lié au développement culturel et à la charte du développement durable.

4.6. Atouts et stratégies des secteurs de l'agro-artisanat et de l'écotourisme

Le secteur de l'agriculture et de l'élevage y compris l'agro-alimentaire et le secteur de l'artisanat et du tourisme sont les deux secteurs qui correspondent le plus aux critères de sélection. En effet, ils font l'objet de fortes mutations et sont incontestablement les secteurs les plus prometteurs pour la zone.

Malgré leurs handicaps sérieux, **les secteurs de l'agriculture et de l'agro-artisanat** possèdent des **atouts** que le rapport Ecil, résume de la manière suivante :

- La société rurale est solidement structurée, malgré la migration et la modernisation.
- Les zones rurales disposent d'une main d'œuvre abondante et travailleuse
- La transformation de matières premières agricoles peut se faire localement (safran)
- Certains produits, comme l'huile d'arganier, ont un potentiel de développement.
- La modernisation des huileries traditionnelles permet d'imaginer des gains de productivité et de qualité
- Les conditions agro-écologiques (absence de pollution, de traitements intensifs etc.) constituent un atout indéniable pour la conquête des produits « biologiques ».

La stratégie du secteur agricole et agro-industriel se fonde sur les points suivants :

- Promotion et assistance technique aux organisations professionnelles, aux coopératives de production ou-et de transformation.
- Renforcement des actions de formation afin de mieux gérer les exploitations agricoles et les organisations professionnelles.
- Développement de l'agro-artisanat, notamment pour la transformation des olives, des noix d'arganier, de l'amande, de la noix et du safran.
- Poursuite et développement des actions de développement avec organisation renforcée des producteurs
- Accès à des dispositifs de commercialisation directe sur certains marchés extérieurs
- Accès à des technologies de transformation pour conserver la valeur ajoutée locale
- Articulation avec le volet « culturel » de la production susceptible d'intéresser les touristes (musée du safran etc.).

Le secteur de l'écotourisme, lié au secteur artisanal et agricole, peut connaître un essor certain, à condition d'être maîtrisé. Les composantes artisanales, utilitaires et de services, font vivre 15 000 familles dans la seule province de Taroudannt par exemple. Les atouts sont donc l'emploi, mais également la valorisation du patrimoine culturel. Ainsi les tapis vendus à Taznakhte sont produits en grande partie à

Taroudannt (Siddi Hssain, Assaise) et expriment la culture et les modes de vivre des femmes de cette région. La représentation par les tapis participe du patrimoine culturel de la région et sa vocation sociale et culturelle devrait être reconnue. Enfin, le Maroc est un pays à vocation touristique et le Haut Atlas est bien placé du point de vue de la diversification de l'offre touristique. A côté du tourisme de masse, certains s'orientent vers des solutions adaptées offrant des produits et services originaux tels que :

- Le tourisme patrimonial architectural rural, qui s'appuie sur la mise en valeur des lieux de vie, de travail ou de stockage des produits agricoles (greniers, tighremt).
- L'écotourisme et le tourisme découverte de la culture locale (vie rurale, folklore berbère, cuisine traditionnelle etc.). Ce tourisme peut se combiner aux demandes de randonnées sportives ou d'excursions, qu'ils convient cependant de différencier.

Les stratégies de développement de ce secteur se réalisent en fonction de plusieurs facteurs tels que :

- Les relations partenariales et les moyens affectés à l'amélioration des services
- La coordination entre Etats, associations villageoises, communes rurales et ONG
- La formation de guides de pays pour la mise en place d'un tourisme rural viable et de qualité ; ces guides doivent connaître l'histoire du pays, sa culture, sa géographie, son patrimoine architectural et écologique etc. Ils doivent également connaître les réglementations (sécurité, santé, protection de l'environnement etc.).

5 Analyse complémentaire des produits valorisables

Comme nous l'avons vu dans les parties précédentes, nous avons sélectionné un panier de produits de montagne, car chercher à réduire la sélection à un ou deux produits ne permet pas de prendre en compte les modes de vie de la région : les produits et leurs différentes étapes de production, y compris les activités de transformation, ou les services liés au tourisme sont situés dans la même zone. Il faut donc trouver des moyens sur place pour améliorer les filières, moderniser et favoriser la pluriactivité. C'est l'aptitude de passer d'un produit à un autre qui permet aux habitants d'évoluer et d'avoir des revenus diversifiés.

5.1. *Le critère de qualité, critère complémentaire dans la sélection des produits*

Dans le secteur agricole et agro-alimentaire, nous comptons donc des produits comme l'huile d'olive, l'huile d'arganier, les amandes, le noyer, le caroubier, le henné, les dattes, le lait et fromages de chèvre, apiculture, les plantes aromatiques et médicinales, le safran, le sel. Dans le secteur de l'écotourisme, nous avons des produits comme les tapis, la poterie, la ferronnerie et les produits culturels associés (peinture, architecture, paysage etc.) sans oublier les activités d'accueil, de randonnées, découvertes etc.

Pour identifier des acteurs susceptibles de faire l'objet de formations spécifiques, nous avons étudié plus en détail l'organisation de certaines filières tout en préservant le souci d'une dynamique territoriale. Des critères supplémentaires nous ont permis de hiérarchiser les produits retenus pour l'analyse plus détaillée.

La démarche qualité et l'implication des populations locales sont donc deux critères supplémentaires déterminants pour les équilibres sociaux économiques de la zone.

- *Un premier critère est celui de la complémentarité* avec d'autres projets menés au Maroc sur certains de ces produits. Les activités de Migrations et Développement en termes de développement du tourisme rural constituent une pierre solide, car cette activité est menée avec des partenaires locaux, nationaux et internationaux. Certaines de ces activités notamment celles qui sont relatives à la valorisation des produits locaux (huile d'olive, huile d'arganier, safran etc.) peuvent entrer en synergie avec d'autres programmes en cours de développement au Maroc.

Ainsi, les travaux menés sur les démarches de qualité et sur la protection par les indications géographiques par le Ministère de l'Agriculture français et par la Banque Mondiale pourraient compléter les actions de développement de cette zone. En effet, au niveau national, les produits « candidats » à une démarche qualité sont *l'huile d'arganier et produits dérivés et l'huile d'olive*. Les expertises conduites en termes d'analyse technique, d'appui scientifique et de conseil juridique pourraient être utilisées ou développées en fonction des besoins exprimés.

- *Un deuxième critère est lié aux pressions de valorisation privée.* Certaines entreprises privées dans le secteur pharmaceutique ou touristique extraient le savoir faire traditionnel et l'exportent sans assurer ni consentement préalable, ni partage des bénéfices. Les produits, comme les *herbes médicinales*, ou les *épices (safran notamment)* font l'objet de valorisation privée sans que les villageois soient associés au processus. Enfin, dans l'écotourisme, *l'aménagement de parcours et la vente de tapis* exigent une concertation avec les différents acteurs locaux afin qu'ils maîtrisent les espaces et l'aménagement intercommunaux.

Nous avons donc retenu les produits plus « sensibles » à la promotion et à la valorisation privée et aux démarches qualité, afin de voir comment le dispositif de formation peut jouer un rôle dans la maîtrise sociale du développement.

Le choix de la qualité en particulier n'est pas anodin, car il correspond à l'organisation actuelle des marchés internationaux. Même si les règles du commerce mondial privilégient les échanges de produits par leurs équivalents substantiels et ce indépendamment des processus et des moyens de production afin d'éviter les barrières aux accès aux marchés, les pratiques d'éco-étiquetage ou de labellisation tendent à s'imposer comme une norme du marché mondial via la pression du privé et notamment de la filière d'exportation.

En effet, exportateurs et importateurs cherchent des produits fiables dont on peut facilement remonter la filière. Cette pression du marché extérieur se fait notamment sentir pour l'accès au marché de l'Union Européenne, qui est un des principaux clients du Maroc en matière d'agriculture notamment. Ainsi, la réglementation de l'Union Européenne (Règlement CE N° 178/2002) qui institue l'Autorité Européenne de Sécurité des aliments impose la traçabilité des produits alimentaires distribués en Europe, produits importés inclus, et impose à chaque maillon de la chaîne - allant du champ jusqu'au consommateur final- de réunir et stocker toute information pertinente sur le fournisseur du produit et les clients de l'entreprise et de disposer d'un système d'information pouvant informer les autorités compétentes à toute requête de leur part.

Cette réglementation, qui est entrée en vigueur dans l'UE au premier Janvier 2005, ne s'applique pas aux pays tiers. Cependant, les importateurs européens répercuteront auprès de leurs fournisseurs non-européens, l'obligation qui leur sera faite de tracer clairement les produits qu'ils importent ; les exportateurs non-européens devront alors être capables de fournir l'information pertinente par rapport à l'objectif de traçabilité fixé par la loi. Par exemple, l'étiquette portée par le récipient doit mentionner la date de fabrication et la date limite de consommation.

Cette contrainte extérieure joue donc actuellement dans l'organisation des marchés nationaux. La législation en vigueur au Maroc sur le contrôle sanitaire des denrées alimentaires est une loi de 1983. Un projet de loi déposé en 1999 élargit celle-ci en y incluant les signes distinctifs de qualité. Ce texte est accompagné d'un projet de décret qui prévoit une commission pour la mise en application par le MADR (Ministère de l'agriculture et du développement rural) des signes d'Appellation d'origine garantie et des Indications géographiques. Ces deux projets de loi ne sont pas encore validés, car ils impliquent, entre autres, une réorganisation du système

de contrôle. Il existe néanmoins depuis 1977 un cadre réglementaire pour les appellations d'origine des produits viticoles. À noter que le Maroc vient de se doter d'une norme sur la qualité des huiles d'arganier (NM 08.5. 090) qui définit les caractéristiques intrinsèques et commerciales des huiles conformes. Cette démarche est nouvelle et correspond sans doute au succès économique qu'a connu cette filière, puisque le prix de vente de l'huile d'arganier a triplé depuis que ce produit a organisé sa filière.

La qualité liée à l'origine de produits de montagne a donc une composante réglementaire qui est actuellement renforcée. Le poids des exportateurs-importateurs joue un rôle déterminant dans l'organisation des filières. De nouvelles normes s'imposent aux producteurs s'ils veulent écouler leurs produits sur des marchés extérieurs rémunérateurs ou s'ils veulent localement attirer des investissements ou des services touristiques. Le développement de la charte de qualité que ce soit dans le domaine des produits ou des services devient incontournable.

5.2. Analyse des contraintes et solutions par produits sélectionnés

5.2.1 Huile d'olive

Contexte et problèmes rencontrés

L'olivieraie de la province de Taroudannt couvre 15 535ha et produit annuellement 15 370 Tonnes d'huile d'olive. L'huile produite dans les villages est essentiellement destinée à l'autoconsommation et pour partie à la commercialisation de proximité (vendue en vrac aux souks ou à la ville proche). Selon les zones, on a à faire à de petites productions familiales qui disposent d'unités de trituration (les « Maâsras ») ou à des unités plus modernes mécanisées. Dans la région de Taroudannt, il existe 900 maâsras traditionnelles qui produisent 80% de l'huile d'olive et utilisent uniquement l'énergie animale ou humaine. L'absence de mécanisation pose problème en termes de : *rendement et de qualité du produit*.

En effet, les olives sont disposées en tas dans la cour de la maâsra, souvent étalées en plein air, exposées au soleil et peuvent attendre un mois avant d'être triturées. La macération des olives entraîne un taux d'acidité élevé et un goût rance. Une étude menée dans le village de Marigha (Province de Haouz) par Migrations et Développement montre qu'il faut attendre 50 jours pour pouvoir traiter les 200 tonnes d'olives apportées par chaque producteur dans les vingtaines de maâsras du village. Le temps d'attente pour la trituration pénalise l'ensemble de la qualité de la production. Selon les prescriptions du Décret n°2-97-93 du 20 mai 1997, réglementant la commercialisation des huiles d'olive, les huiles de type « lampantes » sont interdites à la consommation directe depuis juin 2000.

Propositions de valorisation

Amélioration du stockage des olives en vue d'une meilleure qualité

Le temps maximum de stockage avant trituration pour une huile de qualité est estimé à deux jours. En stockant les olives dans une pièce fraîche, ventilée et nettoyée on éviterait une partie du temps de macération.

D'autres études devraient être réalisées pour évaluer les méthodes de pressage ce qui augmenterait le rendement d'extraction ainsi que pour calculer le prix de revient de la filière.

Reconnaissance du nom des olives du terroir.

Actuellement, certains industriels commencent à utiliser les noms des régions ou des villages pour les marques commerciales ce qui peut entraver à terme le développement d'une protection par les droits de propriété intellectuelle (type IG ou AOC) par les producteurs eux-mêmes. Parmi les pistes figure la production-commercialisation d'huile d'olive labellisée de qualité « huile de première extraction à froid et biologique ».

La capacité d'anticipation et de mobilisation est clé pour que les producteurs et les coopératives puissent avoir un retour sur investissements et ne se voient pas dépossédés de leurs propres savoirs faire originaux. Des expériences d'amélioration peuvent se développer à partir de maâsras pilotes en cours de modernisation.

Les soutiens en matière de formation pour l'huile d'olive pourraient donc se traduire par :

- La sensibilisation des producteurs et agents de la filière aux démarches de qualité,
- L'identification de terroirs susceptibles d'offrir des caractéristiques spécifiques
- La protection des noms contre les utilisations abusives et la formation sensibilisation à ces démarches,
- Les aides à la mise en place de structures collectives afin d'organiser les démarches communes.
- Comme pour toutes les autres filières, les aides de gestion comptable ou de commercialisation sont évidemment nécessaires.

5.2.2 Arganier

Contexte et problèmes rencontrés

L'extraction de l'huile d'arganier semble constituer une activité majeure dans la zone, du moins pour les douars situés au-dessous de 800 mètres d'altitude (culture de l'amandier, du noyer et de l'olivier au-dessus). Il s'agit d'une activité très décentralisée, réalisée à la maison par les femmes à partir de la récolte familiale. Une partie de la production d'huile est réservée à l'autoconsommation, le reste étant vendu au souk. Seule la méthode traditionnelle est utilisée ; elle est bien adaptée au contexte (de nombreux douars ne disposent pas d'électricité).

Dans la région de Taroudannt, la forêt de l'arganier s'étend sur une surface d'environ 400 000 ha, soit 50% de l'arganeraie marocaine. Cependant ce bois est menacé par la pression de la surpopulation, de la sécheresse et du surpâturage. Classé patrimoine l'humanité et réserve de la biosphère par l'UNESCO, l'arganeraie

représente le symbole de la vie écologique et socio-économique de la zone. Il est également une source de revenus pour plus de deux millions de ruraux puisque 72 000 villages du Sud marocain sont concernés.

Problèmes de qualité

L'huile d'arganier n'obéit pas aux normes de qualité et d'hygiène en vigueur. Elle se conserve mal du fait de l'addition de l'eau tiède dans le processus de transformation de l'arganier. L'eau utilisée est une eau pluviale stockée dans des réservoirs impropres à la consommation humaine. Elle est mélangée à la pâte afin d'en extraire l'huile. On estime la durée de conservation de l'huile à deux à trois mois à peine.

Problème de gestion d'une ressource rare

L'arganeraie est menacée à l'échelle de la forêt du fait de l'accroissement démographique, des droits anciens d'héritage, de la sécheresse, du surpâturage, de l'érosion sans oublier les conflits avec des investisseurs qui déboisent ou posent des clôtures et des chameliers qui font paître leurs chameaux.

Problème de la maîtrise de la valorisation monétaire

Les coopératives sont pour la plupart de création récente ou bien en cours de constitution. Il y a réellement un engouement des femmes de la région de production à se regrouper en coopérative. Les raisons de cet engouement sont évidentes : les femmes travaillent dur dans cette filière traditionnelle d'extraction d'huile d'arganier, où elles assument tout, du ramassage à la mise en bouteille, sauf la commercialisation. Du coup, elles ne maîtrisent pas la valorisation monétaire de l'activité, dont elles ne tirent aucun bénéfice personnel. Avec la création de coopératives, elles espèrent s'approprier la dernière étape de la filière, la commercialisation, et par là récupérer le fruit de leur labeur.

Problème de formation

Corollaire de la grande jeunesse des coopératives visitées, elles manquent beaucoup d'expérience et de capacité de gestion. La quasi-totalité des membres (les femmes sont particulièrement concernées) n'a pas ou très peu de notions de lecture, de calcul. À cela s'ajoute l'acquisition de savoirs spécialisés en matière de cahiers de charges, de normes locales nationales ou internationales etc.

Propositions d'amélioration

Les coopératives de Ait iguit, Ajmoue, Tagada, Tougasse, Alyakin Abgasse sont demandeuses de formation et d'appui à la gestion. Les coopératives de Tidnasse et Agnin'fad ont déjà bénéficié de plusieurs formations dans le domaine coopératif, mais souhaiteraient être appuyés dans la gestion. Le grand souci de toutes les coopératives est de trouver des débouchés commerciaux et de valoriser le produit Arganier (labellisation, sous produits, produits dérivés). Les coopératives d'Arganier demandent des projets accompagnateurs pour mener à bien le projet de suivi de l'huile d'arganier (projet d'approvisionnement en eau potable, aménagement de piste). Les femmes des coopératives de Tidnasse et Agnin'fad veulent bénéficier du projet de conditionnement à condition que Migrations et Développement trouve un accord avec l'union des coopératives au niveau d'Agadir. Les femmes des coopératives soulignent qu'il est difficile pour elles de faire adhérer les filles célibataires du village car le directeur de CTA refuse. Il est avancé que la fille non mariée ne peut adhérer à la coopérative car elle risque de se marier et quitter le village (cas de la coopérative de Tamsoult qui ne comprend que des vieilles femmes).

En conséquence, une évolution vers la démarche qualité implique une préparation préalable :

- Formation (interne et externe) ;
- Sensibilisation et mobilisation pour les démarches qualité (certification, IG etc.)
- Sensibilisation à la gestion du patrimoine et à la conservation de la ressource naturelle, exploitable à condition d'être régulée. Le classement en « réserve de la biosphère » ne suffit pas. Une approche participative de la gestion des ressources naturelles durables est nécessaire.
- Mise à niveau des infrastructures (locaux adaptés, adduction d'eau, fourniture d'énergie) suite à des bilans en cours sur la mécanisation.
- Accès à des marchés rémunérateurs pour les coopératives et les associations villageoises (chaînes de distribution locales, tourisme, export) ;

5.2.3 Les plantes aromatiques et médicinales, dont le Safran

Contexte et problèmes rencontrés

Les plantes les plus courantes sont le romarin, l'armoise ou le thym, mais plus de 400 espèces ont été répertoriées (voir rapport Ecil). Certaines comme l'iris, les roses ou le safran sont cultivées. D'autres poussent à l'état sauvage, comme la sauge, le thym, l'armoise etc. Le Maroc fournit 10 à 15% de la production mondiale de safran, produit en expansion sur le marché mondial, malgré la concurrence d'autres pays tels que l'Iran, l'Espagne, l'Inde, autres gros producteurs de safran.

Le safran originaire de la Méditerranée est cultivé depuis 35 siècles. Il est utilisé en cuisine, en médecine, en parfumerie et en teinture. La production du safran couvre 510ha répartis sur 3 000 parcelles cultivées par 8 000 personnes. Des tentatives d'organisation de producteurs ont été réalisées dans la zone de Taliouine dès 1979.

Problème de production aléatoire

La production est délicate, car elle suppose l'irrigation après la plantation ce qui est rarement le cas et suppose une main d'œuvre importante pour le ramassage des fleurs. À ceci s'ajoute que les pistils doivent être séparés de la fleur le jour même pour sécher à l'ombre dans un lieu sec et à température égale. Ces conditions sont rarement réunies.

Commercialisation : pression du privé et du marché de l'exportation

Cette filière échappe aux mains des producteurs qui vendent généralement en vrac le safran dans les souks locaux. Les collecteurs disposent d'argent liquide et achètent la production aux producteurs souvent sans trésorerie. De fait, la commercialisation se trouve dans les mains de négociants-exportateurs. À cela s'ajoute que les négociants-exportateurs sont présents en tant qu'adhérents dans la seule coopérative de safran située à Taliouine avec 350 adhérents. Les producteurs de la région ne sont donc pas satisfaits du fonctionnement de la coopérative qui ne reverse qu'un faible pourcentage du prix aux producteurs et où les négociants exportateurs ont un poids certain dans les prises de décision.

Propositions d'amélioration

- Soutien à la production, notamment via le recours à l'irrigation gravitaire et un stockage des fleurs dans des lieux secs et à l'abri des variations de température.
- Renforcement des capacités et du dispositif de formation notamment en matière de qualité, norme et analyse du marché.
- Recherche de la possibilité de protection par les droits de propriété intellectuelle.
- Opération expérimentale de conditionnement et de commercialisation en directe avec amélioration qualitative de la production totale et recherche du label « commerce équitable » via le réseau européen.
- Amélioration de l'organisation des producteurs avec réalisation de formations techniques pour la gestion des coopératives, échanges d'expériences entre réseaux de coopératives (visites etc.).
- Accès à des méthodes modernes de conditionnement (importance des balances électriques de précision etc.).
- Promotion de la valorisation culturelle du safran en liaison avec les projets de développement touristique de la zone (musée du safran, avec route des cuisines et produits du terroir etc.).

5.2.4 Les tapis

Contexte et problèmes rencontrés

Dans les régions rurales et montagnardes, le tissage des tapis constitue sans nul doute une des richesses du patrimoine culturel, historique et social de la région. La laine est rarement filée sur place ; elle est achetée au souk, car le filage au rouet ou au fuseau demande un travail supplémentaire aux femmes qui tissent.

Il existe deux types de tissage (le tapis noué et les Hayek). La technique traditionnelle utilisée dans les villages consiste à découper la laine en petits morceaux de deux ou trois centimètres de longs puis à la poser en forme de nœuds sur la machine à tisser.

Faible rémunération du travail

Les femmes travaillent dix à douze heures par jour, mais vendent à bas prix les tapis. On estime qu'une heure de travail est payée 0.7 dirham.

Monopole des collecteurs

Les négociants implantés dans les souks éloignés de la région de production négocient des tarifs très bas pour l'achat des tapis. Les autres souks de la région vendent peu de tapis (Agadir Melloul, Ighri, Ouinjegal, Tinfat) du fait du mauvais état des routes, du manque de moyens de transport et des bas prix du souk. En l'absence de demande, les femmes vendent les tapis aux collecteurs qui ont le monopole du prix.

Propositions d'amélioration

- Commercialisation sans intermédiaire en implantant les tapis dans les circuits d'écotourisme.

- Reconnaissance et protection des tapis par les IG (réputation et dessins traditionnels liés aux terroirs et aux pratiques ancestrales).
- Promotion des tapis par les musées et les politiques culturelles et d'exportation.
- Soutiens techniques à la production par l'apport d'énergie pour le filage et le tissage.
- Formation dans les domaines concernés à la fois techniques, économiques, sociaux et culturels.

5.2.5 Le Tourisme rural et la valorisation des produits

Contexte et problèmes rencontrés :

Le projet de tourisme rural Sud Maroc conduit pour partie par Migrations et Développement cherche à renforcer le développement touristique des douars pour améliorer la commercialisation de produits, améliorer la qualité de vie et de l'environnement tout en sensibilisant et formant les personnes concernées par le projet.

- L'insuffisante sensibilisation de l'ensemble de la population des douars touristiques, bien qu'ils aient été pour la plupart signataires de la Charte du tourisme rural et d'une convention association-villageoise/M&D, à ce que signifie l'accueil des touristes dans leur village ;
- L'insuffisante information des élus ruraux et des responsables des administrations au niveau provincial ;
- Le manque de jeunes gens, garçons ou filles, ayant une maîtrise minimum du Français, susceptibles d'accueillir dans chaque douar et d'accompagner les touristes isolés ;
- La carence en documents de présentation de la zone, du projet et des produits touristiques, susceptibles de favoriser la promotion commerciale de la zone ;
- L'insuffisante présence dans la zone des agences européennes de tourisme, malgré les conventions signées en 2004 par M&D avec une agence française et une agence italienne ;
- La dégradation de l'environnement de certains douars touristiques du fait de la dissémination de détritiques solides ;
- La carence de la signalisation et du balisage qui quasiment impossible l'accès à certains des douars touristiques à quelqu'un qui ne dispose pas de l'aide d'un guide du coin.

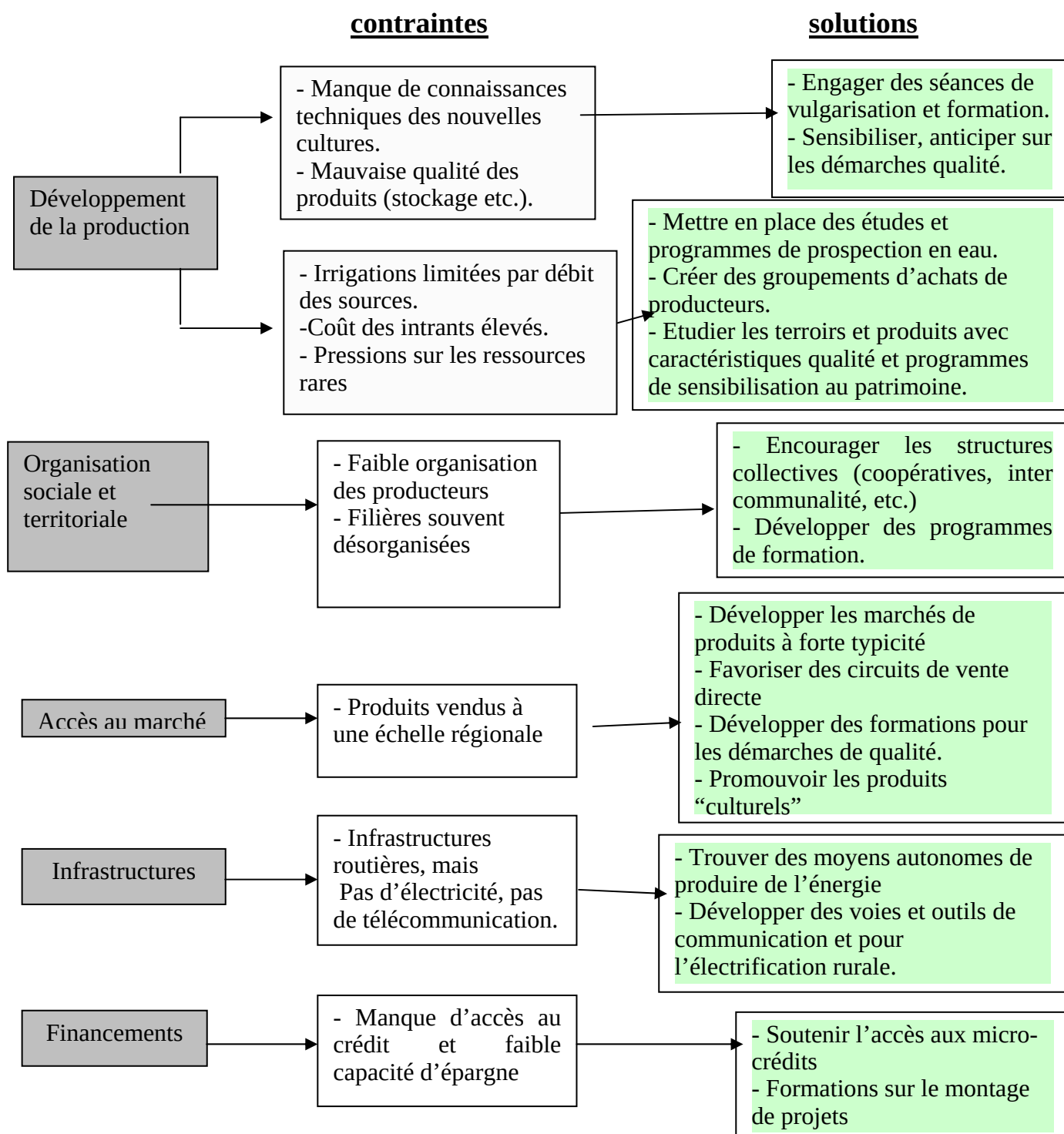
C'est à ces quelques problèmes que le projet contribue à apporter des solutions. Il convient, cependant, de noter, que bien d'autres problèmes demeurent comme les carences en infrastructures de base : eau potable, assainissement, pistes rurales dans certains douars touristiques. Ces actions d'accompagnement, spécifiques à chaque douar, ne sont pas prises en compte dans ce projet. Elles feront l'objet d'études de faisabilité et de la présentation de dossiers spécifiques de demande de cofinancement. Il en va de même de nombreuses formations complémentaires à cette action spécifique.

Propositions d'améliorations

Le projet devrait permettre d'atteindre les résultats suivants :

- Les élus des communes rurales de même que les représentants des administrations au niveau provincial sont mieux informés sur le projet, son fonctionnement, ses impacts, ses perspectives ;
- La population des 22 douars est mieux informée et sensibilisée aux tenants et aboutissants du processus de développement touristique ;
- Les gérants des gîtes ont reçu une formation sur les aspects administratifs et gestionnaires de leur activité ;
- Des jeunes des douars, au nombre de 22, garçons et filles, susceptibles de renseigner et d'accompagner les touristes ont été formés en français et aux techniques d'accueil ;
- Le personnel originaire des douars qui aura à travailler dans les gîtes a reçu une formation de base. Cette formation a touché 44 personnes (2 par établissement) ;
- La qualité de l'environnement des 6 premiers douars a été améliorée (nettoyage des abords, mis en place d'un système d'élimination des détritux) ;
- Une signalisation routière de base a été mise en place pour accéder aux 6 villages à partir des axes routiers ;
- Les principaux circuits de randonnées autour des 6 villages ont été balisés ;
- Les documents de présentation de la zone, des douars et des produits touristiques ont été élaborés et diffusés en version papier et Internet ;
- Le projet et ses produits touristiques ont été représentés à l'occasion de manifestations spécifiques en France, comme la Quinzaine du commerce équitable ;
- Un démarchage spécifique a été réalisé auprès des agences de tourisme de France, d'Italie et d'Espagne afin de les convaincre de travailler sur la zone du projet et 2 conventions ont été signées ;
- La signalisation routière et le balisage des principaux sentiers de randonnée ont été réalisés.
- Les 6 douars ont vu leur environnement amélioré, en particulier par l'élimination des détritux solides.

Identification des contraintes et solutions concernant la valorisation des produits : huile d'olive, argane, Safran, tapis, tourisme rural.



6. Conception préliminaire d'actions de formation

Un des problèmes et non des moindres rencontrés dans le développement des activités est celui relatif à l'absence de formation des acteurs concernés par le développement. Parmi ceux-ci, les paysans, qui sont au cœur du système productif, n'ont pas ou très peu de notions de lecture, de calcul (les femmes sont particulièrement concernées). Cela constitue une entrave sérieuse à l'assimilation des règles fondamentales de gestion car il n'est pas facile d'enseigner à des groupes analphabètes ou très peu alphabétisés, maîtrisant mal l'arithmétique et sans aucune expérience en entreprise. Pour ces raisons, il est nécessaire de pallier ce déficit par l'organisation de sessions de formations en gestion des coopératives, en comptabilité, en montage de projet, recherche de financements etc. Mais d'autres acteurs, tels que les animateurs de projet, les agents régionaux du développement, les élus, les fonctionnaires des communes rurales ont des niveaux de formation si hétérogènes et variés qu'il est nécessaire également de concevoir des formations adaptées.

Les publics visés dans la proposition d'actions de formation figurant ci-après ont été choisis suite aux analyses et travaux conduits sur les secteurs économiques conjointement avec les évaluations effectuées par Migrations et Développement. Ces formations s'ancrent dans un dispositif national que ce soit au niveau des titres de formateurs ou accompagnateurs de montagnes ou au niveau des actions de formation professionnelles pour le tourisme. Les projets de formation en cours dans la région du Sud Maroc et Haut Atlas sont actuellement ciblés en fonction des actions de développement rural (tourisme ou coopératives, par exemple).

Nous avons donc travaillé avec Migrations et Développement pour concevoir un dispositif de formation plus complet, dont les configurations pourraient répondre aux besoins des acteurs en fonction de leurs expériences et des évolutions en cours.

6.1. Conception du dispositif local de formation

Le dispositif de formation doit pouvoir toucher différents groupes sociaux et différents acteurs du développement dans différents villages, car une activité économique implique de nombreuses personnes et de lieux si l'on regarde la filière dans son ensemble. Donner une formation technique à quelques producteurs locaux sur la culture du pommier, fussent-ils nombreux, ne suffirait pas à favoriser le développement de l'activité économique « pomme ». Il faut aussi toucher les personnes responsables des coopératives, des achats, ou les administrations ayant la charge des labels de qualité etc.

La configuration du dispositif prend donc en compte la dynamique territoriale. La formation se fait au moins sur cinq niveaux :

- **Formation des élus** durant des sessions spécifiques afin qu'ils puissent jouer leur rôle de médiateurs. Actuellement, gouverneurs et caïds dirigent les régions et les élus, peu au fait des rouages de l'administration, méconnaissent leurs droits, valorisent mal leur excellente insertion sur leur secteur et manquent de formation pour créer par exemple des syndicats intercommunaux ou modifier les chartes communales. M & D a ainsi expérimenté des formations le week-end auprès d'élus (54 lors de la dernière session !) démontrant l'importance et l'intérêt suscités par

des formations juridiques spécialisées. Ces expériences peuvent être systématisées et développées.

- **Formation auprès des membres des coopératives**, qui constituent l'interface entre production et vente vers les marchés extérieurs, mais aussi auprès des membres **des associations villageoises**

- **Formation auprès des producteurs ou des personnes émergentes**, localement très impliquées, afin qu'elles acquièrent le savoir faire non dispensé par les universités qui n'ont pas contribué à renforcer le tissu local d'agents de développement ou d'animateurs spécialisés.

- **Formation auprès cadres associatifs** et de femmes impliquées dans le tissage ou l'agriculture, afin qu'elles acquièrent une connaissance en matière de gestion, de suivi de produits, de démarche qualité etc.

- **Formation auprès des nombreux fonctionnaires des communes rurales**, peu sensibilisés et confinés dans des activités strictement administratives sans aucune liaison avec le terrain

Ce dispositif favoriserait une formation continue auprès d'une population implantée dans différents villages cherchant à développer des activités génératrices de revenus. En termes de contenu, elle couvre l'économique, le juridique et le technique sans oublier parfois des rappels d'alphabétisation afin de garantir une participation accrue d'un grand nombre de villageois, car sans eux rien ne se fera.

Deux filières de formation diplômante peuvent être envisagées :

- Formation des agents de développement local, indispensables pour valoriser l'action des associations et assurer le lien avec l'extérieur : passer de l'idée à la réalisation d'un projet.

- Formation des guides de pays (parallèlement à ce qui se fait dans l'école des accompagnateurs de Tabant), pour la mise en place d'un tourisme mieux éclairé et de qualité, donc durable.

La construction de la « Maison du Développement » à Taliouine, actuellement en cours de finalisation pourrait permettre d'héberger et de structurer de manière stable ce dispositif. Cette maison voit le jour suite à vingt ans de formation itinérante dans les maisons villageoises et témoigne de la volonté d'aboutir au développement économique et sociale de la région. Cette Maison du développement est pilotée par une association spécifique. Elle est composée des élus, des administrations et des associations locales. Elle permet donc d'avoir un fonctionnement intercommunal et chaque année statuts et cotisations seront revus.

Le projet de dispositif de formation que nous proposons aujourd'hui pourrait s'insérer dans les activités de ce nouveau lieu. En effet, cette Maison pourrait faciliter l'organisation de séminaires, de rencontres, de formations courtes ou d'accès aux informations numérisées. Bien évidemment, ces propositions restent à valider avec les acteurs, mais les conditions de synergies entre programmes semblent réunies, notamment pour la formation.

Nous formulons ci-après des propositions de maquettes de formation qui demanderont elles aussi à être validées dans une phase ultérieure.

6.2 Types de formation pouvant être pilotées par Migrations et Développement

Nous distinguerons dans les formations proposées, (i) celles qui viennent en appui immédiat aux actions de développement et se déroulent sur un pas de temps court, par conséquent non diplômantes et (ii) celles qui sont susceptibles d'être diplômantes sous réserve d'agrément et qui proposent une formation de plus longue durée.

A Sessions de formations courtes (non diplômantes) pour assurer le soutien aux actions de développement

Formations d'agents régionaux du développement rural montagnard

Publics	- Jeunes diplômés soucieux de contribuer au développement de leur région et des animateurs locaux choisis pour leur aptitude à la conduite de projets et désireux d'élargir leurs responsabilités
Objectifs	- Approfondir et systématiser les connaissances acquises antérieurement - Accroître l'autonomie et la capacité des responsables à prendre des initiatives
Contenu	- Bases de la comptabilité d'entreprise et de l'analyse financière - Création d'entreprise - Collectivités locales et le développement en montagne - Elaboration d'un programme d'action locale - Connaissance des filières (opérations et opérateurs), la relation à la plaine, la qualité - Principes de gestion des activités personnelles ou collectives - Modalités de financement, montage des dossiers - Gestion des ressources humaines - Utilisation de l'informatique
Durée	- Deux semaines

Formation d'animateurs locaux

Publics	- Les correspondants locaux des ONG et associations en place - Éventuellement le personnel administratif local des communes rurales
Objectifs	- Explorer les initiatives non gouvernementales - Valoriser les potentiels de production et les produits de montagne, identifier les activités génératrices de revenus (AGR), intégrer une démarche qualité
Contenus	- Réflexion collective sur des actions déjà entreprises et possibles (visites) - Identification des besoins économiques, sociaux et culturels en fonction des moyens disponibles - Organisation et repérage des différents circuits de qualité et vente directe

	- Concertations sur les programmes d'action en montagne à l'échelle locale - Principes de gestion des activités personnelles ou collectives - Modalités de financement, montage des dossiers
Durée	- Deux semaines

Formation pour la Création de projets individuels de développement

Publics	- Volontaires pour une création d'entreprise au sein des villages de montagne (déjà porteur d'un projet)
Objectif	- Apporter les connaissances de base pour la création d'une petite entreprise et sa gestion
Contenu	- Discussion collective sur les projets individuels, atouts et contraintes - Estimation des investissements nécessaires, plan de financement, dispositifs d'appui - Le marché la démarche qualité - Diagnostic d'une petite entreprise - Éléments juridiques, facteurs humains - Les contraintes institutionnelles
Durée	- Une semaine

Sensibilisation des élus au développement local en zones de montagne

Publics	- Les élus des communes rurales de montagne
Objectifs	- Sensibilisation aux contextes montagnards et aux potentialités locales
Contenu	- Les droits des élus - Les chartes communales et les syndicats intercommunaux - Les méthodes du développement participatif - La qualité, le lien avec les administrations nationales et le privé - L'identification des besoins et des services
Durée	- Deux jours

Formation collective au niveau des villages dans le cadre des associations villageoises ou des coopératives

Public	- Membres des associations ou coopératives (hommes, femmes et jeunes), éventuellement par sous groupes
Objectifs	- Animation collective - Apprentissage des droits et du fonctionnement des associations
Contenu	- Exemple d'un groupement fonctionnel (visite) - Les règles du fonctionnement,

	- Les causes d'échec - Les attentes des intéressés - Des exemples d'actions collectives
Durée	- Une journée

B. Sessions de formation longue et diplômante

Le cadre institutionnel de ces actions de formation demande à être travaillé. Des enquêtes plus précises devront déterminer les niveaux requis (BTS ou ingénieurs) comme les formes de compatibilité de diplômes avec les autres formations existantes dans d'autres pays. Nous avons cependant déjà esquissé des actions de formation, sachant que certaines d'entre elles ont déjà une réputation établie, notamment celle des guides de montagnes.

Sur un terme plus long, deux types de formation, diplômante sont envisageables pour accompagner le développement des programmes d'actions en montagne, l'un concerne la mise en place d'un réseau d'agents de développement local, l'autre concerne la formation d'accompagnateurs de montagne ou « guides de pays », sachant qu'une formation de ce type existe à Tabant (Aït Bou Gmez) dont la réputation n'est plus à faire.

Formation d'agents de développement local

PUBLICS

Ce cours s'adresserait à des membres des réseaux locaux des associations villageoises déjà impliquées dans des actions. Ils s'engageraient à travailler durant 3 ans au sein des associations. En contrepartie de cet engagement et en fonction des ouvertures de travail, les associations s'engagent à les recruter en priorité à condition que les actions développées débouchent sur une viabilité économique. Des recherches de financement et de soutien au niveau régional et national sont nécessaires pour que ce type d'actions de formation soient viable sur le long terme.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Créer une dynamique de développement qui s'appuie sur la communication et la valorisation des ressources locales. Dynamiser les associations villageoises et leur donner les outils pour la réalisation de projets concrets qui émanent réellement des populations locales et qui leur soient propres.
- Renforcer le tissu socio-économique en mettant en œuvre des projets de services intégrés (appui à l'approvisionnement, recherche de marchés, de crédits, de choix techniques, appui à la gestion et à la formation) favorisant la réalisation de projets individuels ou collectifs, la création et le développement de micro entreprises, qui, bien intégrées dans l'environnement, sont tout à fait aptes à répondre aux besoins du marché local.

- Favoriser une organisation du milieu pour que se développe la capacité de chacun, individu ou collectivité, à se prendre en charge et à se former en adéquation avec les besoins et contraintes de ce milieu. Orienter certaines offres par rapport au milieu et par rapport aux publics ; en effet, peu de programmes concernent les femmes qui ont pourtant un rôle central dans la production, les échanges et la vie sociale.
- Créer une communication institutionnelle entre les différentes associations impliquées dans le développement participatif au Maroc. Faciliter la production locale d'outils de communication, notamment de documents vidéo pour l'information, la formation, le loisir. Créer une vidéothèque afin de capitaliser les expériences et de faciliter les échanges.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Permettre à des jeunes diplômés ou non de l'enseignement général de penser leur avenir sans nécessairement le lier au fonctionnariat.
- Permettre à des jeunes qui ont une bonne formation générale d'acquérir des outils spécifiques pour faire des diagnostics de terrain (recensement des besoins, répertoire des ressources, des compétences), analyser des données, les traduire en termes de priorités et de projets, assurer le montage et le suivi de ces projets, réaliser des études de faisabilité, des évaluations, des bilans.
- Leur permettre d'acquérir et de créer des outils spécifiques de communication et d'animation, notamment par l'utilisation de la vidéo.
- Amener des animateurs à être capables de susciter l'expression des villageois, de la formaliser sous forme de projet. Les initier à la démarche participative afin qu'ils puissent soutenir et dynamiser l'implication active de la population dans les projets.
- Favoriser les échanges Sud / Nord basés sur les besoins spécifiques des populations et sur les expériences et connaissances pédagogiques de chacun.

DEMARCHE ET CONTENU DE LA FORMATION

Globalement, la démarche repose sur :

- Des apports théoriques de réflexion et d'analyse
- Des interventions de représentants d'associations, de collectivités locales et d'administrations, d'historiens, de sociologues, d'économistes, d'anthropologues...
- Des visites de terrain où des projets sont en cours de réalisation

Au niveau de l'accompagnement du projet professionnel de chaque jeune, la stratégie s'appuiera sur :

- Des exposés et des enquêtes
- La mise en place de négociations, de réalisation et d'évaluation de projets individuels et collectifs
- La réalisation d'outils techniques à expérimenter (grilles d'analyse)
- La capitalisation des savoir-faire et des savoir-être, à partir de l'expérience de chacun

- L'élaboration de dossiers, documents et supports à partir de réalisations concrètes

Notre démarche pédagogique prend en compte, dès le départ, les acquis, le vécu, l'itinéraire et l'identité des volontaires. Ainsi une formule mi-individualisée, mi-collective se dessine. Celle-ci permettra, lors de certains travaux, de responsabiliser les stagiaires plus avancés dans un domaine donné, en leur confiant des présentations de thèmes connus d'eux. Elle a pour le but de permettre d'acquérir de solides références théoriques, de maîtriser réellement les différents concepts du développement ainsi que les outils de gestion et d'organisation. Elle vise également à permettre aux stagiaires de se qualifier par l'obtention d'un diplôme validé et reconnu par les Ministères de la Jeunesse et des Sports, ainsi que le Ministère de la Formation Professionnelle. Là aussi, ce dispositif institutionnel demande à être validé dans le temps. Des négociations entre les Ministères de tutelle et les autorités régionales et locales doivent déboucher pour formaliser et garantir que ces actions de formation soient pérennes.

Durée 6 mois (préférentiellement d'avril à Octobre)

Formation des accompagnateurs de montagne ou « guides de pays »
--

La formation existe déjà. Elle est mise en œuvre dans le site de Tabant (Haut Atlas Central, vallée des Aït Bou Gmez). Cette formation est sanctionnée par un diplôme « accompagnateur de montagne » agréé par les différents ministères compétents. La formation intègre (i) la connaissance du milieu montagnard, (ii) la pratique de la randonnée et du ski, (iii) les règles d'hygiène, de secourisme et de sécurité, (iv) les bases nécessaires pour l'organisation de trek, (v) la connaissance de l'écologie montagnarde, faune, flore, biodiversité, l'agriculture de montagne, le patrimoine architectural. D'assez nombreux accompagnateurs ont à présent monté leur propre agence de trekking et emploient un personnel spécialisé (muletiers, cuisiniers...).

Le contenu de ces formations n'est pas développé dans ce rapport car il figure sur le site des guides de pays et de montagne. Ces formations ont trouvé une viabilité immédiate du fait du lien avec le secteur privé. Les programmes nationaux ou régionaux valorisant les produits de montagne ont favorisé l'implantation d'activités privées.

D'autres types de formation en lien avec le secteur privé sont actuellement développées notamment en matière de tourisme. Elles devront s'articuler avec les formations diplômantes et les chartes du tourisme. Dans le cadre du programme Tourisme du Sud Maroc des actions de formation sensibilisation sont prévues :

Information des élus et des administrations

Cette action concerne les élus des communes rurales qui abritent un gîte et des représentants des administrations directement ou indirectement concernées (agriculture, environnement, artisanat etc.). Elle se réalisera sous forme d'un atelier d'une journée en mai juin, avec la participation d'accompagnement et du ministère du tourisme

Sensibilisation de la population des douars touristiques

Cette action se réalisera avec les associations villageoises et les autres structures associatives. Elle sera menée par le chargé de mission M&D et l'animateur touristique. Il s'agira de rediscuter et de préciser le fonctionnement d'ensemble

du projet, les droits et les devoirs de chacun afin d'éviter les dysfonctionnements et les conflits ultérieurs ;

Formation des jeunes chargés de l'accueil et de l'accompagnement

Cette action consiste à préparer un jeune de 18 à 25 ans, garçon ou fille, dans chaque douar touristique, à l'accueil et à l'accompagnement des touristes. Par ailleurs, dans le cadre d'un Echange Jeunesse euro méditerranée, il est prévu, en parallèle à ce projet d'accompagnement de permettre à ces jeunes de réaliser une visite en Europe (France et Italie) sur le thème « Environnement et tourisme durable » qui entrerait dans le cadre de cette formation.

Formation des gestionnaires et du personnel des gîtes

Cette formation, qui concernera 40 participants, sera réalisée à Taliouine sous forme d'un séminaire atelier de 3 jours. M&D devrait pouvoir compter sur l'appui de 2 formateurs marocains, berbérophones, spécialisés en tourisme rural. Cette action devrait pouvoir être reproduite en avril mai 2006 juste avant la fin du projet. Il sera sans doute utile de réaliser, par la suite, ce type d'action toutes les années afin que les intéressés entrent dans un processus de formation continue qui seule peut garantir la qualité et l'adaptation constantes au marché ;

Ces actions en cours de développement pourraient donc être articulées au sein d'un dispositif de formation stable garantissant la viabilité des actions. Comme nous l'avons vu, les problèmes de structuration des activités, d'organisation et de mécanismes de concertation sont centraux. Il faudra donc faciliter les synergies entre les projets et veiller à ce que la Maison du Développement soit un lieu d'accueil et de réalisation de projets garantissant les dynamiques transversales. Autour de la Maison du développement peut se construire un réseau d'actions pratiques dont la pérennité est garantie par des flux migratoires et financiers constants et ce dans plusieurs domaines.

Les maquettes d'enseignement que nous avons présentées devront être affinées par des études complémentaires. Ce travail s'appuie sur l'expérience locale et sur un réseau de collaborations. À cela s'ajoute la possibilité de mettre à disposition des matériaux pédagogiques qui peuvent être élaborés de manière participative.

6.3. Le Ciheam et ses instituts en appui au dispositif local

Le dispositif pratique repose sur l'organisation d'un partenariat solide avec Migrations et Développement. Autour de la nouvelle « Maison du Développement » de Taliouine peuvent se structurer les activités de formations spécifiques visant à toucher les élus, les membres des coopératives, les associations villageoises, les producteurs ou personnes impliquées dans une activité économique, les cadres associatifs et les fonctionnaires des communes rurales.

C'est dans ce contexte, que nous avons élaboré conjointement la proposition d'une formation structurée. La dimension locale, nationale et internationale du dispositif de formation ne doit pas être négligé, car il faut pouvoir faciliter les flux d'échanges et d'informations entre les différentes zones possibles de développement et de commercialisation des produits.

Nous proposons donc que Migrations et développement prenne en charge la conduite des formations locales et organise des séminaires nationaux. Les projets d'écotourisme conduits avec l'AFD pourraient trouver des synergies avec ce programme. Un budget de formation particulier réalisé par Migrations et Développement figure en annexe 7.

Le CIHEAM pourrait appuyer utilement ces actions au niveau local et international. Fort de ses réseaux, fort de ses expériences en termes de développement rural durable ou de développement participatif, fort de ses outils et de ses savoir-faire, il pourrait contribuer à la réalisation de ces actions sur plusieurs plans :

- L'animation de certains ateliers thématiques (qualité, normes internationales etc.)
- La mise en forme du matériel de formation (y compris via des SIG)
- L'appui pédagogique aux formations
- La diffusion des savoirs faire
- L'accès aux informations,
- L'appui à la diffusion des produits de montagne sur le marché.

Ces soutiens s'insèrent dans une pratique de travail en réseau entre opérateurs locaux et internationaux.

- **En termes de réseau international**, le programme LEADER-MED réunit les représentants des ministères de l'agriculture, les chercheurs du Réseau Agriculture Familiale Comparée (RAFAC) qui ont participé activement à son élaboration, et des représentants des associations de développement local des pays concernés par le programme. Le Réseau agriculture Familiale Comparée (RAFAC) a été créé en janvier 1984 à la suite d'un séminaire organisé par l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (IAMM) sur les transformations de l'agriculture familiale en Méditerranée. Il regroupe aujourd'hui près de 50 chercheurs issus de centres de recherche et de formation supérieure de 12 pays du Nord, du Sud et de l'Est de la Méditerranée. Il a donné naissance au programme Leader-Med ce qui lui permet d'être reconnu à l'échelle des ministères de l'agriculture et de la Commission de l'Union Européenne.

Le réseau traite de thèmes proches de ceux qui sont abordés en zones de montagnes. Les travaux se sont focalisés sur les points suivants :

- Transformations des systèmes de production familiaux.
- Institutions et les organisations agricoles et rurales
- Développement et territoire rural (rôle des organisations rurales) et processus de construction ou de recomposition des territoires dans un certain nombre de pays méditerranéens.

Des synergies peuvent permettre de démultiplier l'expérience marocaine de Migrations et Développement en la faisant connaître lors de séminaires nationaux ou de réunions de réseaux du programme Leader-Med. En effet, les travaux réalisés sont transmis au Président en exercice de la conférence des Ministres de l'Agriculture des pays membres du CIHEAM. Les budgets pour des séminaires varient en fonction du nombre des participants, des lieux et des cofinancements. Nous mentionnons l'importance de ces séminaires internationaux, car certaines synergies pourraient être trouvées si les ordres du jour des réunions sur le Développement rural pouvaient inclure dans leur agenda la question de la valorisation des produits de montagne.

- **En termes d'ingénierie de la formation**, les outils de représentation et d'analyse (SIG, infographie) pourraient très utilement servir à la fois à accompagner

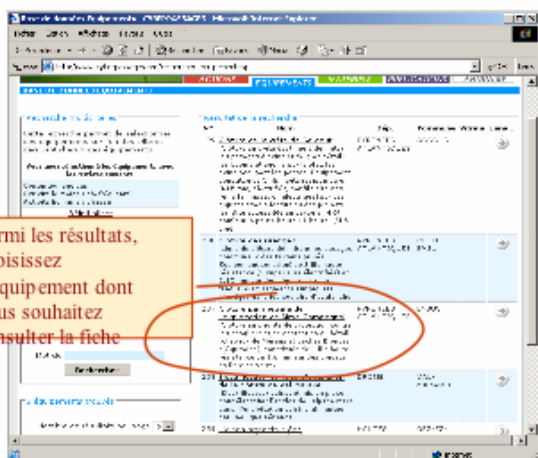
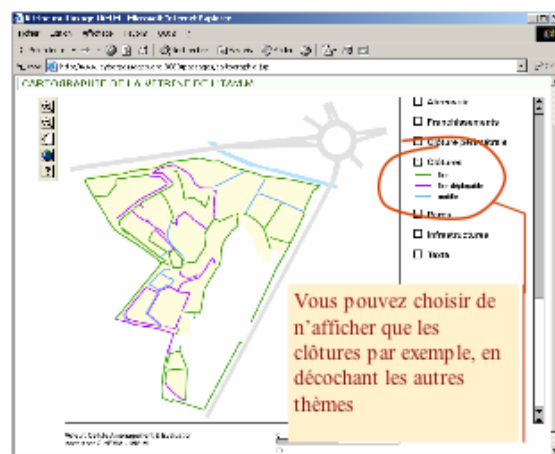
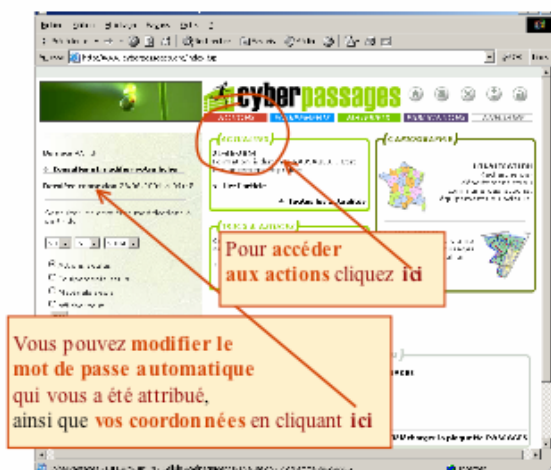
les actions de formation et également à servir de support de diffusion et de repérage des produits locaux de qualité et des acteurs (entreprises, coopératives etc.). A partir de l'expertise en bases de données, à partir d'outils de SIG automatisés, désormais simplifiés et accessibles sur Internet, il est possible par une description normée de représenter les produits et leurs différents attributs tout en les liant à des contextes particuliers (type d'organisation, conditions de stockage, vente etc.). La base de données des produits du terroir et des acteurs réalisée par le CIHEAM pourrait être détaillée à l'échelle du Maroc en collaboration avec les acteurs locaux afin avec de préciser les données terrain en fonction des besoins des utilisateurs.

Nous donnons ici l'exemple de PASSAGES⁴ qui s'appuie sur un dispositif d'organisation des actions de terrain, de stockage, de suivi de l'information, de sa mise en forme graphique, de l'animation du programme et de la formation et l'information. Ce dispositif est appliqué aux clôtures et présente une centaine d'équipements utiles à différents partenaires. Une base de données "Matériels" représente près de 4 500 matériels de clôture multi-usage et leurs franchissements. Ils sont décrits à partir d'informations fournies par les fabricants classés par catégories, classes, types de fabricants. L'information normée est consultable grâce à des liens et des interfaces graphiques. Différentes formations s'appuient sur les collections de clôtures mises en scène pour travailler sur le multi-usage. Un laboratoire est mis à la disposition des partenaires pour tester en situation les matériels : les utilisateurs directs (producteurs, éleveurs, forestiers, chasseurs), mais aussi ceux qui sont en charge des questions d'aménagement (administrations, développement agricole, collectivités territoriales) peuvent confronter leurs modes de conduite et les limites de certains usages (chasse, pêche, tourisme etc.). La clôture est un élément symptomatique de l'aménagement.

La logique d'organisation des thèmes de passage peut être transposée pour les produits de montagne, puisque le dispositif s'organise autour des points suivants : aménagement de sites pastoraux, protection des troupeaux dans les zones fréquentées par le loup et l'ours, protection des cultures contre les ongulés, forêts durables, électrification des clôtures, sécurité des personnes etc. La localisation des produits, des acteurs, des actions et des thèmes se prête à l'analyse suivie des produits de montagne et des démarches de qualité entreprises par certains opérateurs ou encouragées par les règles du marché.

Ci-après sont extraites d'un document pédagogique interactif, certaines images que l'on peut consulter directement sur le site : www.cyberpassages.org

⁴ Le CIHEAM-IAMM a une compétence en la matière, puisque l'ensemble du vignoble des départements du Sud de la France a pu être cartographié, quantifié et évalué par ces outils <http://www.cyberpassages.org:8080/passages>. Ces travaux sont désormais utilisés à l'échelle nationale ; voir par exemple : http://www.ichn-agriculture.org:8080/ichn/cartos/zones_def/index.html



À l'heure de la traçabilité des produits et de l'écotourisme, les outils facilitant la représentation territoriale et intégrant différentes opérations (cartographie territoriale dynamique liée à une base de données objets identifiant produits, acteurs, données sur les prix...) proposent des solutions efficaces par secteurs.

La base d'informations peut évoluer en fonction des besoins. Elle peut être appelée à jouer un rôle de veille pour le prix ou la qualité des produits, des services, ou des parcours, ou bien à jouer un simple rôle d'annuaire localisé. Elle peut aussi être couplée à une formation sur place et à distance sur les questions de qualité, d'environnement, de gestion. Cela contribuerait à faciliter la prise de conscience de la nécessité de s'appuyer sur des structures collectives.

Ce système d'information pourrait être mis à disposition à la Maison du développement de Taliouine afin de garantir l'accès facilité aux informations. Différents usages peuvent être envisagés, et ce en fonction des utilisateurs potentiels : entreprises, producteurs, coopératives, collectivités territoriales, ou simples touristes curieux de connaître mieux cette zone. Bien évidemment, les usages délimitent différents niveaux d'accès à l'information. Un budget estimant les principaux coûts d'organisation d'un site statique et d'un site dynamique donne une première estimation du travail à fournir pour que cet outil soit mis en œuvre.

Les compétences en termes de formation à distance et de développement de produits multimédia du CIHEAM peuvent également contribuer à la mise à disposition d'outils pédagogiques adaptés. La diffusion des informations sous forme de DVD permet de produire des films et de construire des modules ciblés en fonction des opérations de formation. Ainsi le film « Droit du sang, droit du sol », réalisé par l'IAV Hassan II et le CIHEAM-IAM est un exemple de coopération qui a pu déboucher sur la réalisation d'un produit pédagogique utile. Ce produit fait désormais partie des cursus d'enseignement à l'IAMM et dans différents centres marocains. Il a été montré lors de colloques ou de conférences comme celles qui ont lieu au Musée Agropolis. Ce film a été tourné dans le Moyen Atlas marocain. Il raconte l'histoire d'un berger, Ahmed, de sa femme, R'quia, de ses enfants et de son troupeau, à 1800 mètres d'altitude dans un sommaire abri de plastique, été comme hiver. Il n'a pas le droit de construire et aucune possibilité de s'abriter en plaine. C'est un étranger : il est arabe et, ici, on est berbère. Il est pourtant arrivé du désert il y a plus de trente ans, mais au nom du droit du sang, les tribus autochtones lui refusent le droit au pâturage. 35 familles sont chassées du djebel, sans ménagement. Ahmed s'accroche, au nom du droit du sol. Et puis, que pourrait-il bien faire en ville, lui qui ne sait que garder des moutons?

QuickTime™ et un
décompresseur TIFF (non compressé)
sont requis pour visionner cette image.

Dans le même courant un film réalisé par des enseignants marocains et français, sur la tradition d'élevage transhumant sert de support pédagogique⁵. Pour traduire les profondes transformations écologiques, économiques et sociales en cours, Pour traduire concrètement ces aspects, quatre personnages représentatifs sont mis en scène et parlent. Ils évoquent leur vie, expliquent le milieu qu'ils exploitent et leurs pratiques d'élevage, la façon dont ils occupent l'espace pastoral et forestier, comment ils

alimentent les troupeaux, le type d'agneaux qu'ils produisent compte tenu des exigences des marchés. À travers ces tableaux se posent les problèmes d'utilisation des parcours collectifs :

- Réduction de la mobilité et sédentarisation,
- Réduction de l'espace pâturé,
- Passage d'un système pastoral à un système agropastoral,
- Diversification des pratiques d'élevage...

Sans donner de réponses, ces DVD interrogent et construisent des parcours pédagogiques. D'autres modules de formation ayant recours à la vidéo et à la méthodologie de formation à distance pourraient être utilisés.

- Enfin, plus traditionnellement des **séminaires internationaux** peuvent favoriser les synergies. Le CIHEAM et ses instituts peuvent évidemment faciliter ce type d'activités grâce à leur expérience et leur réseau réunions.

Les budgets qui figurent en annexe 8 donnent les détails des opérations de formations. Ces budgets sont présentés à titres indicatifs et ne peuvent pas constituer un devis. La structure de budgets d'enseignements spécialisés se décompose généralement en tenant compte des lignes suivantes :

⁵ « Paroles d'éleveurs de montagne », film réalisé par Alain Bourbouze et Ahmed El Aich (2 heures). Ce film est utilisé dans les cursus pédagogiques du CIHEAM. Consulter par exemple, le site de l'IAMM : [www.iamm.fr](http://www.iamm.fr/html/acti/ens/default.html), rubrique enseignement (<http://www.iamm.fr/html/acti/ens/default.html>).

Frais de coordination (scientifique, administratifs) ; Réunion de Groupes ad hoc (Nombre de voyages Séjour et nombre de jours x per diem) ; Stagiaires (Voyages : Maghreb - Turquie – Liban, et Séjour : nombre de jours x per diem), ; Intervenants (voyages, séjour, honoraires) ; Documents pédagogiques (Elaboration et multiplication), Infrastructures et supports pédagogiques (Hôtel, location de salles, matériel audiovisuel, sorties de terrain, photocopies et téléphone etc).

Nous avons fait figurer dans un premier temps les actions du CIHEAM en matière de séminaires ou d'ingénierie (Sessions de formation, Site internet, SIG et produits multimédias). Figure en dernier un budget évalué pour les actions de formation entreprises localement. Ce budget qui détaille les actions de formation au Maroc conformément aux fiches présentées dans la partie 6 de ce rapport, a été réalisé par Migrations et Développement à notre demande et suite à nos entretiens sur les produits et les modules pédagogiques.

BUDGET de Formation et d'Information	
Session de formation en France de 21 jours	79 695 Euros
Création d'un Site statique	6 600 Euros
Création d'un Site dynamique avec représentation cartographique	42 600 Euros
Création de produits multimédia pédagogiques	49 615 Euros
Etudes et Appuis aux formations locales décrites dans le chapitre 6.2 du rapport	118 039 Euros

Nous n'avons pas sommé l'ensemble des actions considérées, car ces estimations visent avant tout à donner un ensemble de prix afin d'évaluer les solutions futures. Nous n'avons pas fait figurer d'actions ponctuelles de formation ou de missions occasionnelles, car ce type de frais est plus courant. Des analyses complémentaires lors de la phase 3 du projet permettront d'affiner le dispositif en termes de propositions financières.

Enfin des synergies avec d'autres programmes en cours en Méditerranée peuvent faciliter la mise en œuvre de ces formations. Le CIHEAM peut venir en appui à certaines de ces actions si les complémentarités se confirment.

Bibliographie

Général

Arragon, P. (réal), A. Bourbouze, .« **Les enfants de Sidi Brahim** », CIHEAM-IAM1995 document pédagogique multimédia, 16 minutes

Arragon, P. (réal.), Hill, E., El-Aich, A., Bourbouze, A.. 1999. **Droit du sol, droit du sang**. Montpellier : CIHEAM-IAMM, 1999. Vidéocassette VHS 27'. Livret pédagogique en accompagnement 23 p.

Bachta. M,S. Gherji, G. 2004. **Agriculture et alimentation en Méditerranée. Les défis de la mondialisation**. Editions KARTHALA, CIHEAM-IAMM et IRESA.

Benlous F. & Rebouh H., 2001, **La montagne: un terrain à explorer, à exploiter un renversement de tendance**, in III^{ème} journée scientifique de l'INRA sur l'agriculture de montagne, Bejaia les 11,12 et 13 avril 2001.

Benterki N., 2001, **Elément de réflexion sur une politique de développement agricole et rural spécifique à l'espace montagneux**, in III^{ème} journée scientifique de l'INRA sur l'agriculture de montagne, Bejaia les 11,12 et 13 avril 2001.

Boujrouf, S. 1996. **La montagne dans la politique d'aménagement du territoire au Maroc**. *Revue de Géographie Alpine*, 1996, v. 84, n° 4, p. 51-60

Bourgey, A. 1970. **Problèmes de géographie urbaine au Liban**. HANNON. Revue libanaise de géographie, vol 11. pp 97-128

Bureau National BNEDER, 1993 **Amélioration pastorale dans le massif de Ben Badis**, Direction des services agricoles. Constantine. 158p.

Bureau National BNEDER, 1996, **Impact social et économique des politiques agricoles**, SPATEM, revu N°07, 22p

Chakini, F. 1991. **Etude et caractérisation de l'économie du système agraire montagnard par le biais de la SAM « Social Accounting Matrix » dans la vallée de l'Ouneim (Haut Atlas) [Maroc]**. Thèse de Diplôme d'Ingénieur d'Etat en agronomie, option agronomie-économie : Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan 2, Rabat (Maroc), juillet 1991, 228 p.

Cote M., 2001, **Quelques idées simples sur le fait montagnards au Maghreb**, in III^{ème} journée scientifique de l'INRA sur l'agriculture de montagne, Bejaia les 11,12 et 13 avril 2001.

Dagher, S.M. (ed.). 1996. **Traditional foods in the Near East**. Rome : FAO. 161 p. (Food and Nutrition Paper ; 50)

Devautour, H. Gerz A. Danflous J.P. Cerdant, C. **Promouvoir la compétitivité de l'agriculture par les savoirs locaux**, Cirad, Juin 2004, Atelier sur les Indications géographiques au Moyen Orient et en Afrique du Nord, Montpellier, 93 p.

Direction générale des forêts, 1998, **Atlas de zones humides algériennes**,. Chef de projet BOUMEZBER A., DGF. DPFF /Med wet/LIF-CE. 46p.

El-Abbassi, H. 1997. **Quelques aspects des transformations récentes dans les campagnes du Rif oriental marocain : mécanismes, formes et incidences sur le milieu**. *Annales de Géographie*, Septembre-Octobre 1997, v. 106, n° 597, p. 479-501

El-Jihad, M.D. 2001. L'eau de la montagne et le pouvoir étatique au Maroc : entre le passé et le présent. *Annales de Géographie*, novembre-décembre 23001, v. 110, n° 622, p. 665-672

El-Jihad, M.D. 2003. Les sécheresses saisonnières dans le haut bassin de l'Oum-er-Rbia (Maroc central) : aspects et fréquences. *Sécheresse*, juillet-septembre 2003, v. 14, n° 3, p. 157-167

FAO. 2003. **Towards a GIS-based analysis of mountain environments and populations, Environment and Natural Resources**, Working Paper n°10, Rome.

Fennane, M. 1997. **Les ressources végétales des montagnes marocaines : richesse, originalité et problèmes de conservation**. *Espace Géographique et Société Marocaine*, 1997, n° 2, p. 73-87

Kanafani-Zahar, A. 1994. **Mune : la conservation alimentaire traditionnelle au Liban**. Paris : Maison des Sciences de l'Homme. 263 p.

Khelifi h. **Les formations forestières et pré forestières des montagnes d'Algérie: diversité et sensibilité**, Département de botanique, INA, El-Harrach

Khelil A. 2000, **La société montagnardes en question**, Alger, ANEP, 2000

L'aménagement du territoire et le développement de l'économie de montagne en Méditerranée : le cas du Maroc méditerranéen : [actes] de la septième rencontre de Tétouan, 4 et 5 octobre 1996. Casablanca : Le Fennec. 285 p.

Maselli, D.A. 1996. **Contraintes d'une utilisation durable des ressources naturelles du Haut-Atlas : le cas du bassin intramontagnard de Tagoundaft**. In La montagne marocaine: développement et protection. *Revue de Géographie Alpine*, 1996, v. 84, n° 4, p. 109-119.

Maurer, G. 1992. **Agriculture in the Rif and Tell mountains of North Africa**. *Mountain Research and Development*, November 1992, v. 12, n° 4, p. 337-347

Migrations et Développement, 2002, **Evaluation, capitalisation des initiatives locales**, (Rapport ECIL), Taroudannt, Maroc, 276 p.

Ministère de l'agriculture, 2000, **Schéma directeur de développement agricole des zones de montagne**, (Rapport).

Ministère délégué chargé du développement rural, 2004 **Niveau de développement et potentialité des zones rurales**, Rapport final mars 2004.

Ministère des Affaires Sociales. 2000. **Recensement du secteur artisanal au Liban**. 64pp + tables.

MOA, DEC & FAO. 2005. **Atlas agricole du Liban**. Ministère de l'agriculture, Direction des Etudes et Coordination, en collaboration avec la FAO. Février 2005. Liban.

Montanea, **Qualité, produits, terroir... montagne et mondialisation**, Montanea, Chambéry, 26 Nov. 2004, 48 p.

Mouawad, H. 2004. **La consommation alimentaire urbaine entre l'uniformisation et les particularismes. Applications au cas libanais**. Thèse de doctorat. Université de Montpellier I. Faculté des Sciences économiques.

Nikolaidis, A., Baourakis, G., Stamataki, E. 1997. **Development of mountainous regions [en ligne]. Chania** : CIHEAM-IAMC. 138 p. Intensive Course on « Development of Mountainous Regions », Nicosia (Cyprus), 14-27 October 1996. (Cahiers Options Méditerranéennes ; vol. 28). [

Peyratout, J. 1999. **Tourisme rural en montagne marocaine**. Montpellier : CIHEAM-IAMM. 139 p. (Master of Science ; 51)

Refass, M.A. 1992. **Historical migration patterns in the eastern Rif mountains**. *Mountain Research and Development*, November 1992, v. 12, n° 4, p. 383-388

Sabir, M., Roose, E., Machouri, N., Naouri, A. 2002. **Gestion paysanne des ressources naturelles dans deux terroirs des montagnes méditerranéennes du Rif occidental (Maroc)** [en ligne]. *Bulletin – Réseau Erosion*, 2002, n° 21, p. 414-428. [Consulté en mars 2005].

Sahli, Z. 1997. **Risques et enjeux dans les agricultures familiales : cas des zones montagneuses, arides et semi-arides** [en ligne]. In : Abaab, A., Elloumi, M., Campagne, P., Fragata, A., Zagdouni, L. (coords.). *Agricultures familiales et politiques agricoles en Méditerranée : enjeux et perspectives*. Montpellier : CIHEAM-IAMM. p. 111-124. (Options Méditerranéennes : Série B ; 12). [Consulté en mars 2005]. <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/b12/CI971297.pdf>

Sustainable economic development and environmental protection in the high atlas mountains», Azilal worksop, Kingdom of Morocco, 14 p.

Taoufik, A. 1992. **L'homme et la montagne dans l'Anti-Atlas (région d'Igherm), Maroc**. Thèse de Géographie déposée à l'Université de Poitiers

Vignet-Zunz, J. 1996. **Primeros elementos para una comparacion entre dos sociedades de montana: Rif occidental y Andalucia mediterranea**. In : Gonzalez-Alcantud, J.A., Gonzalez de Molina, M., Malpica-Cuello, A., Vignet-Zunz, J. (eds.). *Transformaciones agrarias y cultura material en Andalucia oriental y norte de Marruecos*. Madrid : MAPA, 1996. p. 155-186. Coloquio Internacional sobre Transformaciones Agrarias y Cultura Material en Andalucia Oriental y Norte de Marruecos. Granada (España), 9-11 May 1994.

Par produit

AMANDE

L'amandier. In : Fiches techniques : l'amandier, l'olivier, le figuier, le grenadier [en ligne]. *Transfert de Technologie en Agriculture : Bulletin Mensuel d'Information et de Liaison du PNTTA*. Juillet 2003, n° 105, p. 1-2. [Consulté en mars 2005]. <http://www.iav.ac.ma/pntta/105.pdf>

Walali, L.D., Rakki, M. 1999. **La culture de l'amandier au Maroc** [en ligne]. In *Economie des fruits secs dans le bassin méditerranéen*. Seminar of the Sub-Network on Economics of the FAO-CIHEAM Inter-Regional Cooperative Research and Development Network on Nuts, Zaragoza (Spain), 19-20 December 1996. Zaragoza : CIHEAM-IAMZ. p. 71-75. [Consulté en mars 2005]. (Options Méditerranéennes : Série A ; n° 37). <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/a37/99600290.pdf>

BOIS DE CHAUFFAGE

Auclair, L. 1991. **Bois de feu et sociétés rurales : Haut Atlas et région présaharienne (Maroc)**. Thèse Ingénieur. Montpellier : Ecole Nationale de Recherche Agronomique. 111 p.

Benchaabane, A. 1997. **Impact de l'exploitation du prélèvement du bois de feu sur l'érosion du sol en haute montagne (cas du Haut Atlas de Marrakech, Maroc)**. *Sécheresse*, décembre 1977, v. 8, n° 4, p. 265-269

CANNABIS

Grovel, R. 1996. **La préservation des forêts du Rif centro-occidental : un enjeu de développement de la montagne rifaine**. In : La montagne marocaine : développement et protection. *Revue de Géographie Alpine*, 1996, v. 84, n° 4, p. 75-94.

Le kif du Rif, un secret mal gardé [en ligne]. *Courrier International*, 7 novembre 2002. L'hypocrisie du Maroc, mais surtout de la prohibition. [Consulté le 14 mars 2005]. <http://www.cannabistrot.net/zal/article137.html>

McNeill, J.R. 1992. Kif in the Rif : A historical and ecological perspective on marijuana, markets, and manure in the northern Morocco. *Mountain Research and Development*, November 1992, v. 12, n° 4, p. 389-392

Merzouki, A., Molero Mesa, J. 1999. **Le chanvre (Cannabis sativa L.) dans la pharmacopée traditionnelle du Rif (Nord du Maroc)**. *Ars Pharmaceutica* (España), 1999, t. 40, n° 4? p. 233-240

CEREALES

Dekkaki, M., Amssa, M., Qariani. 2000. L. **Identification des critères agro-physiologiques d'adaptation du blé dur aux basses températures et à la sécheresse** [en ligne]. In : *Durum wheat improvement in the Mediterranean region*:

New challenges = L'amélioration du blé dur dans la région méditerranéenne : nouveaux défis. Zaragoza : CIHEAM-IAMZ, 2000. p. 245-249. Seminar on Durum Wheat Improvement in the Mediterranean Region: New Challenges, Zaragoza (Spain), 12-14 April 2000. (Options Méditerranéennes : Série A ; 40). [Consulté en mars 2005]. <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/a40/00600037.pdf>

Srivastava J.P., Saxena, M.C., Varma, S. (eds;). et alii. 1988. **Winter cereals and food legumes in mountainous areas.** Alep : ICARDA. 317 p.

ELEVAGE

Alaoui, M.Y. 2001. **Mise en évidence d'une race de montagne de perdrix gabra (*Alectoris barbara*) dans le Haut-Atlas marocain.** *Game and Wildlife Science*, septembre-décembre 2001, v. 18, N° 3-4, p. 451-457. Numéro spécial : Partidges, quails and pheasants – Perdrix, cailles et faisans.

Al-Aïch, A., Bourbouze, A. (réals.), Arragon, P. (prod.). 1999. **Parole d'éleveurs en montagne.** Montpellier : CIHEAM-IAMM. Vidéocassette, VHS, 60', Document pédagogique d'accompagnement, 36 p

Bencherifa, A., Johnson, D.L. 1990. **Adaptation and intensification in the pastoral systems of Morocco.** In Galaty, J.G., Johnson, D.L. (eds.). *The world of pastoralism: Herding systems in comparative perspective.* London : Belhaven Press, 1990, p. 394-416

Bourbouze, A. 1997. **Des « agdal » et des mouflons. Protection des ressources et (ou) développement rural dans le parc naturel du Haut Oriental (Maroc).** *Courrier de l'Environnement de l'INRA*, avril 1997, n° 30, p. 63-72

Jennan, L. 1996. **L'évolution des structures socio spatiales du Moyen-Atlas central : le cas du pays Amelkla (Sefrou).** *Revue de Géographie Alpine*, 1996, v. 84, n° 4, p. 61-74

Mahdi, M. 1993. **L'organisation pastorale autour des parcours collectifs dans l'Atlas marocain.** *Parcours Demain*, Juillet 1993, v. 3, n° 2, p. 15-20

Ouhammou, A., Muller, S., M'Hirit, O. 1996. **Impact des activités pastorales sur la biodiversité floristique dans une thuriferaie limitrophe du Parc national de Toubkal,** Haut-Atlas de Marrakech, Maroc. *Acta Botanica Gallica*, 1996, v. 143, n° 4-5, p. 393-401

Touré, A., Benabdeljelil, K., Srairi, M.T. 2003. Typologie d'exploitations agricoles en zone montagneuse au Maroc à travers l'analyse des activités d'élevage. *New Medit*, Décembre 2003, v. 2, n° 4, p. 15-22

FIGUE

AID. A., 1979, **Influence de la taille sur la qualité et le rendement chez le figuier *Ficus carica* L. A la station expérimentale de Sidi-Aich.** Mémoire d'ingénieur .I.N.A. d'EL-Harrach, 57p

LAUMONIER, 1960, **Cultures fruitières méditerranéennes**. Paris, J.B. Balière et fils.

Le figuier: un patrimoine génétique diversifié à exploiter [en ligne]. *Transfert de Technologie en Agriculture : Bulletin Mensuel d'Information et de Liaison du PNTTA*. Juillet 2003, n° 106, p. 1-4. [Consulté en mars 2005]. <http://www.iav.ac.ma/pntta/106.pdf>

Le figuier. In : Fiches techniques : l'amandier, l'olivier, le figuier, le grenadier [en ligne]. *Transfert de Technologie en Agriculture : Bulletin Mensuel d'Information et de Liaison du PNTTA*. Juillet 2003, n° 105, p. 3-4. [Consulté en mars 2005]. <http://www.iav.ac.ma/pntta/105.pdf>

MAZRI, C. 2000, **Evaluation de culture du Fiquier en Kabylie. Contribution à la caractérisation de 3 variétés dans la commune de Fréha**. Mémoire d'ingénieur, institut d'agronomie, Université de M.MMMERI, Tizi-Ouzou.

REBOUR, H 1968, **Fruits méditerranéen autres que les agrumes**. Ed. La maison rustique.

VIDAUD, J. 1987, **Le figuier**. Ed. Tec & DOC.

FORET

Ezzahiri, M., Belghazi, B. 2000. **Synthèse de quelques résultats sur la régénération naturelle du cèdre de l'Atlas au Moyen Atlas (Maroc)**. *Sécheresse*, juin 2000, v. 11, n° 2, p. 79-84

Jaali, M. 1995. **La dynamique du couvert végétal dans une moyenne montagne du Maroc nord-oriental: forêt de Béni-Snassen**. Thèse de Géographie déposée à l'Université de Poitiers

FROMAGE DE CHEVRE

Belaiche, T., Leriche, F. 1992. **Mise au point d'une technologie fromagère à base de bactéries lactiques du Lben marocain**. *Industries Alimentaires et Agricoles*, Décembre 2002, v. 119, n° 12, p. 9-10

El Marrakchi, A., Hamama, A. 1996. **Aspects hygiéniques du fromage frais de chèvre : perspectives d'amélioration de la qualité**. In: Thomas, L., Dubeuf, J.P. *Les perspectives de développement de la filière lait de chèvre dans le bassin méditerranéen. Une réflexion collective appliquée au cas marocain*. Journées professionnelles des 5, 6 et 7 octobre 1995 à Chefchaouen (Maroc). (Etude FAO : Production et Santé Animales ; 131)

FRUITS

Badidi, B. 1999. **Le Moyen Atlas central à l'ère de l'arboriculture : l'épanouissement d'une production moderne dans un milieu rural traditionnel**. *Cahiers du CREAD*, avril 1999, n° 48, p. 37-51

J-C Montigaud,, Rabih Sabra, Hala Chahine, Ministère de l'Agriculture. Ambassade de France à Beyrouth. 2003. **Les filières fruits et légumes frais au Liban : structures, fonctionnement et perspectives**. Rapport.

Rapport de la fondation René Moawad. **Développement rural et agricole**.

T. VARD. 2003. **Fruits et legumes: production et échanges/** CE-DG AGRI C4.

GENEVRIER

El-Alaoui-El-Fels, M.A., Roques, A., Boumezzough, A. 1999. **Les arthropodes liés aux graines du genévrier thurifère, *Juniperus thurifera* L., dans les Atlas marocains**. *Ecologia Mediterranea*, 1999, v. 25, n° 1, p. 95-110

LAURIER

Abido, M. . 2000. **Forest Ecology**. Damascus University Publication, [in Arabic].

Abido, M.S. and Koubaily, I.1999. **Sere Plant Communities on Peridotite Soils of Inflamed Brutia Pine Forests**. The Supreme Council for Sciences, Ministry of Higher Education. 39th Science Week. 1-9 Nov., Damascus University.

Abido, M. et. al. 1991. **Study of Land Uses of Coastal area (Lattakia District) Using Remote Sensing Techniques**. General Organization for Remote Sensing in Syria. Damascus, 120P.

FAO, **Medicinal, Culinary and Aromatic Plants in the Near East**: Proceedings of the International Expert Meeting organized by the Forest Products Division, FAO Forestry Department and the FAO Regional Office for the Near East. 19 - 21 May 1997, Cairo, Egypt.

Ghar. **Natural olive oil soap with Laurel oil**.
<http://www.syriangate.com/images/soap/soap3/>
http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/x5402e/x5402e00.htm

Nahal, I. (1981). **The Mediterranean Climate from a Biological Viewpoint**. In: Dicastri, F., David.W. Goodal and Raymond L. Specht, (eds.), *Ecosystems of the World*, vol.11. Mediterranean-Type Scrublands. Elsevier, Amsterdam, pp.63-86.

Quezel, p. (1977). **Forests of the Mediterranean basin**. Pp. 9-32. In: MAB Technical Notes 2. UNESCO, Mediterranean Forests and Maquis: ecology, conservation and management. UNESCO, Paris.79p.

MIEL

Liban:

Ministère de l'agriculture. 1996. **Rapport sur la biodiversité**. Chapitre 10.

Documents non publiés des :

Dr. DARWICH Ragy: Coordonnateur, Biodiversité marine et forestière

Dr. HAMADEH Shadi: Secteur agricole

Miss. HAYEK Amal: Biodiversité marine et forestière

Dr. SERHAL Joseph: Secteur agricole et dépenses gouvernementales bi et multilatérales

M. Rashid Yazbeck, syndicat des apiculteurs au Liban

Elias Elias. Etude de faisabilité d'un rucher au Liban. Syndicat des apiculteurs.

Maroc:

ABOULFARAJ Saïd (2002) **Expertise apiculture** – Rapport de Mission de M. Saïd ABOULFARAJ du 1 au 14 avril 2002. Programme MEDA – Projet DRI GRN.

BOUTAMENT Najat (1998) **Contribution à l'analyse de la situation de l'apiculture par un diagnostic participatif dans les régions du Gharb, Tadla, Haouz et Moyen Atlas** – Mémoire de troisième cycle pour l'obtention du diplôme d'ingénieur d'état en agronomie – IAV Hassan II.

Euronet (1998) Préparation du sous-programme 1 « Action de Protection et Gestion Participative des Ecosystèmes Forestiers du Rif » - Rapport final – mai 1998.

Tech-dev (1997) **Développement des filières de valorisation des ressources naturelles** – rapport final et annexes – Projet « Protection et Gestion Participative des Ecosystèmes Forestiers du Rif » GEF-RIF. BDPA, Paris. Septembre 1997.

OLIVE et HUILE D'OLIVE

ABDELGUERFI, A & LAOUAR, M, 2001 **Les régions montagneuses et l'intérêt des productions spontanées en Algérie**, in III^{ème} journée scientifique de l'INRA sur l'agriculture de montagne.

Ahlonsou, R., Al-Balghitti, A., Diouf M.N. et alii. 1999. **L'olivier et les systèmes de production des zones de montagne. Cas de la province de Taounate**, Maroc. Montpellier : Centre International pour la Recherche Agricole orientée vers le Développement. 106 p. (Documents de Travail ; n. 82)

AittYacine, Z., Serhrouchni, M., Hilali, S. 2002. **Evolucion de la composicion acidica del aceite de oliva obtenido de aceitunas en distintas fases de madurez. Caso de la region del Tadla [Marruecos]**. *Olivae*, Dic 2002, n° 94, p. 51-53

Angles, S., **L'olivier, un arbre et une culture au cœur de la Méditerranée**, in **La Méditerranée**, éditions du Temps, pp113-128

AROUN S. & LOUNIS F., 1998, **Etude de la variabilité phénotypique de l'olivier (olea europaea L.), variété CHEMLAL au versant du nord du Djurdjura**,. Mémoire d'ingénieur, université de Tizi-Ouzou. 145 p

Azib A. L., Merad k., 2004. **Contribution à l'étude des huiles alimentaire en particulier l'huile d'olive dans la wilaya de Tizi-Ouzou**. Mémoire d'ingénieur, université de Tizi-Ouzou. 64 p

BELHIRECHE F., GHEROUS D., 2004, **Le plan national de développement agricole et son impact sur le filière oléicole au niveau de la commune de Timizart**, Mémoire d'ingénieur. Université de Tizi-Ouzou, 77 p

CNUCED. 2000. **Information de marché dans le secteur des produits de base**.

DECANDOLLE, A, 1883, **L'origine des plantes cultivées**. Ed. Diderot, nouvelle édition.

Direction Générale de l'Agriculture, **Le secteur de l'huile d'olive et des olives de table**. Document de travail, LIBAN.

El-Antari, A., El Moudni, A., Ajana, H. et alii. 2003. **Vers une appellation d'origine contrôlée caractérisations chimiques et organoleptiques des huiles d'olive issues d'une région de la zone Sud du Maroc**. *New Medit*, Décembre 2003, v. 2, n° 4, p. 32-40

El-Antari, A., El-Moudni, A., Ajana, H. 2003. **Comparacion de la calidad y la composicion acidica del aceite de oliva de algunas variedades mediterraneas cultivadas en Marruecos**. *Olivae*, Feb. 2003, n° 95, p. 26-31

Fidawi, R. 1994. **Quality assessment of Lebanese virgin oil**. Mémoire du Diplôme d'Ingénieur Agronome : Université Libanaise, Faculté d'Agronomie (Beirut, Lebanon). 91 p.

HAKEM DALIL, 2000. **Evaluation de quelque types de sous olivier dans la région de mechtras, étude pédologique et sociologique**, Mémoire d'ingénieur, université de Tizi-Ouzou. 91 p

Hmida, A.A. 2002. **Diagnostic du secteur de trituration des olives au Maroc**. *New Medit*, Mars 2002, v. 1, n° 1, p. 12-16

L'Atlas de l'agriculture, un sous-produit des différentes activités du projet " Assistance au Recensement Agricole ", des projets d'Assistance Technique de la FAO (TCP/LEB/8924 ; TCP/LEB/2801)

Ministère de l'agriculture, LIBAN **Atlas Agricole**. 2005.

Statistiques de l'oléiculture mondiale : <http://www.oleiculture.com/>

Unité Nationale d'animation du réseau Leader + Français. **Fiches- pays MEDA**. Forum national « Cap sur la coopération ». Lyon 15 et 16 janvier 2004.

PLANTES AROMATIQUES ET MEDICINALES

ASSAF, 1995, **Valorisation du Myrtus communis (Arraihane) dans la zone de Beni Idder**, Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'ingénieur des Eaux et Forêts (ENFI).

BENJILALI B., RICHARD H., LAVOINE ET COUTIERE D. (1993), **Etude des HE de deux especes d'origan du Maroc : Origanum Compactum Benth et O. elongatum Emb**.

Heywood, V.H., Skoula, M. (eds.). 1999. **Wild food and non-food plants: Information networking** [on-line]. Chania : CIHEAM-IAMC. 2. Regional Workshop of the MEDUSA Network, Port El Kantaoui (Tunisia), 1-3 May 1997. (Cahiers Options Méditerranéennes ; v. 38).

Projet MEDA, Oréade Brèche, 2004, **Etude de Faisabilité pour la valorisation des Ressources Forestières**

SUBNAROME, 1997, **Bilan de l'état actuel des conditions et d'exploitation des PAM et plantes à HE dans la région rifaine.**

http://www.ciheam.org/util/search/detail_numero.php?mot=751&langue=fr
ROSACEE

Tag, B. 1996. **Les potentialités de développement du Moyen-Atlas oriental et leur appréciation par les acteurs locaux.** *Revue de Géographie Alpine*, 1996, v. 84, n° 4, p. 51-60

VIGNE

ENITA Bordeaux. 2003. **La filière viticole au Liban : analyse et propositions pour une évolution.** Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (France)- Ministère de l'Agriculture (Liban)..

Messaoudi, Z. 2000. **Etude de la fertilisation azotée des vignobles dans les sols du Plateau de Meknès (Maroc).** Thesis (Doctor in de Toegepaste Biologische Wetenschappen, Landbouwkunde) : Universiteit Gent (Belgium)

PRODUITS de l'ARTISANAT

Arab Ressource Center for Popular Arts : P.O. Box 113 3/5719, Beyrouth. Tel. 961-1-819970.

Association des Industriels Libanais : rue Justinien, immeuble Chambre de Commerce et d'industrie de Beyrouth, Sanayeh, BP 11 5120, Beyrouth Tel. 961-1-350280/1 Fax 350282

CEDIMES : Ibrahim Maroun, Univ. libanaise, Zouk Michael, BP 82 BP70209, Antelias Tel. 9-415 230. Fax 1 -404 285.

Euro-info-Centre de Correspondance & Chambre de Commerce et d'industrie de Beyrouth: M. Albert Nasr ou M. Attie, 1 rue Justinien Sanayeh, B.P. 111 801, Beyrouth. Tel. 961-1-744160 à 63 ou 353390 ; Fax 349615/865802.

Maison de l'Artisan & ministère des Affaires sociales: BP 7211 Mina al hosn - Beyrouth. Tel. 961-1-428340/l/2.

Mehanna Tania, **Comme un Oiseau sur le manche**,. DECO Magazine n° 51.

Ministère de l'Industrie et du Pétrole (direction générale de l'Industrie) : M. Ayoub, DG - M. Khoury, Chef de service des études économiques et du développement industriel ave. Sami SOLH, Beyrouth. Tel 961-1-427996; Fax 427212

Sites web :

<http://www.ichn-agriculture.org>

http://www.ichn-agriculture.org:8080/ichn/carto/sz_zones_def/index.html

<http://www.migdev.org>

<http://www.cyberpassages.org:8080/passages>

<http://www.euromontana.org/AssisesRodez/DocumentCadreFR.pdf>

<http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/doc02/EDOC9504.htm>

http://www.fao.org/sard/sard-m/index_fr.html

http://www.rdfs.net/linked-docs/SARDmFsp_1XII03.pdf

<http://www.partenariatmontagne.org/>

<http://www.partenariatmontagne.org/news/stories/2004/mtproducts.html>

<http://www.euromontana.org/PDF/CRworkshopA1-A2.pdf>

<http://www.itp.asso.fr/qual/esssign.htm>

<http://www.cg38.fr/pages/index/id/4473>

http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/007/y5507f/y5507f16.htm

http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/w3586f/w3586f00.htm

<http://www.euromontana.org/frame.htm>

<http://www.euromontana.org/pdf/Prog-Turin-en.pdf>

<http://www.euromontana.org/PDF/publiQ2-web.pdf>

<http://www.euromontana.org/PDF/Axe3-web-fr.pdf>

<http://www.euromontana.org/PDF/CONCLU-web-fr.pdf>

<http://www.euromontana.org/PDF/Proposition-charte-Vamendee2-fr.pdf>

http://http://www.ciheam.org/util/search/detail_numero.php?mot=741&langue=fr

http://www.ciheam.org/util/search/detail_numero.php?mot=751&langue=fr

http://www.1001huiles.fr/huiles_olive.htm

<http://www.oliveharvest.com/ohhome.htm>

http://europa.eu.int/comm/agriculture/eval/reports/oliveoil/index_fr.htm

<http://www.beekeeping.com/countries/lebanon.htm>

<http://www.fundp.ac.be/~jvandyck/homage/books/FrAdam/voyages/2voy/34fr.shtm>

http://www.unido.org/file-storage/download/?file_id=23228

<http://www.db.idpproject.org/Sites/IdpProjectDb/idpSurvey.nsf/wViewCountries/51C553C9039781C0C1256EE600327BAC>

<http://laws.justice.gc.ca/fr/C-0.4/C.R.C.-ch.287/>

www.lari.gov.lb

<http://apisite.online.fr/races2.htm>

<http://www.agriculture.gov.lb/rgacdrom/t5n08lib.htm>

<http://www.agriculture.gov.lb/rgacdrom/Caza.htm>

<http://www.greencedars.com/wpf/Lebanese-beekeepers-syndicate/index1.htm>

http://www.adr.org.lb/FR/libansud_constat4.htm

http://www.lebanonpanorama.com/frame_src/french/jezzi

<http://www.southbazar.com/infos/pays/liban.htm>

<http://jezzineschool.schoolnet.edu.lb/identite.htm>

http://www.euromeda.com/infos/fiches_pays/i-part116-lb.htm

<http://www.alypad.com/alypad-english.htm>

Annexes

Annexe 1 : Personnes et institutions contactées :

Pour la partie Recensement:

ALGERIE

INA (Institut National Agronomique) El Harrach, Alger
Lynda Khiali
Rezki Ounnaci

LIBAN

National Council for Scientific Research, CNRS
Carla Khater

MAROC

Institut Agronomique et Vétérinaire HASSAN II
Ben Said Amrani Abdeslam

JORDANIE

National Center for Agricultural Research and Technology Transfer (NCARTT)
Paul Gasparini

TUNISIE

IRESA (Institution de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur Agricole)
ISP (Institut Sylvo-Pastoral) Tabarka
Lamjed Toumi

TURQUIE

Université de Cukurova, Faculté d'Agriculture
Sinasi Akdemir

SYRIE

GCSAR (General Commission for Scientific Agricultural Research)
Arab Forest and Range Institute
Mohammed Abido

Pour la partie *Etude de cas Maroc*

Personnes ayant contribué par leurs réponses orales ou écrites au travail :

- J.Audia, Min.Finances, France
- J.P. Boutonnet, INRA France.
- H.Deveautour, Cirad, France
- D.Sautier, Cirad, France
- L.Jamal, Migrations et Développement, Maroc
- N.Bentaleb, Migrations et Développement, Maroc
- Bellaoui Ahmed, Amis du Zaat, Maroc, créée en 1996

Personnes ou institutions ayant été contactées :

- A.El Aich, INA Hassan II, Maroc
- Y.Tekelioglu, Institut d'Economie d'Antalya
- J.Hassanya, INAT Tunis
- S.Zoubir, Algérie
- ENA Meknés
- INRAT ESA Agronomie
- Université américaine du Liban
- INRAA Dept. Economie, Algérie
- ICARDA, M.EL Mourid, Tunis
- Audrey Aubard, INAO.
- M.D.Vivien, Cirad, France
- L.Lagrange, ENITA, Clermont-Ferrand, France
- E.Nanchen, Valais Excellence, Suisse
- D.Thual, Origin, Belgique.

Annexe 2 Tableaux de synthèses recensement produits par pays

(voir le fichier Excell qui est dans le CD ROM envoyé avec le rapport).

Annexe 3 : Approches descriptives des zones de montagnes des sept pays recensés

Pour mieux situer les résultats du recensement, nous donnons une vue d'ensemble des zones de montagne pays par pays, en mettant en évidence spécificités, problématiques et actions de politique mises en œuvre.

La montagne constitue 26% du territoire du **Royaume du Maroc**. On peut identifier sept massifs: le Rif, le Moyen Atlas, le Haut Atlas, l'Anti-Atlas, le Zerhoun, les Jbilet et les Massifs de la Meseta Orientale. Malgré cette importance en termes de sol occupé, le développement inégal entre cet espace et le reste du territoire national se traduit par une dégradation accélérée de ses ressources naturelles suite à la pression démographique et aux conditions climatiques.

La montagne abrite près de 30% de l'ensemble de la population du pays et la densité démographique est de 40 habitants/km², alors que la moyenne nationale se situe autour de 37 hab/km². Ces valeurs sont conditionnées par la forte densité rencontrée dans le Rif (98 hab/km²), alors que l'Anti-Atlas enregistre seulement 18 hab/km².

Au total, 714 communes sont concernées par cet espace (46% du total), dont 651 communes rurales.

3,2 millions d'hectares, soit 35% de la surface agricole utile du pays sont situés en zone de montagne. La production est répartie essentiellement entre cultures céréalières (62%), arboriculture (14%) et jachère (15%).

La montagne marocaine est restée longtemps dépourvue d'un ensemble de services publics sociaux ce qui a contribué à sa marginalisation. En effet, l'insuffisance des communications routières pénalise une scolarité rurale déjà peu développée et empêche l'accès aux structures de santé. En plus, un nombre élevé de chef-lieux de communes rurales ne sont pas dotés d'équipements téléphoniques et le réseau postal en zone de montagne a une couverture de 76%.

Le gouvernement marocain accorde un intérêt particulier à la montagne et a mis en place une politique spécifique. Pour aborder le développement des zones de montagne et la gestion durable de ses ressources naturelles, le gouvernement a proposé la constitution d'institutions spécifiques, parmi lesquelles un Conseil National de la Montagne (CNM) et le Comité de Massif pour le Développement, l'Aménagement et la Protection de chaque massif.

Les régions montagneuses qui sont abordées pour le recensement sont celles du Nord du Maroc, en particulier la région de Tanger-Tétouan. Nous avons en effet pu bénéficier d'informations détaillées pour cette région. Cependant, d'autres régions du Haut Atlas et de l'Anti-Atlas font également l'objet de politiques et d'actions concertées. Comme nous le verrons dans la suite de cette étude, c'est donc sur la région proche de Marrakech, que nous nous appuierons pour fonder la création d'une expérience pilote, qui puisse facilement être démultipliée.

Les montagnes de la **Tunisie** couvrent presque 2 millions d'hectares. Zones de fortes potentialités, elles abritent des ressources vitales. Elles sont des sources

d'eau primaire, de terres agricoles, pastorales et forestières. Elles jouissent souvent de bonnes conditions climatiques et sont des centres de diversité biologique.

Quatre grands ensembles orographiques peuvent être distingués: le Tell, l'ensemble des reliefs situés au nord de la ligne Thala-Tunis; la Dorsale, une chaîne des hautes crêtes, culminant au jebel Châambi, point le plus élevé de la Tunisie (1.544 m); les Steppes l'ensemble des vastes plaines et des montagnes qui, au nord de Gafsa et au sud de la Dorsale, forment la Tunisie Centrale et le Sud où on distingue la région de Gafsa avec les chotts, le Sahara, le Dahar et la Jeffara. La région de Gafsa a des jebels qui sont des crêtes allongées dans le sens O-E, et dissymétriques, surgissant brutalement au dessus des plaines et des chotts. C'est au jebel Orbata que se trouve le point le plus élevé (1.165 m).



Les montagnes par leurs richesses en ressources naturelles et biologiques, renferment des espèces et des écosystèmes typiques présentant un intérêt économique et écologique certain. Parmi les 24 aires protégées dont la Tunisie dispose, 12 se situent sur des zones montagneuses.

Aux alentours et à l'intérieur des montagnes habite une population nombreuse et très dense. Elle est estimée à 1,5 millions d'habitants représentant 16% de la

population du pays, soit 200.000 ménages, représentant environ 30% de la population rurale.

La densité démographique dans les montagnes est de 80 à 100 habitants au Km².

La population est groupée en de nombreux petits *douars* éparpillés avec une densité plus importante dans les régions de Kroumirie-Mogods. L'analphabétisme est important, surtout chez les femmes.

Ces zones sont essentiellement à vocation forestière et pastorale. Les exploitations agricoles sont de

petites tailles. Cette population exerce principalement les activités suivantes: agriculture, parcours extensif, ramassage de bois de feu, emploi forestier. Dans les zones arides et semi-arides, les spéculations s'orientent d'abord vers les grandes cultures. Dans les zones humides, les jardins familiaux et l'arboriculture constituent aussi des activités rémunératrices. Dans les deux zones, l'élevage extensif ovin sur parcours naturel constitue une importante activité dans les revenus des familles. Les espaces agricoles et forestiers y sont exploités de manière complémentaire et s'articulent dans le cadre d'un système agraire.

La femme occupe une place particulière dans l'économie familiale. Elle exerce toutes les activités agricoles, l'élevage, l'artisanat, mais supporte aussi toutes les contraintes du milieu en allant souvent rechercher le bois et l'eau pour les besoins de la famille.

Par excellence, la montagne reste le lieu des produits biologiques tels que : miel, viande ovine, bovine et caprine, fruits, huiles, légumes, végétaux à usage médical et cosmétique, résine, fourrages, eau, bois, liège, romarin, myrte, capre, gibier, champignon.

L'**Algérie** est le deuxième grand pays d'Afrique avec une superficie de 2.381.741 Km², dont 85% sont occupés par le Sahara. Bien que vaste, le territoire algérien est le reflet d'un contraste fort et d'une diversité d'écosystèmes pluriels. Deux chaînes montagneuses importantes au niveau septentrional, l'Atlas Tellien au Nord (4% du territoire algérien) et l'Atlas Saharien au Sud séparent le pays en trois types de milieux qui se distinguent par leur relief et leur morphologie.

Du fait de l'allongement du territoire vers le sud, le climat de l'Algérie s'assèche naturellement et passe ainsi d'un climat méditerranéen humide du littoral, au climat désertique très aride au sud. Cette position physique et climatique permet d'avoir un certain nombre d'atouts, parmi lesquels la diversité des sites et des terroirs de production.

La montagne occupe plus de 70 % de l'Atlas Tellien, elle apparaît comme un écosystème en péril, très faiblement intégré à l'économie nationale et fortement soumis à une pression humaine (près de 30% de la population algérienne). Les zones de montagne couvrent pratiquement toutes les Wilayate⁶ du Nord, qui englobent les principaux ensembles montagneux.

La chaîne de l'Atlas Tellien aux pentes escarpées et à l'allure compartimentée qui culmine à plus de 2.300 mt. dans le massif du Djurdjura se subdivise en 3 sous-ensembles :

- L'Atlas Tellien occidental avec les monts du Dahra en position littorale, les monts de Tlemcen, les monts de Daïa, les monts de Saïda, les monts du Tessala, et de Béni Chougrane en position continentale.
- L'Atlas Tellien central aux reliefs plus élevés: Monts du Chenoua en position littorale, les monts du Zaccar, l'Atlas Blidéen (point culminant 1.629m), l'Atlas de Médéa et de Bouira ainsi que les monts du Djurdjura. Le point culminant est le mont Lala Khadija sur le massif du Djurdjura (2.308 mt.). La chaîne tellienne interne comprend le massif de l'Ouarsenis, les Monts du Titteri et les Bibans.
- L'Atlas Tellien oriental est constitué essentiellement de massifs anciens et prolonge le socle kabyle par les monts de Collo, de Skikda et le Djebel Edough. Dans sa partie externe, le massif montagneux du Djurdjura se prolonge par une puissante chaîne montagneuse, les Djebels Babors et Tababort qui culminent à 2000m.

D'un point de vue socioéconomique, les montagnes algériennes constituent un vaste espace dans lequel s'est développée, depuis des millénaires, une économie familiale, faite d'agriculteurs attachés à la terre et d'autres catégories socioprofessionnelles. Par région la répartition est donnée comme suit :

La région Ouest, les monts des Traras, de Tlemcen, de Tessala, des Béni-Chougrane et le massif du Dahra, qui abritent près de 1 500 000 habitants (dont plus de 52% en zones rurales), soit 20% de la population totale des zones de montagne.

La région Centre, les monts de l'Ouarsenis, du Zaccar, les montagnes du Titteri, l'Atlas blidéen, les Bibans et le Massif du Djurdjura, qui abritent 3.155.000 habitants (dont plus de 60% en zones rurales), soit 40% de la population totale des zones de montagne ;

⁶ Wilayate est l'équivalent du département en France.

La région Est, les monts de Sétif, de Constantine, le massif des Babor-Eddough et la Medjerda, qui abritent 3.300.000 habitants (dont plus de 55% en zones rurales), soit 40% de la population totale des zones de montagne.

Habitées par les sociétés paysannes, ces montagnes humides et sub-humides de l'Algérie du Nord englobent l'essentiel des communes du nord⁷ et regroupent une population de près de 8 millions d'habitants, soit près de 28% de la population totale de l'ensemble national. Ces zones de montagne sont occupées sur les hauteurs par des forêts de cèdre, de chêne-liège, de chêne-vert, de thuyas et de maquis divers. Les zones de culture sont importantes quoique disloquées; elles ont surtout tendance à se réduire sous la pression du nombre et de la complexité des structures foncières. Le travail de la terre a constitué et constitue toujours la principale source de revenus. En zones de piémonts, les *agriculteurs montagnards* trouvent également des terres de culture ou des pâturages d'appoint. Ces zones abritent également, dans les vallées, sur les plateaux et les versants, une population souvent dense, groupée en habitat compact mais aussi en habitat assez dispersé; une population qui a d'ailleurs doublé en deux décennies (cas de la Kabylie, de l'Ouarsenis, des hauts piémonts de Jijel, de Collo, de Mascara et du Dahra-Zaccar). Environ 30 à 35% des habitants du pays vivent en zone montagneuse tellienne, souvent de façon définitive (malgré l'émigration et l'exode agricole des jeunes), dont plus de 20% dans les zones de montagne proprement dite, les densités humaines varient entre 50 et 1.000 habitants au Km², elles dépassent dans beaucoup de cas les 200 à 500 habitants au Km² (Kabylie, Ouarsenis), ce qui suppose une forte occupation des terres et une assez forte pression sur les ressources naturelles, ainsi qu'une réduction visible des possibilités de création des richesses.

Située en plein cœur de la chaîne des Alpes et de l'Himalaya, la **Turquie** constitue un pont naturel entre les continents d'Asie, d'Afrique et d'Europe. Les montagnes occupent environ les deux tiers du territoire, et ces formations se distinguent par deux systèmes parallèles qui s'étendent le long de la Mer Noire au nord jusqu'aux côtes méditerranéennes au sud, ainsi que par un certain nombre de chaînes volcaniques et tectoniques à l'ouest, au centre, à l'est et au sud-est de l'Anatolie. La topographie irrégulière des systèmes montagneux de la Turquie a créé une grande variété de conditions climatiques et écologiques et d'essences. La plupart des montagnes de la Turquie sont couvertes de forêts et de prairies alpines, une petite partie seulement étant réservée à l'agriculture.

Le Mont Ararat est le plus élevé (5.137m.) et présente une potentialité énorme pour ce qui concerne l'écotourisme. Le secteur entourant le Mont Ararat a maintenu sa beauté et la population locale s'engage toujours dans le style de vie traditionnel. Pendant les mois d'été, les villages entiers se déplacent sur les hauts plateaux, pour trouver le pâturage frais pour leurs troupeaux de moutons, de chèvres et de chevaux. Bien que les migrations diffèrent dans une certaine mesure de région à région, elles commencent en avril ou mai et durent 15-20 jours. Après trois ou quatre mois sur le plateau, les gens reviennent aux secteurs inférieurs où ils s'établissent en août ou septembre. Ces prés alpestres, appelés les *yayla*, représentent une liaison forte avec la

⁷ Gelma, Skikda, Jijel, Béjaia, Tizi-ouzou, Aïn Defla, Tissemsilt, Relizane, avec plus de 66% de leurs territoire en zone de montagne. Tarf, Mila, Bordj-Bout-Arréridj, Bouira, Médéa, Blida, Tipaza, Chelef, Mascara, Tlemcen, avec plus de 50% de leurs territoire en zone de Montagne.

culture traditionnelle. Pendant ce déplacement, les populations continuent à suivre leurs activités économiques saisonnières.

Le *Mont Amonos*, dans le Sud du pays (in Antakya) est très reconnu pour l'excellente biodiversité, ainsi une importante partie de la population vit sur cette montagne et est engagée dans la production de produits naturels.

Le *Mont Toros*, (Toroslar) présente la même richesse de biodiversité d'Amonos. Ici, vivent les nomades, appelés "yoruk". Ils ont le savoir faire et la connaissance qui leur permet d'utiliser les plantes en tant que médicaments ou peinture.

Les montagnes *Cilo-Sat*, dans la province du sud-est de Hakkari, sont la prolongation orientale de la chaîne de Toros, qui s'étend de l'Ouest à l'Est le long des frontières méridionales de la Turquie. Cette chaîne forme en fait la section plus occidentale de la ceinture de l'Himalaya. Ces montagnes sont la partie la plus affectée par des glaciers de la Turquie. Des dix glaciers uniquement formés, le plus grand, Izbirak, mesure cinq kilomètres dans la longueur et 500-600 mètres de largeur. Entre des crêtes et des sommets, les vallées vertes et fertiles pointillées avec des villages ruraux, ont un climat tempéré qui les transforme en lieux idéaux pour l'arboriculture et la vigne.

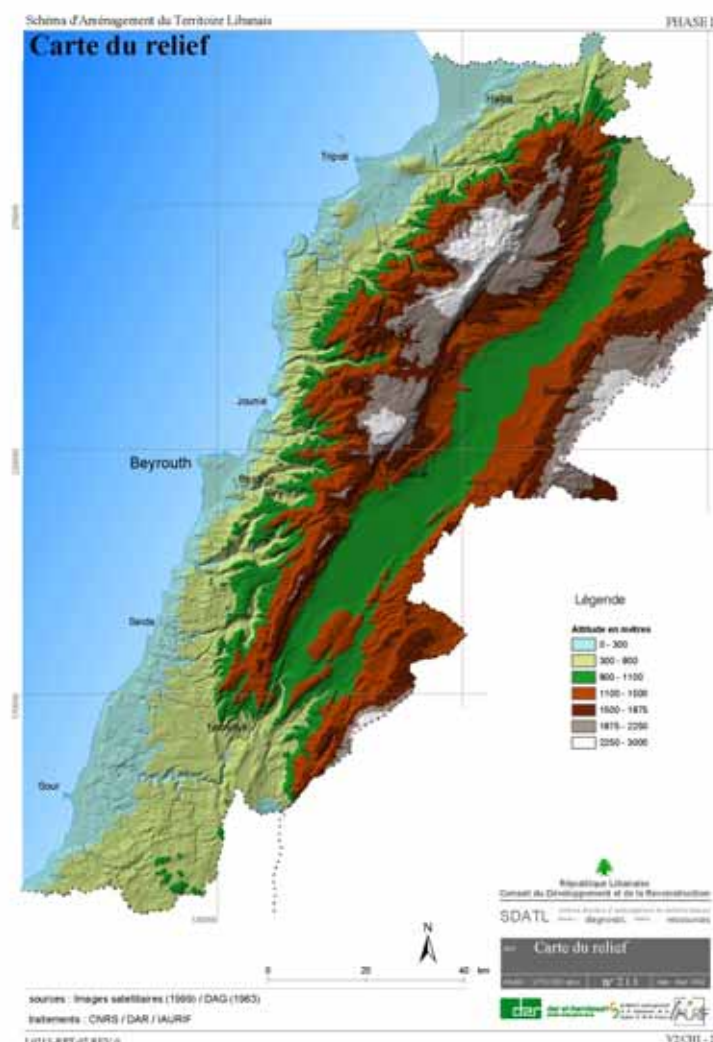
Dans la région égéenne, il y a d'autres montagnes importantes mais de plus petite taille, comme la montagne d'Ida (Kazdaglari), et de Tmole (Bozdog). Les villageois de ces montagnes continuent toujours la production traditionnelle des nourritures, boissons, médecines, produits de beauté, etc.

La Turquie s'est efforcée de protéger ses zones montagneuses et a créé de nombreux parcs nationaux et naturels. Outre sept réserves biogénétiques, des dons ont été accordés en faveur du développement socio-économique des villages de forêt, et un plan d'aménagement existe désormais pour le secteur

forestier. Toutefois, à d'autres égards, se posent encore de nombreux problèmes tels que : les conditions socio-économiques des montagnards, l'érosion, le surpâturage, l'abattage illicite des arbres et les incendies de forêt.

Le **Liban**, situé sur la rive Est de la Méditerranée présente une superficie de 10452 Km² et une population de près de 4 millions d'habitants et la diaspora libanaise compte près de 13 à 20 millions de libanais vivant à l'étranger. Le PIB/ habitant est estimé à 4150 \$.

Le relief accentué et la topographie accidentée ont généré l'apparition de microcosmes bien



particuliers caractérisés par le développement d'activités socio-économiques spécifiques. L'attrait de la montagne libanaise relève tout autant de sa diversité que de son particularisme dialectal, culturel, religieux et parfois même historique.

D'après la caractérisation élaborée par le Centre mondial de surveillance de la conservation du PNUE et proposée par la FAO (2003), la carte du Liban ci-jointe signale que plus de 80% de la superficie est en zone de montagne. A l'exception de la plaine côtière, l'ensemble du pays présente une topographie en pente qui va de 300 à plus de 2000 m d'altitude.

La production artisanale de produits non alimentaires (handy craft) est principalement destinée à la vente-souvenir, la promotion des produits alimentaires traditionnels. Le savoir-faire rural sert à assurer la consommation familiale des foyers à revenus réduits dans un souci de limiter les dépenses et d'assurer l'auto suffisance par foyer (verger familial, culture et transformation agro alimentaire dans la cuisine familiale).

Depuis quelques années, et bien que ce concept ne soit pas encore très bien ancré dans les mentalités surtout en milieu urbain, on assiste de plus en plus à des initiatives locales de commercialisation (également artisanale) de produits de consommation alimentaire. Toutefois, ces produits restent considérés comme des produits de luxe aisément concurrencés en terme de prix et de disponibilité sur le marché par l'industrie agro alimentaire surtout dans les villes.

La tendance locale va pourtant dans le sens d'un éveil de plus en plus important quant à la valeur ajoutée liée à cette production artisanale tant au niveau des produits alimentaires transformés que des produits alimentaires bruts.

La **Jordanie** est un petit pays d'environ 90.000 Km². Ses montagnes séparent la vallée du Jourdain et ses marges des plaines du désert oriental.

La région, qui s'étend d'Umm Qais dans le nord à l'an-Naqab de Ras dans le sud, est sillonnée de vallées et de lits de fleuves connus sous le nom de *wadis*. Le mot arabe *wadi* signifie une vallée avec des cours d'eau qui peuvent ou non couler avec de l'eau après des précipitations substantielles. L'altitude des montagnes change considérablement, de 600 mètres à environ 1.500 mètres, avec de fortes variations en température et en précipitations. La partie Nord du Haut Plateau, connue sous le nom de Montagnes Nordiques, se prolonge du Sud d'Umm Qais jusqu'au Nord d'Amman, et a un climat et une végétation méditerranéens. Cette région a été connue historiquement comme *Terre de Gilead*, et est caractérisée par des altitudes plus élevées et des températures plus fraîches.

Le pays présente une vaste biodiversité, qui peut s'expliquer de par sa position géographique, climatique et géologique : près des trois continents Asie, Afrique et Europe confluent sur ce petit espace national.

La **Syrie** est constituée par un vaste plateau recouvert de sédiments récents. A l'Ouest, la plaine côtière est séparée du reste du pays par le djebel al-Ansariyya, haute chaîne montagneuse qui fait suite à l'Anti-Liban. Le versant oriental de l'Ansariyya borde l'étroit fossé du Ghab où coule l'Oronte, entre les monts Lattaquié et le mont al-Zawiyah. Une autre montagne traverse le pays, orientée du Sud Ouest vers le Nord Est, à partir du massif de l'Hermon (Djebel al-Cheikh, 2 814 mètres). La chaîne volcanique du djebel Druze (1 736 mètres) s'élève au Sud-Est de Damas. Au-delà, un vaste plateau de steppes s'incline vers l'Est et fait place progressivement à un désert pierreux: le désert de

Djézireh au Nord et le désert de Chamiya au Sud. Cette zone est traversée par l'Euphrate qui vient d'Anatolie et par son affluent le Khabour qui arrose et fertilise la plaine de Djézireh. Le système hydrographique comprend aussi le Berada qui arrose Damas. La Berada et le Jourdain prennent naissance sur les pentes de l'Hermon.

Annexe 4 Maroc : Migrations et développement, activités et organisation interne

Activités principales de l'organisation

Migrations & Développement, association loi 1901 à but non lucratif, a été créée en 1986 à la suite de restructurations industrielles en Europe ayant entraîné la nécessité d'une reconversion pour les employés. Cette mutation du tissu économique a frappé en premier lieu les immigrés et les salariés de bas niveau de qualification. Face à cette crise, certains d'entre eux ont manifesté le désir de retourner dans leur pays d'origine. C'est dans ce contexte que l'association Migrations & Développement a lancé ses premières actions, en accompagnant dans leur projet de retour une cinquantaine d'immigrés. Au cours de ces actions *Migrations & Développement* a réalisé que les échanges, le développement et l'immigration sont étroitement liés. En 1989, après deux années de réflexion et d'études, *Migrations & Développement* a, en collaboration avec les immigrés, des français d'EDF et des villageois marocains, lancé l'électrification de huit villages du Sud marocain. Dans chacun des villages concernés, la mise en place d'une association villageoise et l'introduction de principes de gestion à l'échelle du village ont rendu possible le lancement d'autres projets de développement à caractère plus social (santé, éducation...) ou à rentabilité moins immédiate (aménagement de sources, environnement...). Les associations villageoises deviennent ainsi les véritables outils d'un développement global.

Suite à l'étude d'Evaluation, capitalisation des initiatives locales (ECIL) menée durant toute l'année 2000 dans la Province de Taroudannt, Migrations & Développement a progressivement dépassé ses objectifs initiaux et a développé des activités visant à amorcer le développement économique avec la mise en place d'activités génératrices de revenus pour les femmes rurales, et à renforcer la formation de la société civile et le partenariat entre les acteurs du développement.

À l'heure actuelle, les activités menées par Migrations & Développement se scindent en quatre grands domaines d'action : Infrastructures, Coordination/sensibilisation, Formation et Activités économiques. Bien que répartie par domaine, toutes ces activités restent étroitement liées les unes aux autres et en interaction constante. Les principaux projets en cours portent sur la formation de la société civile (élus locaux, cadres associatifs, femmes leaders et animateurs en développement), les activités génératrices de revenus (agriculture, artisanat, tourisme solidaire...), la lutte contre le travail des enfants et les infrastructures de base (électrification, hydraulique, blocs sanitaire...).

En France, l'action de l'association auprès des immigrés permet de renforcer leurs capacités pour la réalisation de projets communs et ainsi de favoriser leur intégration dans la société d'accueil. Des chantiers sont aussi organisés dans des villages du sud marocain, regroupant des jeunes, immigrés et français, avec un accueil dans les familles.

Organisation interne (management, gestion financière, organigramme)

La gestion des projets et des programmes en cours au Maroc et en France se fait sous l'autorité d'une équipe de direction, elle-même supervisée et contrôlée par les membres politiques de Migrations & Développement, à savoir le conseil d'administration. L'équipe marocaine est coordonnée par le délégué Maroc en lien direct et sous la responsabilité de l'équipe de direction. Le conseil d'administration est élu pour deux ans par l'assemblée générale. Les membres en sont rééligibles. Le nombre des membres du conseil d'administration est fixé à 15 maximums. Le conseil d'administration se réunit au moins une fois par trimestre sur convocation du président qui détermine l'ordre du jour en collaboration avec les membres du bureau.

Liste des membres du conseil d'administration de votre organisation

Nom	Profession	Nationalité	Sexe	Fonction	Nombre d'années au sein du conseil
Hugues LE BARS	Ingénieur	Française	M	Président	17
Jacques OULD AOUDIA	Économiste	Française	M	Vice-président	2
Bernard ROSENBERGER	Professeur retraité	Française	M	Secrétaire	5
Jean BAETZ	Ingénieur retraité	Française	M	Trésorier	3
Hervé BOULHOL	Économiste	Française	M	Trésorier adjoint	1
Rachid AIT TGADIRT	Informaticien	Française	M	Responsable régional	3
Nassredine HASSANI	Enseignant	Marocaine	M	Responsable régional	1
Abdellah OUAHMANE	Entrepreneur	Marocaine	M	Responsable régional	8
Brahim GOUMGHAR	Entrepreneur	Marocaine	M	Membre du CA	8
Lahcène IDHIME	Grutier	Marocaine	M	Membre du CA	10
Abdelazziz CHEIKI	Agent d'entretien	Marocaine	M	Membre du CA	1
Zaïna ARCHICHE	Enseignante	Marocaine	F	Membre du CA	1
Khadija OUHMANE	Animatrice sociale	Marocaine	F	Membre du CA	1
Lhassan BADRI	Etudiant en économie sociale	Marocain	M	Membre du CA	1

• Procédures décisionnelles applicables à l'action

Depuis Août 2001, un manuel de fonction et un manuel de procédure ont été mis en place. L'objet du « Manuel de Fonctions » est de donner une description aussi précise que possible des principales fonctions de Migrations et Développement, des attributs de leurs titulaires (titre, rattachement, résidence et responsabilité) ainsi que de l'affectation nominative de l'effectif aux postes correspondants. Un tel manuel permet de préciser aux différents acteurs de M&D leur cadre de travail et d'engager leur responsabilité sur un contenu aussi clair et objectif que possible. L'objet du « Manuel de procédure » est de réunir dans un document unique et cohérent l'ensemble des procédures de fonctionnement de M&D. Le manuel de procédures évoluera au cours du temps en fonction des besoins.

L'action est gérée par le responsable projet Maroc et le consultant technique principal avec l'appui du chargé de projet France et de l'assistant projet Maroc. Des rapports mensuels d'avancement sont envoyés chaque fin de mois à l'équipe de Direction qui fixe alors les objectifs prioritaires à venir. La mise en place de chaque action doit suivre la planification détaillée établie et validée avant chaque début de tranche par la direction et le délégué Maroc. Toute modification du planning doit faire l'objet d'un accord écrit de la direction. Tout engagement de dépense fait l'objet d'une demande au responsable gestion en charge du suivi financier de l'action. La synthèse financière de l'action est régulièrement envoyée au responsable du projet, elle conditionne les dépenses prioritaires à engager. Un audit interne semestriel est mené par le responsable gestion. Il va sur le terrain et vérifie la véracité des éléments fournis par les responsables du projet. Il contrôle la cohérence entre les avancements physique et financier de l'action. Chaque année, le commissaire aux comptes audite le projet. Il vérifie la matérialité (existence et conformité) de l'action et certifie que les comptes de l'action sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière du projet. Enfin, une évaluation externe clôture le projet. Le cabinet responsable de cette évaluation est choisi par appel d'offre.

- Description des mécanismes de collecte de fonds

Les collectes de fonds réalisées par Migrations & Développement s'organisent de deux façons : Premièrement, auprès des immigrés en Europe organisés en associations ou en groupes informels sur le projet précis les concernant. La collecte se fait par eux et entre eux par des bénévoles. Elle est versée ensuite par tranche à M&D jusqu'à concurrence de 15 à 20 % du coût du projet. Deuxièmement, auprès des associations villageoises (AV). La collecte se fait par le biais des associations villageoises, en monnaie locale, qui apporte le complément du financement nécessaire à la réalisation de leur projet. Les participations sont versées par les AV et les migrants au regard de l'avancement physique du projet et selon l'échéancier établi dans les conventions signées avec les associations villageoises.

Annexe 5 : Présentation d'un système agropastoral du Haut Atlas : Ait Ikkis, Ikkis-Waezarzt situé dans la région d'analys

1. CADRE HUMAIN

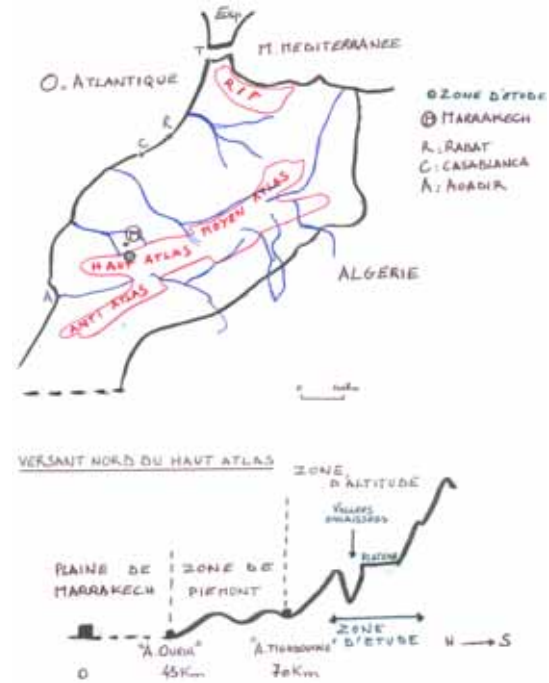
La zone se situe sur le versant nord du haut Atlas marocain à 80 km de Marrakech et compte environ 150 foyers.

Elle appartient à la commune de l'Aarbaa tighdouine et correspond au **territoire de la sous fraction des Aït Ikiss** intégrant la fraction des Haut Zat de la tribu des Messfioua.

Cette sous fraction que l'on peut apparenter à un supra lignage se présente comme un **groupe montagnard d'agropasteurs berbères sédentarisés**, relativement isolé.

Elle occupe un territoire de **3200 ha**, très accidenté qui s'étage depuis la profonde vallée primaire du Zat (axe sud nord, 1300 m) jusqu'aux hauteurs de la chaîne du Meltsène, culminant à 3 597 m (axe ouest est). **Voir schéma ci-contre.**

Une piste 4x4 suit le tracé du Zat depuis l'Aarbaa Tighdouine jusqu'à notre zone d'étude (12-14 km). Une seconde piste permet d'accéder aux zones d'altitude mais n'est praticable que durant les mois d'été.



2. CADRE PHYSIQUE

2.1 Dualité topographique :

Cette zone se limite à l'ouest par un prolongement de crête perpendiculaire à la haute chaîne du Meltsène, au nord par l'affluent Yagour se faufilant au pied du haut plateau pastoral du Yagour (2600m), au sud par les crêtes rectilignes ouest-est du massif du Meltsène et à l'est par le torrent principal Zat et ses versants abrupts de la rive droite.

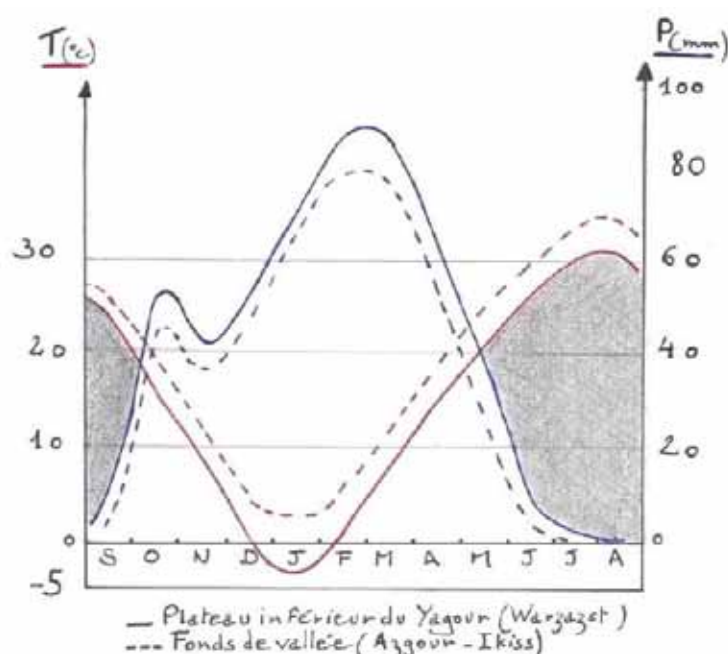
On distingue :

- Une **zone axiale granitique** se caractérisant par un paysage austère de haute montagne : de la lourde pyramide du Meltsène, des crêtes rectilignes isolent la vallée d'Ikiss (axe O-E, affluent du Zat) enserrée entre des versants abrupts.
- Bordant vers le nord cette zone de massif, la **zone permotriasique étage sa série de micro plateaux argileux** (axe longitudinal S-N, 2000 m). Ces micro plateaux gréseux et argileux, situés au pied de la haute chaîne atlasique, sont entaillés par une longue fracture longitudinale (vallée étroite et allongée de l'affluent Yagour, axe SO-NE), les séparant du haut plateau du Yagour (2600 m).

La dualité de la structure de ce territoire apporte des différences sensibles dans le paysage : hautes crêtes, plateaux d'altitude, falaises, cours d'eau et gorges encaissées. Une multiplicité de roches, de couleurs et de formes très variées donnent à ce paysage **une morphologie attrayante et unique**. Cependant **la nature accidentée du relief reste un handicap à sa mise en valeur** (érosion, ruissellement, sols peu profonds et peu évolués).

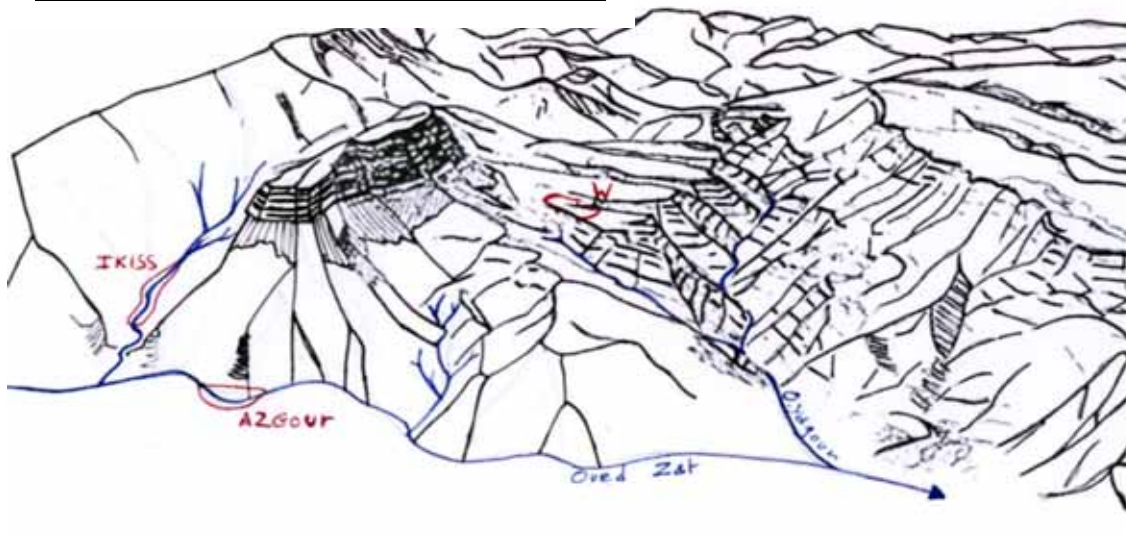
2.2 Dualité du climat :

Altitude, massivité et basse latitude offrent à cet ensemble un climat rude et irrégulier, marqué par le **froid hivernal et la sécheresse estivale**. À cela s'ajoute une **forte variabilité intra et interannuelle des précipitations**.



Les précipitations relativement abondantes par rapport à la plaine tombent durant la période de repos végétatif (basses températures) et la sécheresse estivale peut durer de 100 à 120 jours. Le problème de l'eau domine donc les conditions de la vie agricole. L'irrigation estivale est nécessaire et les ressources en eau sont soigneusement contrôlées

2.3 Etagement de la végétation et zonage



Dans les vallées entre 1300 et 1700 m on peut estimer les précipitations à environ 600 mm. Le climat est plus doux que sur les plateaux d'altitude, mais le régime thermique connaît des amplitudes assez fortes. L'hiver connaît des gelées et l'été, des températures dépassant largement les 33 °c et rendant ces vallées étouffantes. L'enneigement de ces vallées en V est assez régulier (6 à 10 jours en année moyenne, le mince tapis neigeux fondant rapidement).

➤ **Vallée principale du Zat (Territoire Azgour)**

Cette vallée étroite emprunte une longue cassure du socle (perpendiculaire à l'axe de la chaîne) qui s'enfonce au coeur du massif montagneux (derrière la chaîne du Meltsène) et traverse d'amont en aval le massif granitique puis permo triasique.



L'eau du Zat est abondante bien que son **débit** (prenant source au cœur du massif montagneux) alimenté par la fonte des neiges dès mars, **diminue sensiblement tout au long de l'été** (de juin à septembre).

Les eaux infiltrées jaillissent en quelques sources sur les versants granitiques au pied d'affleurements rocheux des pentes abruptes. Ces **sources** sont pour la plupart **permanentes**.

Fond de vallée du coude fluvial et bas versants: 1300-1350m

Le fond plat de l'oued, garni de gros galets déposés par les crues d'automne et de printemps ne fait pas plus de 15 m de largeur. Des dépôts d'**alluvions** se sont préférentiellement déposés dans les zones de coudes de cette vallée.

On y trouve une végétation de bordure constituée de **peupliers blancs et de lauriers roses**. Au niveau des zones les moins soumises aux crues s'étendent les **près de fauche**.

Au dessus de cette zone, sur le bas versant s'observent des sols sur **colluvions**, aménagés en **terrasses** et peuplés de nombreux **noyers, frênes et caroubiers**.

Les habitations surplombent ces terrasses.

Versants boisés

Dès 1350 m et ce jusqu'aux crêtes limitant la vallée dans sa partie supérieure (1700 m) se présentent de fortes pentes peuplées de **taillis de chêne vert (matorral)**, clairsemés, en formation pure ou en mélange dans la partie basse avec des **genévriers rouges et oxycèdres**.

Ces pentes coïncident également avec le développement du **doum** (ou palmier nain) et de landes de **cistes** largement développées jusqu'à 1600 m sur les versants les plus exposés au sud. De puissantes ravines lacèrent ces pentes mal protégées par une couverture végétale peu dense jusqu'au bas versant mettant en valeur l'ampleur des phénomènes d'**érosion** et de **ruissellement** lors des orages d'automne et de printemps.

➤ **Vallée secondaire du massif granitique : vallée d'Ikiss (1500-2200m)**

Cette vallée courte, située sur la rive gauche du Zat, fortement encaissée, est enserrée entre deux crêtes rectilignes se détachant du massif du Meltsène.

Elle est parcourue par un affluent du Zat, l'affluent Ikiss, recueillant les eaux des versants granitiques et dont le **débit est nul durant l'été**.



Sur les versants, en tête de vallée, jaillissent **trois sources permanentes**.

Les dépôts alluvionnaires sont peu étendus dans ce fond de vallée étroit; sur ce **terrain granitique** les sols sont clairs et peu épais.

Rive droite un long versant escarpé aux nombreux affleurements rocheux, non peuplé, forme une crête étroite et rectiligne séparant au sud cette vallée du reste du massif granitique.

Rive gauche, au dessus des alluvions, sont aménagées des terrasses sur colluvions où se développent de nombreux noyers, caroubiers et frênes.

Les habitations surplombent ces terrasses.

Au-dessus, le versant à pente plus douce que le versant de la rive droite, est peuplé par un taillis de chêne vert et se caractérise par quelques replats. Ce versant forme une crête séparant cette vallée secondaire de la zone des plateaux situés à 2000 m ; seul un col facilite l'accès à la zone permo triasique.

Plateaux et versants d'altitude

Cette zone, majoritairement sur substrat permo-triasique, s'étage de 2000 à 2700 m et comprend la série de micro-plateaux mais également les versants liant ces plateaux au haut massif granitique du Meltsène.

Les hauts massifs reçoivent plus de 1000 mm d'eau principalement sous forme neigeuse, l'enneigement des hauts massifs persistant jusqu'à début mai. À la hauteur des plateaux et bas de versant, les chutes de neige commencent dès fin novembre, mais les plus abondantes sont à enregistrer au mois de février et mars.

De 2100 à 2700 m une **steppe à xérophytes épineux** en coussinets monte sur ces versants en s'appauvrissant jusqu'à la crête menant au haut sommet granitique.

En bas de versant, dès 2100 m, des colluvions aux sols légers, argileux, légèrement sableux définissent des **pent**es moyennes à faibles sur lesquelles se développent des **pelouses sèches à intermédiaires** (différence de bilan hydrique local lié à la pente).

Une zone de légère dépression, au colluvium plus épais, lie ces versants aux micro-plateaux gréseux. On y trouve des **pelouses humides** occupant la quasi-totalité de cette étroite dépression qui offre des sols argileux, profonds et peu drainants.

Enfin les **micro-plateaux**, situés à 2000 m, aux sols peu profonds et aux massives dalles de grés portent toute une série d'**épineux en petits buissons**, astragales, aubépines, asphodèles. Des **entailles étroites**, séparant ces plateaux, **drainent** les eaux des versants supérieurs jusqu'à l'affluent Yagour. On y trouve de larges pelouses humides dès le début du printemps.

On distingue deux territoires dans cette zone d'altitude:

- Une zone de terres cultivées située en aval : Sur les pentes douces à colluvions (sols profonds) du dernier micro-plateau (le plus bas, à l'est) sont aménagés des terrasses. Ces terrasses appartiennent au **territoire de Warzazst**. Les habitations se situent à proximité de ces terrasses.

- Une zone de parcours d'altitude ou Agdal, située en amont : Une ravine marque la limite entre ce terroir de Warzazst et les pâturages d'été (Agdal), mis en défens du 15 mars au 15 juillet et où se concentrent les bergeries d'été (sur les dalles des derniers micro-plateaux gréseux).

Annexe 6 : L'arboriculture

CAROUBIER

	Terroir irrigué Azgour	Terroir irrigué Ikiss
% population possédant caroubier	15 % population d'Ikiss (cas C)	5 % Population d'ikiss / Warzazst (cas F)
Nombre d'arbres récoltés total/an/terroir	54 arbres : 8 tonnes de gousses	23 arbres : 3,5 tonnes de gousses

-Limite érosion des sols et ruissellements
-Limite évapotranspiration estivale
-Transfert de fertilité vertical

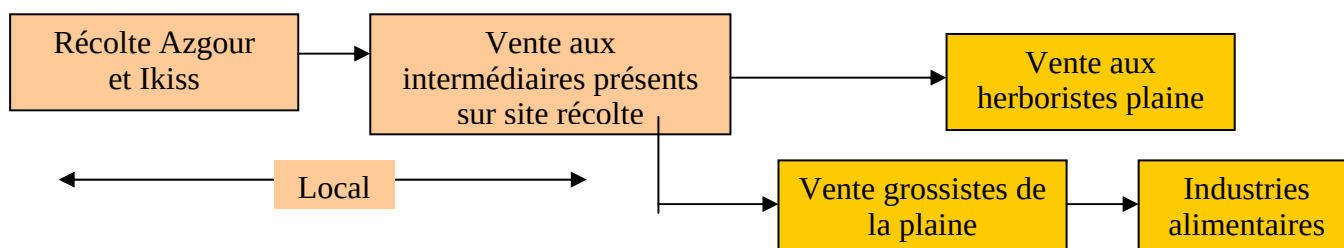
-Cueillette par gaulage (seule action anthropique)



Diversification production et Forte valeur Ajoutée :
750 DH/pieds
150 kg gousses /pieds à 5 DH/kg
Trésorerie rapide-ment mobilisable

Substances tanniques :
prévention et traitements diarrhées, ulcères, action antibactérienne.

• Commercialisation :



- Le tableau suivant présente l'ensemble des **critères justifiant les efforts à mener dans le cadre de l'appui au développement de cette arboriculture** :

Critères	Description
Marché de la demande et opportunités d'évolution	Forte demande de ce fruit par industriels alimentaires et herboristes (vertu médicale) de la plaine. Le caroubier est un substitut du cacao en industrie et sa poudre un très bon liant à froid.
Participation aux revenus	-Arboriculture à forte valeur ajoutée pour agro pasteurs ne nécessitant que peu de travail (gaulage en août). - Intégration de plus en plus forte aux échanges marchands.
Potentiel d'extension de cette arboriculture	-Agro pasteurs conscients du rôle de cet arbre dans la fixation des sols, la lutte contre l'érosion ainsi que: Résistante aux sécheresses, utilisation comme fourrages caprins (gousses) et valeurs médicales .

- Cependant il convient de **spécifier et d'orienter les actions à mener** :

Développement de la production	-Soutenir l'achat de plants dans le cadre d'un partenariat avec les Eaux et forêt pour les agro pasteurs ne possédant cet arbre (soit 95 % de la population d' Ikiss / Warzazst (D et E) et 85 % de la population d'Azgour (A et B)). -Essayer de limiter la date de première mise à fruit à moins de 15 ans en sélectionnant des plants en pépinières (investissement à rentabilité différée). -Développer à posteriori des méthodes de gaulage moins destructrices et plus rapides.
Accès au marché	-Soutenir l'organisation de producteurs afin de faciliter des liens plus directs avec les entreprises alimentaires et les herboristes. -Soutenir le développement des moyens de communication.

Annexe 7 : Budgets de formation et d'information

En ce qui concerne la structure des budgets de création de sites ou de créations de films de sensibilisation, les dépenses sont très dépendantes du nombre d'information à traiter et du type d'animations et représentation graphiques à mettre en œuvre. Nous avons donné des exemples de budgets de sites (statiques et dynamiques, confer. tableaux 2 et 3) et un exemple de corpus multimédia (images fixes et animées avec son).

1 : Montpellier – Session de 21 jours pour 15 stagiaires

Nous donnons un exemple de budget pour une formation qui se tiendrait à Montpellier et qui inclurait donc des déplacements entre la France et le Maroc. Ce chiffrage a été réalisé sur la base d'expériences de séminaires et de formations que l'Institut pratique. Le budget inclut tous les coûts de revient.

Il inclut à titre indicatif des frais de déplacement et des frais de réalisation de matériaux pédagogiques, sans oublier des visites sur le terrain ou les frais de séjour. Les coûts sont indicatifs. À partir de ce budget, on peut simuler des budgets avec des durées plus courtes ou correspondantes à des séminaires de formation ou d'échanges d'expériences entre différents producteurs, exportateurs ou administrations.

Motifs	Montant (euros)
Frais de scolarité : 460 euros x 15 stagiaires	6900
Budget enseignement total dont :	20500
Honoraires (coût de revient) : 80 euros x 90 heures	7200
Frais de déplacement (Maroc : 2 x 250 euros, Italie : 400 x 2 euros, Montpellier : 2 x 200 euros)	1500
Responsable communication	3900
Encadrement	6000
Per diem : 95 euros x 20 jours	1900
Frais de séjour : 95 euros x 20 jours x 15 stagiaires	28500
Assurances : 100 euros x 15 stagiaires	1500
Voyages Maroc - Montpellier : 250 euros x 15 stagiaires	3750
Frais de déplacement : 550 euros x 6 jours	3300
Cartables	300
Pause-café	1250
Total 1 :	66000
Divers imprévus : 56190 (total 1) x 5 %	3300
Total 2 (total 1 + imprévus)	69300
Frais généraux (secrétariat, copies, téléfax, téléphone ...)	10395
69300 (Total 2) x 15 %	
TOTAL GENERAL	79 695

2 : Budget d'un Site Web statique

Création et suivi d'un site Internet spécialisé avec faible mise à jour
(un an de fonctionnement sans aucun travail de recherche d'information ou de secrétariat)

Structuration du site, infographie et ouverture :	10 jours X 300 Euros /jour = 3000 Euros
Mise à jour du site une fois par mois, soit sur une année :	12 jours X 300 Euros/jour= 3600 Euros
Total pour un site institutionnel avec peu de mise à jour	6 600 Euros

3 Budget d'un site web dynamique : développement des fonctionnalités du site afin de valoriser les informations (bases de données)

Ce budget correspond à un service de gestion d'un site dynamique. Il comprend les coûts techniques relatifs aux étapes d'organisation, de traitement, et de mise en ligne de l'information. Il ne comporte aucun frais relatif à la collecte de l'information, et à sa conception préalable, car cela dépend du nombre de données, des personnes impliquées etc.

Traitement de l'information (ce traitement n'inclut aucune recherche, aucune mise en forme préalable)	12 jours X 800 euros = 9 600 Euros
Arborescence de la gestion des données, gestion des projets, interrogations et fonctionnalités	12 jours X 800 euros = 9 600 Euros
Programmation et adaptation des outils existants en fonction des nouvelles requêtes	9 600 Euros = 9600 Euros
Interface graphique, cartographie interactive, conceptions graphiques etc.	12 jours x 400 euros = 4 800 Euros
Mise en ligne de l'information avec mises à jour régulières	30 jours x 300 euros = 9 000 Euros
TOTAL	42 600 Euros

Ce budget pour interrogation et affichage d'une base de données dynamiques est restreint. Il ne comporte aucun frais d'organisation ou de recherches préalables des données. Nous ne pouvons inclure cette partie en l'absence d'informations plus précises sur la base de données. Nous signalons les principaux postes qui permettent d'obtenir la mise en forme graphique.

4 . Budget de création de matériaux pédagogiques multimédia

Ce budget comprend :

- La production d'un film de sensibilisation.
- La production d'une collection de petits modules ciblés en fonction d'opérations de communication ou de formation
- L'enrichissement des ressources mises en ligne
- La diffusion des informations sous forme de DVD. Cette dernière présentation donne le choix à l'utilisateur d'avoir accès à des ressources en intégralité ou avec des documents d'accompagnement reproductibles que l'on peut laisser à l'auditoire.

IAMM			
Création de produits multimédia			
	PU	Q	QT
Conception- coordination			
Mission d'appui Maroc	700	2	1 400
Réalisateur,	400	8	3 200
Tournage			
Réalisateur	400	10	4 000
Cameraman	310	10	3 100
Ingénieur son et matériel	350	3	1 050
Matériel de prise de vues et lumière	230	3	690
Assurances	250	2	500
Fournitures	60	1	60
frais de déplacement locaux	100	10	1 000
Déplacement F / Maroc et séjour	1 600	3	4 800
Montage			
Réalisateur concepteur			
pédagogique	400	8	3 200
Chef monteur	310	4	1 240
Studio de montage (2 phases)			
Maquette	200	3	600
Conformation haute résolution	350	1	350
Studio prise de son commentaire	40	1	40
Copies Master,	75	1	75
Infographie	310	8	2 480

Interprétation			
Acteur commentaire	80	1	80
Diffusion Interactive DVD			
Montages complémentaires			
Compléments didactiques au film, (ITW, situat.)	400	10	4 000
Scénarios	500	5	2 500
Création DVD	400	3	1 200
Frais de diffusion			
duplication DVD	500	5	2 500
Edition doc. Pédag. d'accompagnement	500	20	10 000
mise ne ligne ressources	310	5	1 550
TOTAL GENERAL €			49 615 €
Prix net, l'établissement non assujetti à la TVA			

5 . Budget pour la création et le suivi de la Formation au Maroc

(budget fourni par Migrations et Développement, également transmis sous feuille Excel pour visualiser l'échéancier et modifier plus facilement les propositions).

Description	durée	Partenaires	unité	Qté	PU	PT
Transformation des produits agricoles						
Réalisation des études filières						
ORMVA						
1.1.1. Filière Plantes aromatiques [nouvelle étude]						
1 mission consultant de 8 jours / an [honoraires]	3 x 8 jours		par jour	8	350,00 €	2 800,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [per diem]	3 x 8 jours		par jour	8	45,00 €	360,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [billet d'avion]			unité	1	450,00 €	450,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours	M&D				
1.1.2. Filière Henné [nouvelle étude]						
1 mission consultant de 8 jours / an [honoraires]	3 x 8 jours		par jour	8	200,00 €	1 600,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [per diem]	3 x 8 jours		par jour	8	45,00 €	360,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [billet d'avion]			unité	1	200,00 €	200,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours	M&D				
1.1.3. Filière Safran [approfondissement]						
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [honoraire]	1 x 8 jours		par jour	8	350,00 €	2 800,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [per diem]	1 x 8 jours		par jour	8	45,00 €	360,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [billet d'avion]			unité	1	450,00 €	450,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours					
1.1.4. Filière Olive [approfondissement]						
1 mission consultant de 8 jours / an [honoraires]	3 x 8 jours					
1 mission consultant de 8 jours / an [per diem]	3 x 8 jours		par jour	8	350,00 €	2 800,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [billet d'avion]			par jour	8	45,00 €	360,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours	M&D	unité	1	450,00 €	450,00 €
1.1.5. Filière Lait [approfondissement]						
1 mission consultant de 8 jours / an [honoraires]	3 x 8 jours					
1 mission consultant de 8 jours / an [per diem]	3 x 8 jours		par jour	8	350,00 €	2 800,00 €
1 mission consultant de 8 jours / an [billet d'avion]			par jour	8	45,00 €	360,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours	M&D	unité	1	450,00 €	450,00 €
1.1.6. Filière dérivés de l'argane [nouvelle étude]						
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [honoraires]	1 x 8 jours		par jour	8	200,00 €	1 600,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [per diem]	1 x 8 jours		par jour	8	45,00 €	360,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [billet d'avion]			unité	1	200,00 €	200,00 €
4 réunions de travail avec les producteurs / an	4 x 1 jours	M&D				

Description	durée	Partenaires	unité	Qté	PU	PT
Mise en place des ateliers pilotes		M&D				
1.2.1. Identification des localisations potentielles						
1.2.2. Etudes techniques, sociales et financières						
1.2.3. Réalisation des devis contradictoires de réalisation - choix de l'entrepreneur						
1.2.4. Signature des conventions AV, CR, Producteurs et entrepreneur						
1.2.6. Appui aux producteurs pour la création de la structure juridique						
1.2.7. Achat des machines et équipement - 2 ateliers "huile d'olive et dérivés"			unité	1	29 849,50 €	29 849,50 €
2 x Huilerie OLIOMO - 80 kg/h			unité	1	24 581,94 €	
2 x Bac avec pompe et pré filtre			unité	1	802,68	
2 x Filtre Joly 20 X 30			unité	1	1 505,02	
2 x Remplisseuse Speedy Oil			unité	1	2 959,87	
2 x petit materiel			unité	1	1 254,18	1 254,18 €
Formation des responsables des ateliers		M&D				
1.4.1. Préparation des sessions de formations						
1.4.2. Mise en place des sessions de formations						
<i>per diem participants (repas, déplacement...) [3 ans x 2 jours x (7 ateliers + 15 micorprojet)]</i>			per diem	44	20,00 €	880,00 €
<i>materiel pédagogique [3 ans x (7 ateliers + 15 micorprojet)]</i>			unité	22	5,00 €	110,00 €
Appui à l'organisation des tisserandes						
Sessions de sensibilisation des tisserandes		M&D				
2.1.1. Identification des tisserandes (10 groupements)						
2.1.2. Préparation des sensibilisation - création de supports pédagogiques			unité	10	5,00 €	50,00 €
<i>Equipement des coopératives (10 metiers / coopératives)</i>			unité	5	300,00 €	1 500,00 €
2.1.3. Mise en place de 10 séances de sensibilisation d'une journée			per diem	100	20,00 €	2 000,00 €
2.1.4. Evaluation des séances de sensibilisation						
Structuration du tourisme rural						
Création d'une coopérative de services touristique						
3.1.1. Appui à la création de la structure juridique						
3.1.2. Réunion de travail avec les AV des villages concernés						
1.3.3. Equipement de la coopérative			unité	1	4 000,00 €	4 000,00 €
<i>equipement informatique et internet</i>						

Description	durée	Partenaires	unité	Qté	PU	PT
Acceuil touristes						
Equipement en cartes + logiciel de cartographie						
1.3.3. Fonctionnement de la coopérative						
Location d'un bureau			mois	4	50,00 €	200,00 €
Consommables / fournitures de bureau			mois	4	50,00 €	200,00 €
Autres services			mois	4	150,00 €	600,00 €
Appui à la commercialisation des produits et des services						
Certification des produits et des services		Ecocert et autres				
4.2.1. Elaboration des cahiers des charges de chaque produit		Ecocert				
Interventions d'Ecocert pendant les deux premières années			par an	1	5 000,00 €	5 000,00 €
4.2.2. Etude sur la labélisation des tapis		Consultant				
2 missions consultant de 8 jours (2 ; 1 ;1) [honoraires]	2 x 8 jours		par jour	16	200,00 €	3 200,00 €
2 missions consultant de 8 jours (2 ; 1 ;1) [per diem]	2 x 8 jours		par jour	16	45,00 €	720,00 €
2 missions consultant de 8 jours (2 ; 1 ;1) [billet d'avion]			unité	2	200,00 €	400,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [honoraire]	1 x 8 jours		par jour	8	350,00 €	2 800,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année1 [per diem]	1 x 8 jours		par jour	8	45,00 €	360,00 €
1 mission consultant de 8 jours / année 1 [billet d'avion]			unité	1	450,00 €	450,00 €
4.2.3. Travail de sensibilisation et de formation des producteurs sur les cahiers des charges						
4.2.4. Analyse et test des produits en vue des certifications						
4.2.8. Mise en place système de contrôle et application cahier des charges label tourisme						
Création d'un consortium d'exportation						
4.3.1. Réunion avec les coopératives						
4.3.2. Appui à la création de la structure juridique						
4.3.3. Equipement du consortium			unité	1	4 000,00 €	4 000,00 €
equipement informatique et internet						
4.3.4. Fonctionnement du consortium						
Location d'un bureau			mois	4	50,00 €	200,00 €
Consommables / fournitures de bureau			mois	4	50,00 €	200,00 €
Autres services			mois	4	150,00 €	600,00 €
Suivi du projet						
6.1. Equipe Technique Maroc						
Salaire chef de projet			par jour	48	100,00 €	4 800,00 €
per diem chef de projet et assistant			par	48	23,00 €	1 104,00 €

		<i>jour</i>			
Description	durée Partenaires	unité	Qté	PU	PT
<i>billet d'avion locaux</i>		<i>unité</i>	1	200,00 €	200,00 €
<i>transport locaux</i>		<i>par mois</i>	12	100,00 €	1 200,00 €
<i>1 ordi portable</i>		<i>unité</i>	1	1 000,00 €	1 000,00 €
6.2. Equipe administrative/ personnel de soutien Maroc					
<i>Salaire Celluile d'appui Maroc Maroc</i>		<i>par jour</i>	12	150,00 €	1 800,00 €
<i>Salaire Logisticien</i>		<i>par jour</i>	12	25,00 €	300,00 €
<i>Salaire chauffeur</i>		<i>par jour</i>	48	25,00 €	1 200,00 €
6.3. Equipe centrale d'appui France					
<i>Salaire Equipe centrale d'appui France</i>		<i>par jour</i>	12	750,00 €	9 000,00 €
<i>per diem Equipe d'appui France</i>		<i>par jour</i>	12	45,00 €	540,00 €
<i>billet d'avion international</i>		<i>unité</i>	3	450,00 €	1 350,00 €
6.4. Consultant technique principal					
<i>Honoraires consulat technique principal - missions maroc</i>		<i>par jour</i>	10	550,00 €	5 500,00 €
<i>per diem consultant</i>		<i>par jour</i>	10	45,00 €	450,00 €
<i>Billet d'avion consultant</i>		<i>unité</i>	1	450,00 €	450,00 €
<i>Honoraires consulat technique principal - missions France</i>		<i>par jour</i>	5	550,00 €	2 750,00 €
<i>location de véhicules</i>		<i>par jour</i>	3	130,00 €	390,00 €
6.5. Autre					
<i>assurance voiture</i>		<i>par an</i>	1	150,00 €	150,00 €
<i>carburant et entretien voiture</i>		<i>par mois</i>	12	50,00 €	600,00 €
<i>Services financier</i>		<i>par an</i>	1	200,00 €	200,00 €
TOTAL 1					110 317,68 €
frais administratifs					7 722,24 €
TOTAL 2					118 039,92 €

Annexe 8 : Termes de références FAO-CIHEAM

CONDITIONS DE L'ACCORD FAO-CIHEAM

1. Contexte

Il existe un immense potentiel d'amélioration des conditions de vie et des moyens d'existence des populations montagnardes par la promotion d'un vaste éventail de produits et de services uniques que peuvent offrir les communautés de montagne – des aliments et boissons aux médicaments, cosmétiques, à l'artisanat et au tourisme. Trop souvent pourtant, ces produits de la montagne ne sont pas appréciés à leur juste valeur ou bien profitent aux «étrangers» à la région qui disposent du savoir-faire pour les exploiter. L'enjeu consiste à mettre au point une approche intégrée de production, de promotion et de commercialisation des produits et des services de la montagne afin d'améliorer les moyens d'existence des montagnards.

Le Projet des produits de la montagne, financé par le Ministère français de l'agriculture, a été lancé en septembre 2003 avec pour but général la promotion des produits de la montagne de qualité comme stratégie de mise en valeur durable des régions de montagne. Le projet est articulé en trois phases:

La *première phase* du projet, visant à mieux connaître les initiatives liées à la production et à la commercialisation des produits de montagne et à en faire ressortir les facteurs communs de succès, a été achevée en juin 2004.

Les phases suivantes du projet porteront sur le renforcement des capacités institutionnelles au niveau régional et national pour assurer la promotion de produits de montagne de qualité à travers notamment des programmes de formation de formateurs.

La *deuxième phase* du projet a pour objectif la préparation de tels programmes de formation de formateurs au niveau régional (septembre 2004-mars 2005).

La *troisième phase* mettra en œuvre ces programmes région par région à partir de juillet 2005. La France (Maapar) s'est engagée à financer le programme méditerranéen de cette phase III à partir de la mi-2005, pour une durée de deux ans.

Dans le cadre du pressent Accord, le CIHEAM contribuera à l'élaboration d'un programme de formation pour les pays du Sud de la Méditerranée (Afrique du Nord et Moyen Orient).

2. Mandat

2.1 Description des activités/services

L'institution bénéficiaire contribuera à l'élaboration d'un programme de formation pour les pays du Sud de la méditerranée (Afrique du Nord et Moyen Orient) pour assurer la promotion de produits de montagne de qualité. Les activités conduites dans ce but seront les suivantes:

i) Recensement léger des produits de montagne en zone méditerranéenne (Maroc, Algérie, Tunisie, Liban, Jordanie, Syrie et Turquie) par l'IAM de Bari.

Le but de l'enquête est l'identification de produits et des filières de zones de montagne offrant un potentiel intéressant du point de vue de la qualité des produits, de son amélioration, et du renforcement du développement rural durable qui pourrait en résulter. Le travail de recensement portera sur les produits agricoles, artisanaux, médicaux, cosmétiques, huiles essentielles et les services de tourisme.

ii) Sélection des produits prometteurs, des zones géographiques et des acteurs à former par l'IAM de Bari.

Produits prometteurs – la sélection des produits et filières prometteuses sera faite à partir des critères de sélection suivants, lesquels sont d'ordre économique, social, institutionnel et environnemental :

- œ Le produit existe et bénéficie d'une renommée local, nationale ou internationale
- œ La qualité du produit est liée au terroir d'origine (ressources naturelles et/ou aux modalités de productions traditionnelles)
- œ Les marchés du produit présentent un potentiel d'expansion intéressant (aux niveaux local, national ou international)
- œ Le produit contribue à la conservation de la biodiversité
- œ Les producteurs se sont organisés en groupements, associations ou coopératives
- œ Les producteurs montrent une capacité d'initiative (Ex. un indicateur d'initiative pourrait être la participation des producteurs à des foires commerciales)
- œ La filière produit des bénéfices concrets pour les communautés de montagne
- œ Le contexte institutionnel est favorable – il existe des possibilités d'appui aux producteurs par les institutions (ex. institutions de crédit, ONG, collectivités locales, institutions de recherche)
- œ Les producteurs ont établi des liens avec ces institutions
- œ Le contexte institutionnel, en outre, pourrait se prêter à court ou moyen terme à des mécanismes de certification et de contrôle de qualité

Sélection des zones géographiques et des acteurs à former – utilisant une approche interprofessionnelle dans laquelle producteurs, transformateurs, commerçants et distributeurs, voire exportateurs, sont considérés, pour qu'ils aident à identifier de concert les actions de formation prioritaires et pertinentes.

iii) Identification des besoins de formation des acteurs directs des filières par la réalisation d'enquêtes légères via les réseaux de chercheurs et enseignants l'Iam de Montpellier avec une mission nationale;

iv) Définition du contenu de la formation, de la démarche pédagogique et du matériel de formation

v) Identification des dispositifs d'organisation de la formation pour la création d'une capacité locale de formation pérenne.

Le travail relatif aux points iii), iv) et v) portera sur une étude nationale qui sera applicable à d'autres pays. En début de Phase III, des séminaires nationaux réunissant les interprofessions des filières sélectionnées affineront la définition des programmes de formation.

2.2 Définition des produits

Rapport final qui identifie les produits prometteurs, les zone géographiques d'intervention, les acteurs à former et la structure d'un programme de formation dans la zone méditerranéenne pour la promotion des produits de montagne de qualité et notamment :

- Objectifs
- Stratégie (amélioration de revenu, maintien du tissu social etc.)
- Descriptif des actions de formation portant sur des thèmes identifiés tels que : amélioration sur les ressources agricoles (valorisation des produits sélectionnés et activités en espaces irrigués ou pastoraux), ou amélioration des ressources non agricoles (promotion et valorisation du tourisme etc.), etc.
- Propositions en vue de la réalisation d'un maquette de formation donnant une structure de contenu avec un type de durée de formation, type de parcours et matériaux pédagogiques et type d'animation réalisés à partir de matériaux existants et type de budgets correspondants.

2.3 Durée et calendrier

La durée de ce programme sera de 4 mois (1 décembre 2004 – 31 mars 2005).

2.4 Suivi et établissement des rapports

L'organisation bénéficiaire soumettra à M. Douglas McGuire, Fonctionnaire principale conservation des forêts, Service de la conservation des forêts, un rapport final d'analyse avec les résultats, conclusions et recommandations ainsi qu'un rapport final sur l'état des dépenses.

3. Fonctionnaire chargé du suivi/agent certificateur

M. Douglas McGuire, Fonctionnaire principale conservation des forêts, Service de la conservation des forêts, sera chargé du suivi et attestera si le mandat a été respecté d'une manière satisfaisante afin de pouvoir procéder aux paiements