

Remerciement

L'accomplissement de cette recherche est le fruit de plusieurs années de travail au cours desquels j'ai pu compter sur l'appui et la disponibilité de nombreuses personnes. Je tiens donc à prendre quelques lignes pour leur exprimer ma gratitude.

Mes premiers remerciements vont à mon encadrant Mr Abdellatif Tribak, professeur au département de la géographie à la FLSH Sais- Fès, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah. D'abord, pour nous avoir accordé sa confiance depuis le master, et pour son encadrement continu, sa disponibilité, ses conseils et ses directives qu'il m'a prodigué tout au long du présent travail, ses compétences scientifiques et ses encouragements m'ont été d'une grande utilité. Qu'il trouve ici l'expression de ma profonde gratitude et ma grande estime.

Mes remerciements s'adressent à tous les professeurs de laboratoire LAGEA « Laboratoire d'Analyse Géo Environnemental et d'Aménagement » FLSH Sais-Fès USMBA. Et aux membres de jury qui ont accepté d'assister à la soutenance

Je suis aussi redevable à tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail, qu'ils trouvent ici l'expression de ma reconnaissance.

Mes affectueux remerciements à mes chers amis Mr Laarbi Jabbar, Mr hassan khallaf, et à tous les membres de ma famille qui m'ont soutenu avec leur amour, leur affection et leurs encouragements.

Résumé

Le présent travail est consacré à l'étude de la diversité des situations à Oueltana amont par le diagnostic des équilibres et des ruptures d'équilibre, de la dynamique de ces derniers et les perspectives du développement territorial de cet ensemble de montagne. Pour traiter cette thématique, une analyse théorique des principaux concepts liés au développement territorial permettra de mettre en évidence un cadre conceptuel adapté à toutes les étapes de cette étude.

Le diagnostic de ce système territorial s'est déroulé à la lumière des contenus, des dimensions et des définitions que nous avons construites à partir de la revue bibliographique sur ce concept. Il a ensuite été orienté dans le cadre de la lecture systémique du territoire. Plusieurs outils ont été utilisés pour cet objectif, à noter ; les enquêtes de terrain, la statistique descriptive, l'analyse photographique et cartographique.

Ce diagnostic a révélé que le système territorial d'Oueltana amont connaît une forte rupture d'équilibre, que cette situation est le produit de la conjonction de plusieurs facteurs : anthropiques, physiques et organisationnels et que cette rupture est ancrée dans le temps et généralisée spatialement. Il nous a aussi montré que même si ce système est généreusement doté en ressources territoriales et humaines, il souffre d'une haute entropie et n'arrive pas à rompre les cycles vicieux qui créent cet état, à défaut de la mobilisation de ces ressources et l'implication des acteurs dans le processus de développement territorial.

A la lumière de cette situation paradoxale, et la connaissance des états actuels et des dynamiques d'états des sous systèmes composant notre système territorial, nous avons pu proposer un projet de territoire axé sur la participation active de tous les acteurs impliqués pour identifier, mobiliser, et réaliser les actions qui correspondent à la mise en valeur des ressources de ce territoire.

Abstract

The present research aims at studying the diversity of situations in upstream Oultana through a diagnosis of a set of equilibria and their rupture, their dynamics as well as the perspectives of territorial development. We drew on a theoretical and conceptual framework related to territorial development so as to adapt them to the different stages of our study.

The diagnostic of this territorial system was implemented by inspiring themes, dimensions and definitions that we established thanks to a diversified literature review. After that, we proceeded to a systemic understanding of territory. To achieve these previous goals, we also had a recourse to a wide range of tools and techniques such as fieldwork, descriptive statistics, imagery and map analysis

This diagnostic revealed that upstream Oultana's territorial system is suffering from a break in equilibria that stems from a combination of various factors that can be summarized as follows: anthropogenic, physical and organizational. This situation is deeply rooted in time and spatially generalized. It has also enabled us to get to the conclusion that even if this system enjoys considerable human and territorial resources, it is continuously enduring a severe entropy that seriously affects its performance due to lack of resource mobilization and the inability of stakeholders in getting actively involved in the process of territorial development.

Because of the weaknesses and limits that the target territorial system presents, we suggested and proposed a territory project that focuses on an active involvement of all stakeholders in situ so as to take part collectively in identifying and mobilizing different territorial resources. The aim is facilitating the implementation of plans that can help develop this territory.

Introduction générale

Le Maroc est marqué par une grande diversité de paysages composés de côtes, de plaines et plateaux, de montagnes et de déserts. Il bénéficie ainsi, de hautes montagnes que constituent les chaînes du Rif et de l'Atlas qui représentent non seulement une barrière physique qui sépare le Sahara de la Méditerranée, mais aussi un important facteur de diversité sur le plan climatique, écologique, économique, culturel et humain.

Les zones montagneuses représentent 25 % du territoire national Le Haut Atlas Occidental Humide, le Moyen Atlas, et le Haut Atlas Oriental Aride et Saghro, et l'Anti Atlas, sont les massifs montagneux les plus importants avec 31, 20, 15 et 15 % respectivement, totalisant 81% de la superficie totale des espaces montagneux (MAPM,2015).

La montagne joue un rôle capital dans la structure du milieu physique marocain, sur le plan climatique notamment, car les chaînes atlasiques constituent une puissante barrière faisant largement écran aux influences désertiques venant du sud, protégeant ainsi le reste du pays de la sécheresse.

Ces zones montagneuses se distinguent par l'importance des étages bioclimatiques montagnards, humides et subhumides ce qui se traduit par une pluviométrie élevée (plus de 500 mm/an), particulièrement au niveau du Rif et du Moyen Atlas, leur valant l'appellation de « château d'eau » du pays. Cependant, les précipitations au niveau de ces zones se présentent souvent sous forme d'orages et d'averses de forte intensité et de courte durée, ce qui occasionne souvent des dégâts dus aux inondations et à l'érosion.

La montagne offre aussi une richesse paysagère due à son relief façonné par des altitudes assez hautes au niveau du Haut-Atlas en particulier, qui dépasse 4 000 m (4 167 m au Toubkal et 4 071 m au M'Goun).

Ces altitudes, couplées aux pentes fortes sur certains sites sont à l'origine de paysages pittoresques très attrayants font des montagnes marocaines une destination touristique très prisée (gorges de Toudgha, du M'goun, du Dadès, Cascades d'Ouzoud...).

De plus, l'Atlas abrite une remarquable biodiversité de faune et de flore, de ce fait les zones montagneuses, et comme souvent cité, constituent le château d'eau du pays grâce à un réseau hydrographique très dense et des retenues d'eau artificielles (barrages ; bassin de rétention...) et naturelles (lacs, marécages, dépressions montagneuses etc...), abondantes .

À l'inverse de la population nationale qui est aujourd'hui plus urbaine (60.1%) que rurale selon le RGPH 2014, les zones montagneuses restent à forte dominante rurale, les

habitants des villes et centres urbains, ne représentent que 27.3 % de la population des massifs montagneux. Les taux de la population vivant dans les centres urbains les plus élevés sont enregistrés au niveau du Moyen Atlas et des Beni Znassen (45% et 43% respectivement).

En plus du capital matériel, « *les zones montagneuses offrent une richesse culturelle et des héritages patrimoniaux (Amazigh et pays des Jbala) caractérisés par des organisations socio institutionnelles et des pratiques ingénieuses de gestion des ressources (Agdal, terrasse du Haut Atlas...).* Ces régions offrent également une grande richesse culturelle, pouvant constituer un levier de création de richesses et d'emploi en misant sur les produits et services, les traditions et les ressources » (MAPM, 2015). Il s'agit particulièrement de :

- Réseau de sites reconnus par l'UNESCO, constitué par les quatre réserves de biosphère (Arganeraie, Oasis du Sud marocain, réserve de biosphère intercontinentale de la Méditerranée (Maroc/Espagne), et Cédraie de l'Atlas), le Géoparc du M'goun, et les sites culturels (Kasbah Ait Ben Haddou en particulier) dont disposent les zones montagneuses.
- Greniers collectifs (Ighrem ou Igoudar) dont la variété des formes et la diversité des procédés constructifs en font autant de témoins de la richesse historique et patrimoniale du Maroc ;(Naji, 2006)
- Sites rupestres : « *le Maroc, considéré comme l'un des pays les plus riches en gravures rupestres, compte plus de 300 sites situés essentiellement dans la vallée du Draa, le Haut Atlas et les régions sahariennes. Certaines peintures rupestres des abris d'Ifran-n-Taska dans le jbel Bani oriental, province de Zagora, dateraient de plus de 7000 ans* » (CESE, 2017)
- Moussems et festivals annuels tels que celui d'Imilchil, le festival d'Ahidous de Aïn Leuh, le festival des musiques du désert à Merzouga, le festival d'Ahouach d'Ouarzazate
- Le patrimoine oral, notamment chez les femmes des zones montagneuses;
- le savoir-faire lié à l'artisanat et à l'art culinaire riche du brassage de différentes cultures, amazighes, hispano-mauresques, arabo-musulmanes, juives et Africaines.

En dépit de tous ses atouts, la situation des zones de montagne au Maroc reste aujourd'hui très difficile. Elle est marquée par des phénomènes de marginalisation et de dévitalisation économiques qui ne cessent de s'accélérer. Ces zones souffrent des contraintes climatiques et géographiques importantes qui ont été empirées par leur désenclavement. Bien que plusieurs

initiatives aient été lancées dans ces zones, elles n'ont pas eu l'ampleur nécessaire pour contribuer à une véritable insertion de cette partie du territoire dans l'économie nationale.

Malgré toutes les richesses offertes par les ressources naturelles et le patrimoine culturel, les sources de revenus des populations des zones montagneuses restent limitées à l'agriculture, l'élevage et les produits forestiers essentiellement.

Ainsi, force est de constater que même si « *les zones montagneuses occupent 25% de la superficie totale du Royaume et abritent 24 % de la population, elles ne contribuent qu'à hauteur de 5% du PIB national. Les revenus sont deux fois inférieurs à la moyenne nationale, provenant à environ 50% de l'élevage et de l'agriculture. Néanmoins, le potentiel latent de ces zones est très important* » (MAPM, 2015)

Depuis son indépendance, le Maroc s'est attelé à moderniser son agriculture pour la rendre plus productive et compétitive. Plusieurs mesures et programmes ont été mis en œuvre pour atteindre cet objectif, tels que l'aménagement des terres pour l'irrigation, l'introduction de la mécanisation et le recours aux semences sélectionnées et à l'utilisation des produits agrochimiques et autres intrants modernes, l'organisation des circuits commerciaux et le développement des exportations agricoles. L'État a lancé également des plans sectoriels pour le développement des filières de production végétale et animale à savoir le plan sucrier, le plan laitier, le plan oléagineux et le plan céréalier.

Une politique volontariste a été entreprise en vue de mobiliser les ressources en eau, d'exploiter les ressources minières et énergétiques et moderniser l'agriculture et développer le monde rural en général. À cet égard, « *il convient de citer à titre indicatif le lancement en 1965 du projet DERRO, pour le développement rural du Rif Occidental et en 1967, la politique des barrages comme base pour la modernisation de l'agriculture dans la perspective d'atteindre un million d'ha irrigué à l'horizon 2000* » (Lhafi, et al, 2005).

Malgré les efforts déployés pour faire de l'agriculture un levier important de l'économie et la principale activité pratiquée en zone de montagnes, reste vivrière et confrontée à de multiples défis, notamment :

- L'étroitesse de la SAU qui se traduit par une micropropriété et un morcellement très accentué. La taille moyenne des exploitations ne dépasse pas 1 ha avec en moyenne 7 parcelles par exploitation (MAPM, 2013). Une telle situation constitue une entrave pour atteindre des niveaux de productions élevés et des revenus satisfaisants ;
- la dominance en zones montagneuses de la vocation pastorale ou agro-sylvo-pastorale et une irrigation traditionnelle dans le cadre de la petite et moyenne hydraulique (PMH),

ainsi que la persistance de difficultés liées à la pénurie des ressources en eau, bien que ces zones constituent le château d'eau du Maroc ;

- l'enclavement géographique accentué par l'insuffisance en infrastructures de base (routes, électricité, communication etc...) qui empêche d'assurer l'écoulement de la production dans de bonnes conditions et amplifie encore plus la fragilité écologique et socio-économique de ces zones ;
- la commercialisation des produits locaux de qualité rencontre plusieurs difficultés, et ne bénéficie pas suffisamment des avantages comparatifs uniques (produits naturels, savoir-faire traditionnels...). La transformation et la qualification de certains produits au marché local et à l'exportation posent aussi des problèmes au niveau des zones montagneuses ;

Selon Ramou Hassan, 2011 « *L'espace montagnard marocain est économiquement et socialement marginalisé. Les indices d'ordre socio-économique et le niveau des équipements de base le montrent clairement* ». C'est un espace de surpeuplé et d'un important poids démographique, mais qui se base toujours dans son économie sur une exploitation directe des ressources naturelles (sol, forêt, parcours) bien que celle-ci soit limitée. Cette situation s'accompagne d'importantes mutations sociales et économiques marquées surtout par le passage d'une économie de subsistance à une économie de marché. Notre zone d'étude ne fait pas exception à la règle, et pour sauvegarder ses ressources naturelles, les acteurs locaux lancent plusieurs projets de développement, de protection et d'aménagement. Sauf que cet espace montagnard nécessite d'autres initiatives, qui seront à la fois respectueuses du patrimoine naturel, culturel et éco-paysagère, mais, également créateurs des activités génératrices de revenus.

L'intérêt de cette thèse est d'apporter une réponse en termes d'un projet de territoire visant la mobilisation des ressources territoriales. Il s'agit de savoir comment développer le territoire d'Ouelтана amont qui vit une situation de précarité, d'isolement, et de marasme socio-économiques et environnemental malgré ses énormes richesses en ressources naturelles et culturelles.

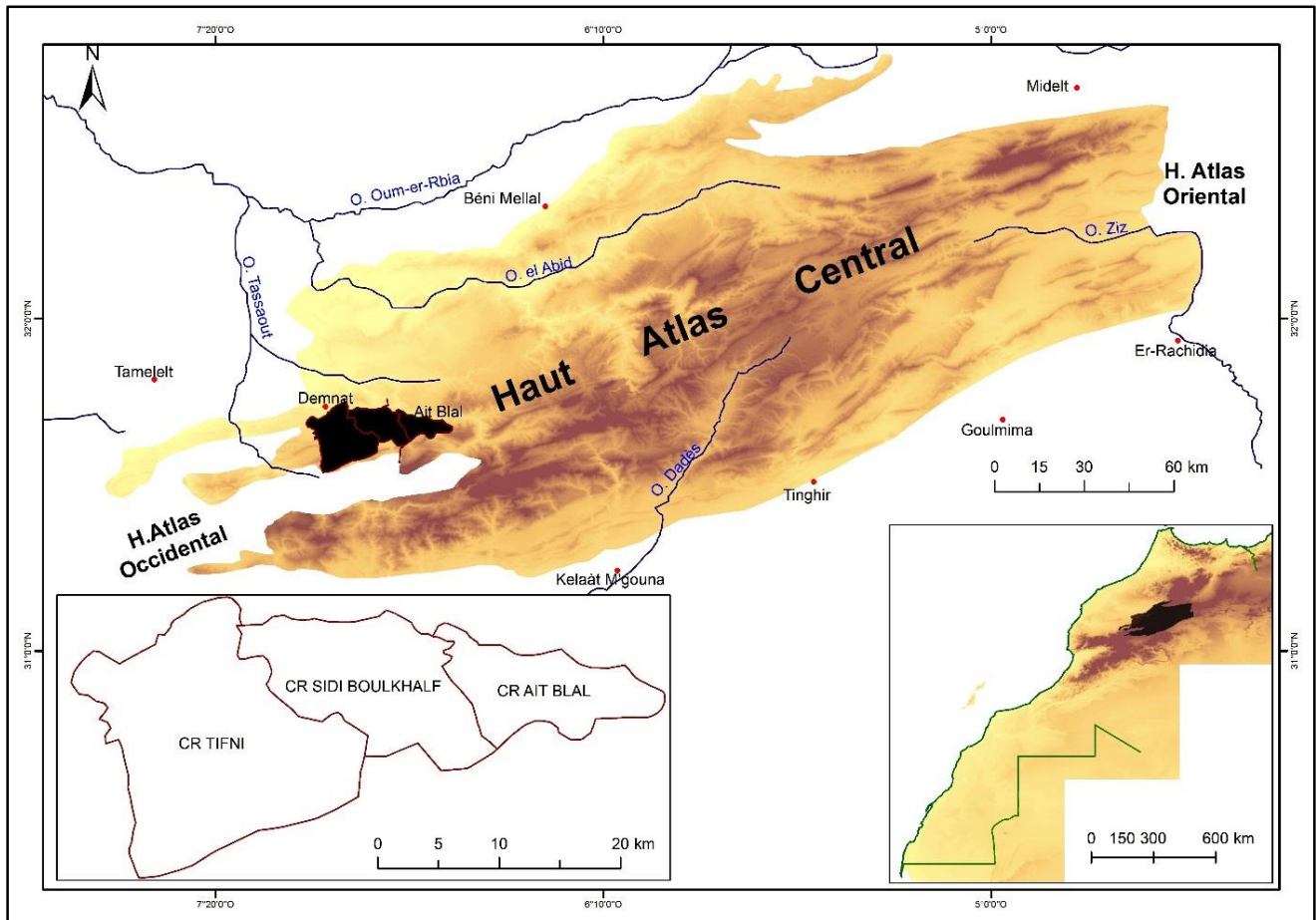


Figure 1 : localisation de la zone d'étude dans le Haut Atlas Central

Ouelтана amont, notre territoire d'étude qui correspond à trois communes territoriales : Tifni, Sidi Boukhalif et Ait Blal, fait partie du Haut Atlas Central, une région montagneuse, entaillé par des vallées dont l'unique activité est constituée par l'élevage et l'agriculture vivrière, pratiqué sur les rives et les étroites terrasses. Néanmoins, ce territoire est aussi une zone sensible où les ressources naturelles sont soumises à de fortes pressions de natures climatiques et anthropiques. Les pratiques liées aux activités agricoles sont en plein bouleversement suite à l'apparition de nouvelles activités économique (l'arboriculture fruitière et les cultures maraîchères), ce qui ne fait qu'accroître la surexploitation des ressources naturelles. Le territoire abrite aussi des aspects porteurs des autres activités complémentaires essentiellement liées au patrimoine, comme l'agro pastoralisme, l'artisanat, l'art culinaire, les activités culturelles et les pratiques touristiques.

Par ailleurs, il paraît donc que ce territoire montagnard est sujet à une situation paradoxale qui oppose des milieux promoteurs par l'importance du potentiel des ressources territoriales, à une situation précaire et alarmante qui touche les ressources naturelles ainsi que le capital humain. C'est dans l'ensemble de ces réflexions que s'inscrit la problématique de

notre thèse et qui est de répondre à cette problématique complexe : **A quel condition la mobilisation des ressources territoriales d'Ouelтана amont représente un moteur pour le développement territorial ?**

L'intérêt que nous portons à ce territoire montagnard s'inscrit dans la continuité du cheminement de la recherche académique, dans lequel nous nous sommes engagés depuis le mémoire de licence en juin 2011 et le mémoire pour l'obtention du Diplôme des Etudes Supérieures Approfondies en juillet 2013.

Le cheminement de la réponse à cette question, nous a conduits à l'articulation de la présente thèse en huit chapitres, regroupés en deux parties. La première traitera des cadres ; thématique, conceptuel, méthodologique et cadre générale de la zone d'étude, alors que la deuxième aura un caractère purement empirique.

Les quatre premiers chapitres s'organiseront dans la première partie. Le premier chapitre comportera sur la problématique de recherche, les questionnements, les hypothèses, les objectifs et les grandes étapes de la recherche. Ensuite nous exposerons le cadre opérationnel de la collecte et du traitement de l'information du terrain.

Dans le deuxième chapitre nous précisons la trame conceptuelle qui cadre la problématique de recherche. L'idée est d'abord de cerner la thématique conceptuelle du développement territorial, définitions, les contenus et dimensions, les enjeux de ce concept polysémique et la panoplie des notions qui s'apparentent, ensuite de présenter le rôle de la commercialisation et du marketing territorial dans la valorisation des produits locaux. Pour qu'après nous en dédierons les acceptions opérationnelles aptes à être soumises à l'analyse empirique dans le cadre de diagnostic de notre système territorial à la lumière des questionnements de la problématique de recherche.

Le troisième chapitre évoque globalement les spécificités de la montagne marocaine. Il met l'accent sur les diverses ressources montagnardes élémentaires, de point de vue potentialités et contraintes, la politique de l'aménagement et de développement montagnarde au Maroc.

À travers le quatrième chapitre, nous décrivons la situation géographique locale de notre zone d'étude, ou ce qu'on appelle communément les cadres ; historique, socioéconomique et physique dont l'objectif d'y chercher les disponibilités et les ruptures locales en matière des facteurs nécessaires à la dynamique de développement local. Ce chapitre sera consacré l'analyse diagnostique des aspects du déséquilibre du système territorial étudié à l'analyse du fonctionnement de ce système territorial dans l'objectif d'y

chercher les disponibilités et les ruptures locales en matière des facteurs nécessaires à la dynamique de développement territorial.

Quant à la deuxième partie de ce travail, elle portera dans son premier chapitre de reconnaître les acteurs de notre territoire, dans leur diversité, dans leurs différentes dimensions d'agir selon leurs intentions différenciées. Mais, elle sera consacrée dans son deuxième chapitre d'évaluer la portée de la participation de ces acteurs et leurs aptitudes à s'impliquer dans le processus de développement territorial. Ensuite, le troisième chapitre est essentiellement consacré à l'analyse des offres territoriales les plus compétitives dans le territoire d'Oueltana amont, notamment l'offre touristique et agricole. Il s'agit de présenter une description détaillée des telles offres, ainsi que leurs analyses SWOT, dans l'optique d'identifier les axes de leur développement et de leur promotion à mener par les collectivités territoriales en collaboration avec les autres acteurs du développement local. Finalement, elle comportera un dernier chapitre dont on va proposer un projet de territoire convenable aux particularités du territoire d'Oueltana amont et qui aura pour objectif la valorisation de ses offres territoriales, l'amélioration des revenus et des conditions de vie des agriculteurs de la zone du projet à travers des actions de protection des ressources naturelles associées à une augmentation de la productivité et de rentabilité des exploitations agricoles ainsi qu'à une exploitation plus rationnelle des ressources pastorales. Il vise également l'amélioration des conditions de vie des femmes et des jeunes ruraux de la zone, par la promotion d'activités agricoles et non agricoles génératrices de revenus et d'infrastructures de base. Le projet de territoire que nous allons proposer va dans une large mesure prendre la participation de tous les acteurs de développement y compris la participation de la population qui constitue l'ossature de tel projet de développement en adoptant une démarche du marketing territorial de qualité pour assurer un développement local sain et durable.

PARTIE I:
PROBLEMATIQUE, APPROCHE,
CONCEPTS, ET CONTEXTE DE
L'ETUDE

Introduction

Cette première partie de la thèse a pour objectifs, de donner un cadre à la réflexion sur la tournure de la recherche empirique et d'analyser la situation géographique locale de la zone d'étude. Nous rendrons compte dans la présente partie des cadres conceptuels et méthodologiques ainsi et du système territorial dans lequel nous évoluerons.

D'un côté, le développement territorial et la montagne, sont deux objets de recherche transversaux qui mobilisent un bon nombre de disciplines en science sociale, environnementale, économiques, et spatiales au niveau national et international. Cependant, ils sont très peu articulés entre eux. Le territoire d'Ouelтана amont est un ensemble de montagne en inertie, pourtant particulièrement doté de ressources d'une grande importance économique et environnementale. L'articulation entre ces trois objets permet de déceler le fil conducteur pour notre problématique.

Le premier chapitre sera consacré à la problématique et les bases sur quoi va reposer la recherche empirique de la thèse. Le caractère transversal du thème principal de la problématique, le développement territorial, fait que son contenu demeure parfois flou. Le deuxième chapitre est consacré à la revue de la littérature sur le concept du développement territorial et sur les notions qui gravitent autour. Quant au troisième chapitre, il évoquera globalement les spécificités de la montagne marocaine. Il met l'accent sur la politique de l'aménagement et de développement montagnard au Maroc. Après avoir constitué la pierre angulaire de notre recherche, nous passerons dans un quatrième chapitre à l'identification de l'état des lieux de territoire d'Ouelтана amont, notre zone d'étude, à travers l'analyse du fonctionnement de ce système territorial.

CHAPITRE PREMIER :
PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS,
METHODE ET APPROCHE

Introduction

Après avoir joué tout au long de l'histoire un véritable berceau de civilisation tout en assurant l'équilibre naturel générale et la cohabitation entre les potentialités des ressources et les exigences socio-économiques de ses population, les zones de montagnes marocaines, comme le souligne Azzoui « *connaissent aujourd'hui de sérieux problèmes et se trouvent dans un contexte défavorable. En effet, se sont des territoires pauvres, en déprise humaine et économique, leurs richesses sont leurs paysages et les milieux remarquables avec de forte potentialité économique. Pourtant, l'équilibre général de ces milieux fragiles sont remis en cause, et demeurent en marge de développement durable* » (Azzoui et al,2005).

Les zone de Montagnes n'ont bénéficié que tardivement de mesures de développement, le plus souvent très sectorielles et purement techniques, au même titre que l'ensemble des régions rurales, sans ciblage prenant en compte leurs spécificités (Boujrouf, 2016). Les interventions sur l'espace montagneux ont touché depuis longtemps la montagne de manière indirecte, principalement à travers des lois et actions sur la forêt qui constitue la plus grande composante de la montagne. Le dahir du 10 octobre 1917 a constitué le point de départ d'une régulation des exploitations et des utilisations de la forêt, suivie d'une délimitation de son espace. Ces procédures réglementaires sont allées de pair avec des mesures pratiques sur le terrain, mais celles-ci se sont concentrées sur le volet technique, concernant la lutte contre l'érosion et la protection des forêts. La dimension socio-économique a longtemps fait défaut, d'où le besoin d'une approche globale répondant aux problèmes spécifiques des zones de montagne et aux attentes de leurs populations.

À partir de la deuxième moitié des années 90, la dimension sociale du développement a pris une nouvelle ampleur sous l'impulsion des plus hautes autorités de l'État et de la mobilisation croissante de la société civile.

Par ailleurs, et compte tenu des problématiques spécifiques au monde rural et les zones montagneuses, l'intervention de l'État a été orientée à partir du milieu des années 70 vers le lancement d'une série de projets de développement intégrés (Projet Fès-Karia-Tissa, Projet Oulmès-Roumani, Projet Ouezzane-Had Kourt, etc...). Les projets de mise en valeur en bour (PMVB), les projets de Développement Intégré Petite et Moyenne Hydraulique (DRI-PMH), et Développement intégré-gestion des ressources naturelles-, ont été lancés pour développer les zones bour, lutter contre l'érosion et assurer une gestion rationnelle des ressources naturelles, et ce conformément aux dispositions de la Loi N° 33-94 (promulguée par le dahir N° 1-95-10 du 22 Février 1995) et son décret d'application (décret N° 2-94-589 du 27 Octobre 1995).

En outre et en vue de donner un nouveau souffle à la politique de l'Etat, la stratégie 2020 de développement rural a été élaborée vers la fin des années 90. Mais cette stratégie n'a pas pu atteindre les résultats escomptés, selon l'évaluation faite par la Banque Mondiale et la FAO en 2004-2005.

À partir de 2008, le Plan Maroc Vert a insufflé une nouvelle dynamique au secteur agricole national visant à conforter son rôle vital de moteur du développement économique, social et territorial en renforçant, particulièrement, sa productivité et sa résilience aux aléas climatiques via plusieurs chantiers structurants.

Les programmes et projets de développement réalisés durant ces dernières décennies ont certes contribué à créer les conditions favorables pour dynamiser le secteur agricole, mais n'ont pas permis améliorer le niveau de vie des populations vivant en milieu rural et en zones montagneuses en particulier. En effet, malgré les potentialités et les richesses dont dispose la montagne marocaine (diversité des produits locaux de qualité, pastoralisme bien conduit, forêt, cultures spéciales telles que le safran, la rose, le henné, le cannabis, les plantes aromatiques et médicinales, etc...), leurs potentialités n'ont pas été suffisamment valorisées à travers la mise en place de stratégies appropriées en vue de générer des richesses aux populations locales. Ces zones ont enregistré un retard considérable en matière de développement, notamment économique.

Le tourisme se positionne comme une activité économiquement plus rentable que l'agriculture, activité de base de la majorité des espaces ruraux. C'est aussi une alternative pour diversifier l'économie rurale. À ce positionnement profite un ensemble d'atouts naturels et culturels qui recèle de la montagne. À l'heure actuelle, les populations, les associations locales, l'ONG et les départements ministériels et les différents projets de développement en milieu rural, le tourisme est proposé comme principale activité génératrice de revenus susceptibles de résoudre la pauvreté et améliorer les conditions socioéconomiques des locaux.

1.1 Problématique et hypothèses.

À l'heure actuelle, les différentes régions montagneuses du Maroc connaissent un ensemble de pressions traduites par une surexploitation des ressources naturelles due à la grande croissance démographique et au surpeuplement dans certaines régions ainsi qu'aux effets de la sécheresse persistante. La dégradation du milieu qui en résulte est aggravée par la vulnérabilité de nombreuses zones à écologie fragile. Cette situation est d'autant plus accentuée du fait que les zones de montagne ont connu une marginalisation, un exode rural

très important et un degré de pauvreté très élevé, qui se traduit par l'insuffisance des projets de développement socio-économique, le sous-équipement et la précarité des conditions de vie des populations locales.

Malgré que les régions de montagne au Maroc regroupent des ensembles géographiques riches en ressources naturelles, elles connaissent des retards importants en matière de développement. L'expérience en matière de développement au Maroc a démontré que les modèles mis en œuvre privilégient les zones les plus favorisées (plaines irriguées) au détriment des zones de montagne. Les conséquences directes sont que les régions de montagne se trouvent actuellement en crises qui risquent de les condamner à de plus de marginalisation.

Il y a près d'un siècle, géographes, économistes et sociologues annonçaient la « fin du territoire » et la « mort des paysans » (Martin, 2002), tout en promettant un meilleur développement humain si on suit l'industrialisation. Certes, cette tendance à l'industrialisation, accentuée par le progrès technologique et l'accélération du processus de mondialisation, a réalisé un certain progrès pour l'humanité, mais ça n'a pas empêché que la dernière décennie du dernier siècle ait connu un retour très fort de la production des territoires.

Ce retour peut se justifier par un profond désenchantement qui touche les différents coins du monde, face à l'épuisement des richesses de la terre et au partage peu équitable de leur usage et des bénéfices découlant de leur transformation. Désenchantement face aux promesses non tenues d'un meilleur développement humain. Désenchantement enfin en raison de la perte de diversité du vivant, des savoirs et des savoir-faire qui disparaissent et, globalement, des cultures locales et nationales menacées d'uniformité (Martin. 2002). Aussi, ce retour est justifié par l'état du milieu rural défavorisé qui perd sa spécificité, ce qui a entraîné l'apparition du phénomène de l'exode rural avec tous les problèmes d'ordre socio-économiques et culturels qui les a engendrés, et aussi par la saturation des différents secteurs industriels qui embauchent et qui menacent par une crise de chômage sans précédente.

Il reste nécessaire d'évoquer le consommateur, qui en devenant de plus en plus exigeant en matière de qualité, qui est persuadée que malgré les efforts déployés par les grandes entreprises en la matière (qualité), le produit caché dans les différents emballages est d'une qualité très inférieure à celle des produits traditionnels.

De ces raisons, il apparaît approprié de valoriser ces produits agricoles locaux, favorisant ainsi le développement d'activités économiques enracinées dans le territoire rural qui les a vus naître. Le Maroc dispose de tous les ingrédients de base pour la valorisation de ses produits, à savoir une large gamme de produits, de savoir-faire locaux, de terroirs tout aussi diversifiés et surtout un cadre juridique qui régit le processus de la labellisation.

Dans le processus de leur mise à niveau, il est demandé aux territoires de promouvoir et d'exploiter leurs avantages comparatifs, afin de devenir plus attractifs et compétitifs pour tirer profit de la mondialisation des échanges. Cependant, ces territoires sont actuellement confrontés à un certain nombre de problèmes, dont on trouve ceux liés à la valorisation et à la commercialisation de leurs produits. Cela est dû, principalement, au manque de services ayant pour charges la promotion du territoire.

Ainsi, est-il devenu impératif aux collectivités locales de mettre en place un ensemble d'actions directrices, et ce, en collaboration avec d'autres organismes de développement pour promouvoir l'offre territoriale en vue d'attirer les investisseurs et également fournir un cadre de vie agréable pour les habitants et les touristes. Cependant, cela nécessite la conception de l'action des collectivités locales et les autres acteurs de développement dans une vision stratégique et convergente orientée vers la connaissance des attentes des clients du territoire. Il est donc important de structurer et d'adapter l'offre territoriale en fonction des exigences évolutives de la demande.

Notre zone d'étude appartient aussi à la sphère des communes qui souffrent des problèmes et des barrières au développement que nous avons cité ci-dessus.

Après une première lecture sur l'histoire de développement de l'air d'étude il s'est avéré qu'il y a des défis majeurs auxquels il faut faire face, des problèmes structurels qu'il faut remédier et des enjeux stratégiques qu'il faut acquérir.

C'est sur cette toile de fond que notre étude va s'inscrire pour essayer de contribuer à répondre à la question suivante :

À quelle condition la mobilisation des ressources territoriales représentent un moteur de développement local ?

La réponse à cette question reste largement tributaire à la réponse aux quatre questions sous-jacentes suivantes :

- **Quels sont les facteurs humains, organisationnels, biophysiques et environnementaux qui entraînent le dysfonctionnement du système territorial à Oueltana amont ?**
- **Quelles sont les ressources territoriales dont dispose Oueltana amont ? Et de quelle manière ces ressources sont-elles disposées spatialement ?**
- **Quelles sont les modalités susceptibles de déclencher un processus adéquat et efficient des ressources territoriales à Oueltana amont ?**
- **Est-ce que la diversité des statuts des acteurs locaux représente-t-elle un frein ou un moteur dans le processus de la mobilisation des ressources territoriales ?**

Face à ces questionnements, nous proposons les hypothèses suivantes que nous souhaitons valider par notre recherche :

1.) Le renforcement des infrastructures de base du système territorial d'Oueltana amont, pourrait fonder une assise solide pour le lancement d'un développement territorial

Les infrastructures de base (eau, électricité, routes, etc.) sont des préalables de toute dynamique de développement sans quoi les populations ne peuvent s'insérer dans les circuits économiques et sociaux ni disposer des équipements et services de base (eau potable, éclairage, infrastructures sanitaires, éducation, etc.).

Selon les statistiques de l'agence pour la promotion et le développement du nord, les régions de montagne ont pendant de longues décennies vécues leur enclavement comme une contrainte au développement durable et à l'exploitation de leurs potentialités locales. Celles-ci se caractérisaient encore en 2004 par une situation économique et sociale assez précaire avec un ICDH (indicateur communal de développement humain) moyen de 0,53 dans les régions du Nord et des zones caractérisées par la faiblesse prononcée des infrastructures de base.

Dès lors, les infrastructures de base et d'appui constituent une priorité de l'intervention de l'APDN. Celle-ci s'est matérialisée par un soutien actif des programmes nationaux d'accès à l'eau potable (PAGER), d'électrification (PERG) et de construction des routes et pistes rurales.

Les résultats obtenus aujourd'hui semblent plutôt positifs avec des taux d'électrification et d'accès à l'eau potable qui convergent vers la couverture globale (taux supérieurs à 80% en 2008), toutefois l'enclavement des régions de montagne reste fort avec un taux d'accessibilité moyen proche de 50%.

De cette sorte, le processus de développement est un processus de révélation des ressources de toute nature. Il y a des ressources données considérées comme un stock et indépendamment de la production et des ressources construites en liaison avec la dynamique de développement. Les ressources intentionnellement construites peuvent l'être sur des composantes matérielles (matières premières, faune, flore, patrimoine...) et/ou idéelles (authenticité, histoire...). Ainsi à l'état initial, la ressource peut ne pas exister matériellement ou être latente : potentiel qui n'a pas été identifié comme ressource possible (Gumuchian, Pecqueur, 2007). La ressource en l'état peut être révélée par l'intention des acteurs ; ainsi, par exemple, autour de Grenoble, les chutes d'eau qui ont toujours existé ont été utilisées par A. Bergès pour en faire de la houille blanche et la base de l'hydroélectricité et du développement exceptionnel de cette agglomération.(Claude Courlet et al, 2010)

2.) La création de synergie entre les acteurs locaux dans Oueltana amont est un moteur de mobilisation des ressources territoriales

« Le développement fait intervenir de multiples acteurs sociaux, du côté des « groupes cibles » comme du côté des institutions de développement. En effet, leurs statuts professionnels, leurs normes d'action, leurs compétences, leurs stratégies différentes considérablement. Leurs enjeux respectifs ne sont pas les mêmes » (De Sardan, 1995)

Autrement dit, le développement constitue également un lieu de conflit et d'affrontement sur le plan politique comme le montre Olivier Sardan : *« le développement est clairement un lieu d'affrontement « politique », mais dans le sens où chaque acteur applique une stratégie distincte selon ses besoins et ses attentes de ce développement ; c'est-à-dire que toute opération de développement est toujours l'occasion d'une interaction entre les acteurs sociaux relevant de mondes différents(du type développeurs/développés) et des catégories variés(paysans, agents de développement, membre d'ONG), dont les comportements sont sous-tendus par des logiques et des stratégies multiples : renforcer les critères fonciers pour certains, améliorer une position institutionnelle, accroître un réseau de clientèle, gagner plus d'argent, ... » (De Sardan, 1995)*

En effet, ceci pourrait avoir comme corollaire des opinions divers, « *ces comportements contrastés et parfois variés peuvent être contradictoires, ils renvoient non seulement à des options individuelles, mais, aussi à des intérêts différents, à des normes d'évaluation différentes et à des positions « objectives » différentes. En d'autres termes, tout projet de développement apparaît comme un enjeu où chacun joue avec des cartes différentes et des règles différentes. C'est aussi un système de ressources et d'opportunités que chacun tente de s'approprier à sa manière. En gros, le développement « sur le terrain » est bien la résultante de ces multiples interactions.* » (De Sardan, 1995)

Or, la mise en œuvre effective du développement durable nécessite la participation de tous les acteurs publics et de la société civile et leur articulation aux différentes échelles de territoire : local, national, sous régional, international.

En conséquence, cette multiplicité d'acteurs et la présence d'un grand nombre d'organisations publiques posent le problème de coordination et de collaboration. Ainsi, le manque fréquent de coordination entre les organisations publiques qui interviennent dans les territoires ruraux, voire la compétition entre ces acteurs, met en valeur, en creux, l'absence d'instance ou de plateforme qui intégrerait l'ensemble des acteurs privés et publics au niveau de ces territoires. (Faysse, 2012)

3.) Le renforcement des capacités des acteurs locaux pourrait déboucher sur une mobilisation optimale des ressources territoriales

Logiques d'acteurs c'est comprendre le comportement des acteurs sur un territoire et donc leurs réactions potentielles lors de l'introduction de nouveaux projets ou programmes sur l'espace étudié. Ces logiques suivront différents objectifs (fonctions d'intérêts collectifs ou individuels) et elles sont liées à des motivations propres et multiples en fonction des trajectoires personnelles qui sont liées à la position et aux valeurs culturelles.

Le développement est clairement un « lieu d'affrontement politique » mais dans le sens où chaque acteur applique une stratégie distincte selon ses besoins et ses attentes de ce développement. Autrement dit, le développement local doit être également pensé comme une « arène politique » dans le sens où s'affrontent différents pouvoirs et groupes stratégiques hétérogènes, mus par des intérêts (matériels et/ou symboliques) plus ou moins compatibles, pour l'accès aux ressources et au pouvoir de contrôle sur la distribution de droits. (De Sardan, 1995).

Le produit de cet « affrontement » plus ou moins feutré, de cette « négociation » plus ou moins informelle, ce n'est rien d'autre que ce que devient une opération de développement en pratique, c'est-à-dire quelque chose d'imprévisible. La « dérive » entre une opération de développement « sur le papier » et une opération de développement « sur le terrain » est inéluctable, elle n'est rien d'autre que le produit de l'« appropriation » différentielle de cette opération par les différents acteurs concernés, c'est-à-dire la capacité de certains individus ou groupes sociaux à infléchir le projet à leur profit, directement ou indirectement. D'une autre manière plus précise, le développement « sur le terrain » est bien la résultante de ces multiples interactions qu'aucun modèle économique en laboratoire ne peut décrire a priori, mais dont la sociologie et l'ethnologie peuvent tenter de découvrir les modalités in situ. (De Sardan, 1995). En ce sens, le territoire est le résultat de jeux d'acteurs en relation les uns avec les autres (Angeon et al, 2006).

Une telle optique oblige à s'interroger sur les stratégies des diverses catégories d'acteurs, elle oblige à rechercher les codes sociaux et les normes de comportement qui servent de références à ces stratégies (du côté des « développeurs » comme du côté des « développés »). (De Sardan, 1995)

Une telle optique implique aussi de s'intéresser aux objectifs, souvent contradictoires, et aux motivations de chaque catégorie d'acteurs. En revanche, la mise en évidence des contradictions des comportements conduits enfin à tenter de présenter les voies d'une amélioration de l'action commune qui pourrait être menée pour réorienter les actions individuelles en faveur de développement. (Henner, 2003)

En somme, une meilleure connaissance des relations entre les intervenants dans l'application d'un projet donné permet des éclairages sur le contexte de sa réalisation et des orientations susceptibles d'avantager sa réussite. Les repères sur les logiques de comportement aident à cerner les enjeux et à poser les questions clés, pour atteindre les objectifs fixés et confronter l'accomplissement des actions arrêtées. (Larid, 2010).

1.2 Objectifs de la recherche

1.2.1 Objectif général

Dans le cadre de cette recherche, nous envisageons de poursuivre en général l'objectif de contribuer à la connaissance de la dynamique des montagnes marocaine et particulièrement la dynamique du développement spatial dans le Haut Atlas Central.

Notre but est d'éclaircir et d'approfondir la connaissance du territoire à travers l'analyse des éléments composant son image et son identité, ainsi que ses forces et ses faiblesses. Ce qui permettra d'envisager une politique d'image, et d'attractivité et de choisir le « bon » positionnement du territoire.

1.2.2 Objectifs spécifiques

D'abord, nous attendons arriver pour cette recherche, dans un premier temps, à mieux cerner la matrice conceptuelle dans laquelle se développera notre problématique. C'est un défi pour cette thèse de contribuer à la compréhension du concept de développement territorial, de ses sens et de l'utilité impérative de l'analyse spatiale comme champs de réflexion pour la vulgarisation de l'efficience du développement territorial comme modèle de développement.

Ensuite, la recherche vise à creuser la connaissance de la diversité des situations locales, et d'analyser spatialement les possibilités du développement territorial, notamment ses enjeux portés et ses limites. De même, l'étude vise à explorer les possibilités de promotion des produits agricoles locaux, comme stratégie de mise en valeur durable du monde rural, tout en ciblant la commercialisation qui présente un enjeu incontournable pour la population locale. Enfin, la présente recherche a pour troisième objectif spécifique d'élaborer une ébauche de développement territorial approprié au milieu étudié.

1.3 Méthodologie

La méthodologie adoptée pour notre travail, se base sur la mise en œuvre des méthodes qualitatives et quantitatives, pour caractériser les réalités observées dans le territoire étudié et d'identifier les ressources naturelles et humaines, qui peuvent être le levier d'un développement territorial équilibré et durable. La démarche méthodologique adoptée est articulée autour de trois phases principales : l'étude bibliographique, le travail de terrain et l'analyse des données recueillies.

L'une des plus importantes phases de la recherche, est celle de la collecte de l'information. Cependant, au moment de recueillir l'information, nous avons été dans l'obligation de diversifier les sources de provenance de cette dernière, mais aussi de la soumettre au tri pour qu'on en suture que celle appropriée aux besoins de la recherche. Toutefois, les données pour cette recherche prennent plusieurs formes. Elles sont de plusieurs types et sont construites par rapport aux stades de recherche.

1.3.1 La documentation bibliographique

L'étude bibliographique, nous a été d'une grande utilité dans la première partie de la thèse. Nous en avons eu recours pour soutirer les analyses et les éclaircissements théoriques, conceptuels et thématiques. Nous avons manifesté un grand intérêt pour ce niveau de source de l'information. Notre intérêt a surtout porté sur les références scientifiques traitant la question du développement territorial et du développement en général. Nous avons aussi fait recours aux références scientifiques empiriques traitant la question du développement local en zone de montagne. Les principales ressources bibliographiques consultées sont:

- Les ouvrages, les thèses et des articles qui nous ont permis de faire des lectures sur le thème, la méthodologie et les approches.

- Les documents et les monographies produits par les administrations.

Cependant, ces dernières, les références dédiées à la problématique du développement local dans notre zone de l'étude, sont rares et ne fournissent que très peu d'information. De ce fait, on a fait recours au travail de terrain.

1.3.2 Un travail de Terrain

Le terrain pour la partie empirique de notre thèse constitue la principale source d'information, parce qu'il est la solution la plus efficace, pouvant remédier à l'inefficacité et à l'incohérence de l'information soustraite des autres sources susmentionnées.

Toutefois, la collecte de l'information à partir du terrain s'est organisée en trois opérations. La première est l'étape de reconnaissance de la zone de l'étude, cette étape permet le contact direct avec les composantes physiques et humaines du système territorial local. Quant à la deuxième opération, elle est une série de sortie sur le terrain, pour l'objectif de l'observation et le repérage des éléments pouvant constituer la base mobilisateur du système de développement territorial approprié. Après ces deux premières étapes, vient une troisième opération, celle de l'investigation du terrain.

Plusieurs types d'outils ont été adoptés pour l'investigation sur le terrain et cela selon le principe de la triangulation qui conditionne la fiabilité des données pour la méthodologie de l'étude de cas. Nous avons donc, réalisé des enquêtes par questionnaire avec des ménages afin de nous arrêter sur leurs différents aspects démographiques, et socioéconomiques. Des entretiens semi-directifs ont été menés d'une part, avec les différents acteurs et d'autre part, avec la population et les intermédiaires. De plus, nous avons adoptés le focus group comme un outil d'évaluation de la qualité des données et du travail d'investigation en général.

1.3.3 L'enquête.

L'enquête ménage a été réalisée dans le cadre d'une recherche d'un complément d'information sur les différents aspects démographiques, et socioéconomiques. Elle a été réalisée sur la base d'un échantillon représentatif mis en œuvre par un sondage aléatoire (10% de chefs de ménages par commune)

La collecte de l'information par la technique de l'échantillonnage se propose d'être un choix raisonnable et approprié. Parce que cette technique peut garantir une information pertinente et rigoureuse, car cette information se prête à la manipulation de l'analyse de la probabilité, donc elle peut être testée et généralisée. Ainsi cette information peut répondre à l'exigence particulière de cette thèse, à savoir une information précise et représentative de la réalité.

Tableau 1: nombre de ménages enquêtés par commune

| Commune territoriale | Population | Nombres de ménages | Nombre de chefs de ménage enquêté |
|-----------------------------|-------------------|---------------------------|--|
| TIFNI | 11760 | 1987 | 198 |
| SIDI BOULKHALF | 15625 | 2179 | 217 |
| AIT BLAL | 7770 | 1082 | 108 |

1.3.4 Les entretiens

1.3.4.1 Entretien semi directif auprès des acteurs.

Afin de recueillir le maximum d'informations relatives à notre étude, nous avons choisi comme outil d'investigation l'enquête par entretien semi-directif. Nous pensons qu'elle constitue le moyen le plus pertinent qui va nous permettre d'apporter des éléments réponses aux questions, que nous nous sommes posées dans le cadre de notre problématique.

Grawitz (2001) rapporte que « *c'est un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication, pour recueillir des informations en relation avec le but fixé* », cette situation implique un « *contrat de communication* » (Blanchet, 1991). Aussi, cet outil d'investigation permet d'échapper au risque de laisser dans l'ombre des éléments de réponse qui pourraient avoir de grande importance pour notre étude.

Dans notre étude, l'entretien nous a permis de nous informer sur le rôle de la commune dans le développement en essayant d'analyser avec les interviewés les actions qui ont été effectuées par les communes de Ouelтана amont. L'entretien nous a permis également de

saisir les différents facteurs qui peuvent influencer la participation des intervenants au développement (élus locaux, population locale, personnel de la commune, investisseur, et autorités locales).

A l'inverse de l'enquête par questionnaire, l'entretien se caractérise par un contact direct entre le chercheur et ses interlocuteurs et par une faible directivité de sa part. Ainsi l'intérêt de faire parler l'interlocuteur, de le mettre en situation de s'exprimer plus longuement et plus librement, de dire spontanément des choses qui lui viennent à l'esprit par association d'idées à propos et quelques fois sans rapport avec le thème abordé. Nous avons choisi comme type d'entretien, l'entretien semi directif.

Pour réaliser la collecte des informations qui nous sont indispensables, nous avons élaboré un guide d'entretien thématique. L'élaboration de ce guide a été faite dans le cadre des objectifs visés par notre étude. Il s'articule autour des principales thématiques suivantes :

- Le rôle des communes Oueltana amont dans le développement territorial.
- Les actions réalisées par les communes.
- La participation des acteurs locaux au processus de développement territorial.
- Les limites de la participation de ces acteurs

1.3.4.2 Entretien auprès de la population et intermédiaires

Les entretiens menés auprès de la population et des intermédiaires ont été effectués suivant deux types : des entretiens semi-directifs (**1 et 2**) au nombre de deux (producteur et intermédiaire) avec des questions préalablement établies, et des enquêtes-interviews non directives (**3**) menées auprès des personnes ressources, durant la phase exploratoire.

Les entretiens semi-directifs ont porté sur un échantillon constitué de **30** agriculteurs et agricultrices, et **5** intermédiaires (grossiste et revendeur), en vue de cerner les circuits de commercialisation, l'évolution des prix et la destination des produits de la région. **20** des entretiens ont été réalisés avec les hommes et **10** auprès des femmes.

Les grandes lignes discutées dans notre entretien semi-directif, et qui sont d'ordre qualitatif, dépouillent les caractéristiques socio-économiques de la population, les différentes formes d'organisation des acteurs, leurs stratégies d'achat et de vente, la circulation de l'information, les conditions de stockage et de transport, les fonctions de la commercialisation puis les contraintes diverses, les données quantitatives collectées concernant les coûts des

opérations (transport, conditionnement...etc.), aux prix d'achat et de vente et aux quantités vendues et achetées.

1.3.5 Focus groups

Dans le focus group, on élabore et on thématise un objet social. Un groupe de discussion ou un focus group ont quelque chose d' « *une société pensante en miniature* » (Kitzinger, 2004)

Afin de répondre à nos objectifs de recherche, nous avons utilisé les focus groups à différents stades :

Des focus groups de **commencement** : accompli à un stade initial de la recherche, afin de diagnostiquer d'une manière globale avec la population les potentialités de la région en produits de terroir. Cela nous a donné l'opportunité de nous repérer dans notre champ d'investigation et d'affiner nos questions de recherche.

Des focus groups **d'aboutissement** : réalisés à un stade avancé de notre recherche, pour mieux approfondir la compréhension des données déjà collectées, ainsi que d'évaluer la qualité des données et du travail d'investigation en général.

Tableau 2 : les différents stades de l'utilisation de focus groupe

| Focus Group | Communes | Douar | Taille | Thématique |
|----------------------|----------------------------------|--|----------------------------------|---|
| Commencement | Sidi boukhalif Ait blal Tifni | Taghbaloute Tizi nobadou timdoygha | 4 hommes 5 hommes 7 hommes | Les productions agricoles de la commune La commercialisation de noyer, l'amandier la vigne, le thym |
| | Tifni | Almssa | 3 femmes | L'agriculture Pratiques agricoles Le rendement |
| Aboutissement | Sidi boukhalif Ait blal Tifni | Targua Tampssif Tizi | 6 hommes 3 hommes 4 hommes | Les contraintes de développement de l'agriculture de territoire étudié Projet proposé pour le développement de la zone Validation de quelques données recueillies pendant la période d'investigation. |

1.3.6 Outils de traitement et d'analyse des données

Le traitement des données est adopté pour croiser les données et spatialiser les phénomènes. Pour cette raison nous avons opté pour quatre types d'analyses :

1.3.6.1 Analyse statistique quantitative

L'analyse statistique se concentre sur le traitement des données quantitatives pour approcher les réalités démographiques, socio-économiques et naturelles des communes concernées par ce travail. SPSS est un logiciel qui offre de multiples possibilités pour gérer entièrement le processus analytique. Il permet de réaliser aussi bien des tableaux que des diagrammes pour appréhender la complexité du contexte naturel et humain local, ainsi que la répartition de quelques activités dans le territoire.

1.3.6.2 Analyse qualitative : la photographie

La photographie est de plus en plus utilisée en sciences humaines et notamment dans l'étude du comportement du consommateur. Certes, il est devenu très facile de prendre des photographies sur un terrain de recherche. Mais, rares sont encore les travaux qui donnent à l'image un rôle aussi important que celui conféré par exemple à une analyse statistique ou à une analyse lexicale. (Dion et al, 2005).

« La photographie comme support d'informations et instrument de recherche n'est pas très valorisée dans nos sciences sociales, alors que d'autres disciplines comme la géologie, l'archéologie, l'astronomie ou même la médecine, reconnaissent dans l'image photographique un outil indispensable utilisé selon une méthodologie bien codifiée ... » (Piette, 1992)

Initialement, la photographie a été considérée comme un moyen d'enregistrement des éléments visuels du terrain. Elle a été utilisée par les naturalistes et les archéologues pour attester de l'existence des faits observés mais aussi faciliter la prise de notes sur le terrain. Plus rapide et plus précise qu'un croquis, les photographies permettent d'enregistrer les multiples détails relatifs aux faits observés et de prolonger l'étude terrain en laboratoire.

La majorité des ethnologues ou des anthropologues ont utilisé la photographie comme un moyen d'investigation ou plus exactement comme un moyen de recueil des informations. Malinowski (1922) qui, entre 1915 et 1918, fut l'un des premiers à utiliser la photographie dans son étude sur les Trobriandais. Dans la description qu'il donne de ses options méthodologiques, il n'évoque pas l'usage de la photographie comme moyen d'investigation. Il se contente de souligner la nécessité de procéder à une description systématique et, au cours de son analyse, il étaye son discours en renvoyant le lecteur aux diverses photographies utilisées dans l'étude.

Mead et Bateson (1942), ont développés une méthodologie qui utilise la photographie comme un véritable matériau de recherche et non pas comme une simple preuve. Mead

précise que les comportements identifiés dans *Balinese Character* ont été mis en évidence à partir de l'analyse des photographies et que les photos ne représentent aucunement un miroir de ces patterns (Worth, 1980). En ce sens leur approche diffère par exemple de celle de Malinowski (1920) qui considère la photographie exclusivement comme une matière à témoignage. (Dion et al, 2005).

La prise de vues peut servir à des fins de mémoire ou d'étude des évolutions lentes, par exemple sur des années. Cette utilisation rejoint celle des géographes ou des archéologues (Webb, Boyer, & Turner, 2010). « La pratique d'enquête dite par « rephotographie » a aussi été au service de travaux militants pour la sauvegarde des territoires sauvages. Les images sont utilisées comme une façon directe de témoigner des changements, de faire la preuve visuelle de la transformation ou de la disparition de certains paysages (Klett, 2011). Plus rarement, cette technique a été mise au service l'enquête compréhensive, afin de mettre en évidence les changements sociaux » (Rieger, 2011 cité par Meyer, 2017).

Malcolm Collier a ainsi photographié une vallée du Nouveau-Mexique depuis le même rocher sur une période de 18 ans afin de visualiser et de mesurer comment se partageait l'occupation des sols entre les Hispaniques et les Anglo-Américains.

De ce fait, la photographie peut être utilisée comme matériel de recherche et non plus simplement comme une illustration. Certains chercheurs préfèrent ne pas intégrer de photographies (Collier, 2003). Cependant l'observation instrumentée par la photographie n'est pas une panacée. Elle n'est jamais indépendante des autres sources d'information. Il ne faut « pas croire qu'on sait parce qu'on a vu » (Mauss, 1969).

Dans notre cas d'étude, La photographie nous a permis de mettre en œuvre un certain nombre de thèmes comme : les potentialités naturelles, le patrimoine matériel et immatériel de la zone d'étude, et aussi pour montrer le retard en matière d'équipement et en infrastructure de base de système territorial d'Ouelтана amont. De même, la prise de photos est complétée par d'autres techniques de collecte d'information : entretiens, observations ...etc. « *Mixer les techniques d'approche du terrain permet de générer des perspectives différentes par rapport à la question de recherche. Le chercheur doit procéder à une triangulation des données. Il doit mettre en perspective et comparer les données visuelles et textuelles obtenues par le biais d'entretiens ou de récits de vie* » (Belk et al, 1989 cité par Dion et al, 2005)

1.3.6.3 Analyse cartographique

La compréhension des territoires nécessite le recours à des outils spécifiques permettant

de représenter la complexité .ainsi, l’outil privilégié devient progressivement la représentation graphique .celle-ci a un véritable rôle de médiation : il s’agit de représenter des phénomènes complexes sous une forme simple et compréhensible. L’utilisation de la cartographie nous apparaît utile dans le diagnostic du système territorial d’Oueltana amont, pour faire ressortir les divergences et les convergences existantes et les mettre en perspectives.

L’approche cartographique fait partie de la méthodologie de notre recherche. Elle a été adoptée pour décrire comment se présente actuellement les différentes dimensions du système territorial local pour l’ensemble de la zone de l’étude et aussi de sortir avec une discrimination spatiale de ces dimensions. D’autre part nous allons saisir leur variation diachronique afin de conclure sur l’ampleur de l’évolution de la situation territoriale locale.

Nous avons fait recours à l’analyse cartographique à l’aide du logiciel de cartographie ARCGIS 10. 3, et nous avons aussi utilisé les représentations graphiques à l’aide du tableur Excel. « *Le système d’information géographique (SIG) ne doit pas être confondu avec un simple outil de cartographie.il permet en effet des analyses élaborées en croissant facilement les données connues sur un lieu en testant des implantations d’équipements et des réseaux*» (Goeury et al, 2016). Ainsi, l’identification de la variation spatiale et temporelle de l’utilisation des sols dans la zone d’étude repose sur les données de la télédétection.Ces données acquises sont traitées et analysées par lelogiciel de traitement d’image Erdas Imagine 2014.

La puissance de l’outil informatique a révolutionné la perception du territoire. Les multiples interfaces graphiques permettant de reconstruire les dynamiques d’évolution passées mais aussi de proposer des scenarii futurs (Goeury et al, 2016).

1.3.6.4 L’analyse de contenu

Raymond (1968), estime que l’analyse du contenu est une technique de recherche qui a pour objet, une description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste de la communication. Notre démarche s’est conformée en effet à cette définition. « *L’analyse de contenu a pour objet de rechercher dans les messages oraux ou écrits, des éléments objectifs, quantifiables, qui peuvent en relever de sens* » (Dany, 2016)

Les résultats des entretiens et des questions ouvertes réalisés avec les différentes catégories des enquêtes sont étudiés grâce à la technique de l’analyse du contenu. Les enregistrements issus des entretiens et des focus groups sont exploités de façon minutieuse afin de déceler les informations nécessaires à notre travail.

1.4 Approches

Pour mener notre recherche, nous avons recouru aux approches et méthodes suivantes :

1.4.1 L'approche territoriale

L'approche territoriale « *prend en considération toutes les liaisons, toutes les interactions mises en œuvre dans un territoire qui est constitué par plusieurs institutions ; par exemple, elle englobe aussi bien les entreprises que les associations, les administrations comme toutes les autres forces vives* » (El khazzar, 2004)

La mise en place de cette nouvelle approche fait appel à l'analyse systémique dans laquelle le territoire, système productif et société locale ne peuvent plus être traités séparément. Le territoire ne peut être appréhendé par l'étude de ses parties prises isolément ; il est appréhendé à travers tout ce qu'il englobe de densité humaine et sociale et de sédimentation historique. Dans ce nouveau cadre, le spatial redevient alors une condition du développement au même titre que le politique, le social et l'économique. Quatre sphères sont ainsi mises en évidence : la sphère politique, la sphère économique, la sphère sociale et la sphère spatiale. (El khazzar, 2004)

Des relations d'autorité, d'influence, de domination, de conflit de coopération, de négociation et donc, de pouvoir vont se manifester, tant entre les sphères qu'à l'intérieur d'elles-mêmes. Et c'est de la confrontation de ces forces, en présence, que naîtra le territoire doté d'un développement qui lui est propre.

À partir de ce qui précède, on peut dire que le développement ne peut se faire sans tenir compte des différentes dimensions et des différentes composantes du territoire.

1.4.2 Approche systémique

Notre problématique s'intéresse à l'étude du développement local dans le Haut Atlas Central et par définition, le développement local est l'ensemble des interactions orientées des différents éléments hétérogènes et endogènes « homme/espace », qui sont portés par et pour la communauté locale, et qui font et défont l'espace géographique pour la perspective d'un éventuel équilibre territorial. Ainsi le développement local est un système d'actions territorialisées portés par et pour un système d'acteurs locaux pour créer et pérenniser leur développement. De ce fait, Notre inscription dans l'approche systémique, d'une part elle nous a permis de représenter la structure et le fonctionnement du système territorial d'Ouelтана Amont dans son environnement, d'autre part parce qu'elle dépasse la simple description d'éléments pour étudier leurs relations et leurs actions sur le système et son environnement, c'est-à-dire ce qui

entoure le système. Elle peut permettre de comprendre la place des éléments dans leur système, leur incidence. Plus que l'étude de la place d'un élément vis-à-vis d'un autre, elle étudie l'action engendrée par un ou l'ensemble des éléments, la manière dont ils s'organisent ou s'autoproduisent. Il s'agit de prendre en compte plusieurs dimensions d'un phénomène étudié pour pouvoir l'analyser. Pour Roger Brunet (1997), l'analyse systémique permet de « mettre en lumière les interactions entre populations et ressources, information, capital, moyens de production, ainsi que les échanges d'énergie avec l'environnement des systèmes ». La systémique (la science du système), appliquée en géographie, a pour but d'essayer de rendre compte de la multiplicité des facteurs (ou des éléments) permettant d'expliquer et de comprendre tout phénomène géographique. Elle a donné lieu à une géographie systémique, où par exemple les lieux sont étudiés à travers leurs interactions spatiales : « tout lieu est plongé dans un certain nombre de champs qui contribuent à en déterminer le système et ses transformations » (Brunet, 1997).

Selon J.D.Rosnay (1975), l'approche systémique est une approche commune permettant de mieux comprendre et de mieux décrire la complexité organisée...C'est une nouvelle méthode d'organisation des connaissances visant à rendre l'action plus efficace et différente de l'action analytique. Cette même approche est parfois qualifiée d'approche globale, ou d'approche intégrée « *Si on cherche à développer des populations humaines ou sociétés données, on doit impérativement changer d'approches, car l'approche analytique utilisée en science de la matière s'avère moins efficace pour étudier ou comprendre des réalités complexes intéressant la vie et les comportements humains en générale* » (Boukhari et al 1994). Alors les raisons de l'adoption de l'approche systémique s'explique par les facteurs / avantages suivants :

- le milieu où opèrent les interventions de développement est un milieu socioéconomique caractérisé par une réalité « complexe », qui ne peut être cernée par des approches analytiques simplistes et fragmentaires, d'où l'intérêt de l'approche systémique qui s'inspire du paradigme « système », qui forme une moule adaptée à tous les niveaux d'organisation, des plus simples (groupe, famille, ménage, etc.) au plus complexe (population, communauté...). (De Rosnay, 1975)

- L'échec des interventions en termes de réalisation et d'efficacité justifie l'avènement de l'approche systémique. qui a pour finalité « l'augmentation de l'efficacité de l'action » (De Rosnay, 1975).

CHAPITRE DEUXIEME : AUTOUR DES CONCEPTS

Introduction

Ce deuxième chapitre entend circonscrire le cadre conceptuel de notre étude. Il s'agit d'explicitier, à la lumière de la littérature scientifique disponible, les concepts de base contenus dans le sujet :

- Le concept de développement territorial
- Le concept du marketing territorial
- L'approche Marketing du Développement Local
- Le Rôle de la commercialisation et du marketing dans la valorisation des produits locaux

2.1 Le concept de développement

Le concept de développement a vu le jour au cours de ces quarante dernières années et a fait l'objet d'innombrables réflexions, études, précisions et critiques lui faisant connaître de nombreux apports théoriques.

Après la Seconde Guerre mondiale, toute une partie de la pensée sur le développement s'est présentée comme une science nouvelle, et à ce moment la théorie de développement se présente de manière très axiomatique, comme la seule façon évidente de conceptualiser le développement. À cette époque, c'est aussi une science aux ambitions gigantesques qui promettait tout simplement de mettre fin à la pauvreté de masse qui était présentée comme la caractéristique de base des trois quarts de l'humanité (Peemans, 2002).

Cette pensée sur le développement a d'abord cherché à construire le concept de son absence, défini comme le « sous-développement », vu comme le manque de développement. En effet, c'est à travers cette référence, que s'est tentée la transformation conceptuelle d'une catégorie générale ancienne, « le progrès », en une nouvelle catégorie contemporaine : le développement est devenu un terrain privilégié d'investigation pour de nombreuses disciplines. Elle est un carrefour très fréquentés par des spécialistes très divers.

Selon PEEMANS (2002) « *le domaine de développement parvient à se renouveler continuellement, parce qu'il est au centre des conflits d'acteurs qui veulent, impulser à chaque époque en relation avec le contexte historique, une certaine conception du développement qu'ils cherchent à imposer à travers diverses stratégies et divers modèles économiques, politiques ou culturels.* ». D'où il ne faut pas s'étonner des contradictions, voire des incohérences que l'on peut trouver dans les approches thématiques du développement ;

elles révèlent seulement l'évolution des manières de penser les problèmes. Dans le même sens AROCENA (2002) affirmait que « *ceux qui ont proposé l'utilisation de cette notion se sont considérés eux-mêmes développés, c'est-à-dire, comme appartenant à des sociétés ayant atteint l'âge mûr .ils devaient alors étendre les bénéfices de la maturité a toute la planète* »

Le développement des sociétés a été souvent conçu comme résultant du progrès économique, dans c'est qu'il découlait essentiellement de la capacité de production, de croissance et de modernisation .Ce modèle a été largement critiqué dans la mesure où il faisait des besoins réels de l'homme.

2.1.1 Essais de définition

Développer, « *c'est supprimer les obstacles institutionnels, politiques et culturels à l'épanouissement de la personnalité de chacun et de tous, c'est-à-dire lever le plus possible les blocages de toute nature de façon à favoriser les transformations positives des idées vers une situation meilleure et plus adaptée au contexte vécu* » (Sachs, 1994)

La FAO (1995) définit le développement comme étant « *un changement socioéconomique planifié aux fins de l'amélioration des conditions de vie, pour les personnes travaillant dans le développement ; le but est de promouvoir un changement qui conduit à la durabilité, à l'égalité et à l'efficacité*».Les efforts de développement ont donc pour point de départ un certain potentiel qu'il s'agit de faire valoir et amplifier.

Pour sa part, PERROUX (1981) considère le développement comme étant « *la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître cumulativement et durablement son produit global* ». Une telle combinaison passe, certes, par la satisfaction progressive des besoins fondamentaux des hommes, mais elle s'inscrit à long terme dans une logique qui remet en cause les analyses sectorielles .pour épouser des concepts forts, tels que la vision holistique et la durabilité. La dimension holistique nous impose de reconnaître aux sociétés leurs complexités internes : économiques, sociales et culturelles, ainsi que l'épaisseur de leur trajectoire historique, alors que la durabilité suscite une prise en considération des besoins des générations futures, dont le processus de développement ne doit pas être compromis par les comportements des générations présentes.

De même, nous décelons dans la définition de PERROUX l'importance donnée à la population en tant qu' « acteurs dynamiques » qui se prennent en charge pour accroître ces richesses.

Par ailleurs, et depuis les dernières années, il y a eu un consensus pour considérer que le développement impliquait aussi bien l'amélioration du niveau de vie que l'accès à l'information et au confort. NAJIM et VEDELAGO (2001), en introduit la dimension éthique et en considérant que « *le développement consiste à surmonter toutes les formes de non-libertés qui restreignent le choix des gens et réduisent leurs possibilités d'agir...* »

Soutenir un effort de développement serait de militer pour un progrès et une croissance multidimensionnels : économique, politique, sociale et culturelle, et dont les corollaires seraient une réelle « *transformation sociale et une modernisation des structures traditionnelles* » (Bennouna, 1999). La modernisation, dans ce cas, est une recomposition sociale qui doit s'effectuer par le bas au niveau des localités et des organisations de proximité.

Il s'ensuit donc que, quel que soit l'usage que l'on en fait, la notion de développement implique nécessairement la mobilisation des ressources humaines, physiques et culturelles et un contexte politique et institutionnel adéquat à même d'amorcer des changements quantitatifs et qualitatifs tenant compte aussi Bien du présent que de l'enracinement culturel des populations concernées.

2.1.2 Le territoire

Le concept de territoire commence à s'imposer dans les champs politiques et académiques. Cet espace géographique ou administratif se transforme en un espace de proximité institutionnelle, devenant un référent pour les projets des acteurs locaux. Ces projets transforment le territoire, qui se présente comme une réalité dynamique en permanente construction. (Redondo-Toronjo , 2007)

Actuellement, l'étude de la notion de territoire devient fondamentale en sciences humaines, comme le démontre la publication importante de nombreux travaux à ce sujet ces dernières années, et cela dans différents champs disciplinaires. Dans leurs travaux, Leloup, Moyart et Pecqueur (2004) expliquent les caractéristiques de la notion de territoire.

- Le territoire est un système dynamique complexe construit par une pluralité d'acteurs qui se situent dans des espaces proches (proximité géographique) et qui sont en interrelation grâce à certaines normes communes (proximité institutionnelle).

- Le territoire est un espace ouvert et, comme tel, il existe un échange de relations avec d'autres espaces territoriaux. Les frontières de ces territoires peuvent être définies par des critères politico-administratifs mais ces frontières peuvent aussi être déterminées par des réseaux physiques et humains, formels ou informels.
- Le territoire se construit socialement à partir de l'identification de problèmes communs et à partir de l'appropriation et la transformation des ressources du territoire qui ne sont pas encore valorisées. Ses limites seront déterminées par la forme dans laquelle vont évoluer les processus d'appropriation des ressources de la part des acteurs territoriaux.
- Le territoire compris comme un système se nourrit des échanges et des relations, emboîté dans un ensemble d'autres espaces qu'il influence et qui l'influencent réciproquement.
- Le territoire est un système complexe qui s'autorégule et dont l'autonomie dépend de son identité, de son histoire et de sa propre dynamique, différente de celle des autres territoires. Selon ces caractéristiques, le territoire se définit comme une intersection de réseaux (physiques et humains, formels et informels), de stratégies et d'interdépendances entre les partenaires. C'est donc un lieu de négociation, de production et de partage d'un futur commun.

Le territoire possède donc de multiples dimensions. Se construisant à partir des interactions entre ses acteurs et de ceux-ci avec l'environnement, il comprend des espaces naturels différents, chacun avec des fonctions différentes, nécessaires pour la vie humaine ; c'est la source des valeurs culturelles, des coutumes d'une société. Il faut donc repenser le territoire comme un système spécialisé d'acteurs avec une capacité stratégique pour son autoproduction. Cette capacité ne provient pas de manière exclusive de la politique ou de l'économie, mais d'un comportement systématique du territoire organisé (Boisier, 2003). Ces différents niveaux d'intervention, ainsi qu'une multiplicité et variété d'acteurs, augmentent de plus en plus la complexité des politiques publiques. (Redondo-Toronjo, 2007).

2.1.3 Territoire et développement

En se déplaçant de la théorie pour observer les réalités concrètes, le rapport entre groupe et territoire se complique. En se limitant à la société rurale marocaine on peut se rendre compte du nombre d'écueils que rencontrerait toute entreprise qui veut développer ce rapport entre groupe et territoire. Le plus important à prendre en compte est la multiplicité des groupes qui structurent la société rurale, depuis la famille jusqu' à la tribu, en passant par douar et fraction, et les territoires qui leur correspondent.

L'identité d'un groupe à l'entité territoriale, le douar, n'est qu'une des formes que prend la multi appartenance qui caractérise les individus et les groupes. La multiplicité des territoires et leur emboîtement (territoires de douar, de fraction, de tribu, de commune, de circonscription électorale) a pour corollaire la multi appartenance des groupes, et notamment ceux des échelons élémentaires, à savoir la famille et le douar. Pour illustrer ce propos, l'exemple du groupe familial est édifiant. Une famille rurale se réclame de son douar, de sa fraction et de sa tribu. Elle est concentrée, à des degrés variables, par le devenir du territoire de chacune de ces entités. Par ailleurs et depuis la mise en place d'une administration moderne pour quadriller le territoire marocain, de nouvelles entités administratives et territoriales sont apparues et se sont superposées à la structures tribale. L'horizon de rattachement des familles s'élargit. Le groupe familial s'identifie de plus en plus, sa commune, sa caïdat, à sa circonscription électorale, etc. Le loyalisme et l'engagement de la famille dans le projet de construction territorial de chacune de ces entités seront variables selon l'intérêt et le profit qu'elle attend, et tout récemment, du niveau d'appropriation de la nouvelle culture de participation et d'auto développement qu'elle s'approprie.

La multiplicité des territoires de référence et de rattachement de groupes humains implique différents niveaux de mobilisation de l'action collective par des groupes différenciés. Par action collective, il faut entendre l'effort d'un groupe pour « *innover, valoriser, les ressources, favoriser le développement des activités économiques, agir dans la sphère politique, participer à la gestion de la chose publique au niveau local, etc.* ». La multiplicité des territoires et des groupes qui les correspondent pose la question des choix parmi ces niveaux de mobilisation de l'action collective, le niveau pertinent pour l'action et l'observation des processus de développement que cette action produit (Mahdi, 2006)

Au vu des choix stratégiques nationaux en matière de développement et des expériences de développement rural conduites à leur lumière, il semble que tous les agents de développement soient unanimes autour de cette maxime de la pensée, et de l'action qui veut que l'on doive « *penser globalement et agir localement* ». Cet axiome qui a le mérite de souligner la complémentarité d'échelles, réserve l'action à l'échelle locale. En effet, l'expérience en milieu rural marocain a montré que les actions aux niveaux les plus élémentaires de la structure sociale, à savoir le douar ou l'infra douar (lignage, ménage, individu) ont plus de chance de réussir. C'est également à ces mêmes niveaux où sont observés les processus de développement et des expériences de construction de territoire significatif, l'expérience des projets de mise en valeur Bour (PMVB) et celles de certains ONG sont instructifs et abondent en enseignement dans ce sens.

Ces entités mènent leur « entreprise de développement » de façon assez autonome, mais non tout à fait indépendante. Dans chaque situation sont aménagées des situations particulières d'intégration des territoires locaux à des espaces plus globaux. Que ce soit par l'émigration nationale et internationale, par le marché des produits agricoles, comme les fruits ou par l'activité touristique, les douars sont de plus en plus connectés aux petits centres urbains les plus proches, les grandes villes du royaume et à des métropoles occidentales. Ce qui implique des interrogations sur la nature des relations avec ces différents espaces et la manière dont ces relations influent sur la nature des processus de développement et sur la notion du territoire. Il n'est pas exagéré de dire que de plus en plus le territoire du douar est prolongé et intégré dans des espaces plus globaux (Mahdi, 2006).

2.2 Le développement territorial

2.2.1 Emergence du développement territorial

Si l'on parlait, il y a quinze ans, de développement local, il semble préférable de parler aujourd'hui de développement territorial puisque ce développement ne doit pas être ramené à la seule petite dimension .le local tel que nous l'entendions n'est pas localiste, nous lui substituerons donc le terme de territorial. (Pecqueur, 2005)

En première analyse, le développement territorial peut être défini comme tout processus de mobilisation des acteurs qui aboutit à l'élaboration d'une stratégie d'adaptation aux contraintes extérieures, sur la base d'une identification collective à une culture et à un territoire. La définition comporte donc trois affirmations qui appelleraient, chacune, de longs développements. En bref, le développement territorial ne peut se décréter et reste une construction d'acteur, même si des politiques publiques appropriées peuvent la stimuler dans la durée. (Pecqueur, 2005) Stratégie d'adaptation vis-à-vis de la globalisation, elle permet aux acteurs des territoires de réorganiser l'économie locale face à la montée des concurrences à l'échelle mondiale. Enfin, le mécanisme de territorialisation repose sur le principe de spécification des actifs, c'est -à-dire la recherche de la ressource propre au territoire qui lui permet de se différencier de son voisin plutôt que d'être en concurrence sur des productions standards .Le système territorial d'acteurs peut donc prendre des formes très diverses (districts industriels, clusters, ou tout autre mode d'organisation productive). Sa caractéristique de base est la mise en place, inscrite dans l'histoire longue, d'un processus de construction par les acteurs. Elle n'est donc pas seulement une modalité d'optimisation de dotations en facteurs censés préexister. En d'autres termes, la dynamique territoriale de

développement vise à révéler des ressources inédites et c'est en cela qu'elle constitue une innovation.

2.2.2 Construire une dynamique territoriale

Si l'on a défini plus haut la dynamique particulière du type «territorial» comme un processus originale de développement, nous nous heurtons à une difficulté relative au statut du territoire qui sert de support à cette dynamique. En réalité, le discours sur le territoire recouvre de façon souvent indistincte, deux définitions différentes :

Le territoire donné : c'est la portion d'espace (le plus souvent d'un découpage infranational) constituée qui est l'objet de l'observation. Dans ce cas, on postule le territoire comme préexistant et on analyse ce qui s'y déroule. C'est en quelque sorte le territoire a priori, pour lequel on ne cherche pas à analyser la genèse et les conditions d'élaboration, mais qui constitue un support. Il s'agit généralement d'un territoire institutionnel : région, canton, cercle, etc.(Pecqueur 2005)

Le territoire construit : dans cette perspective, le territoire est le résultat d'un processus de construction par les acteurs. Le territoire n'est pas postulé, il est constaté a posteriori. Cela veut dire que le territoire construit n'existe pas partout et que l'on peut donc se trouver en présence d'espaces dominés par les lois exogènes de la localisation et qui ne sont pas des territoires.(Pecqueur 2005)

Dans le discours, les deux conceptions du territoire sont souvent confondues et l'on ne peut pas exclure l'une au profit de l'autre. IL faut donc comprendre que le territoire est à la fois le contenant et l'issue d'un processus d'élaboration d'un contenu.

2.3 Le développement durable appliqué à l'aménagement du territoire

Le concept de l'aménagement du territoire s'est imposé en langue française dans les années 1960 grâce à des auteurs tels que J. Lajugie (1964), J. Gottmann (1966), J. Labasse (1966) ou M. Rochefort et al (1970). Il se définit d'abord par sa finalité que l'on peut, comme J.-L. Piveteau (1979) assimiler à une réponse à des contradictions spatiales, contradictions qui ont cru avec le temps en raison de la multiplication des occasions de dysfonctionnement (liées généralement au développement industriel et urbain), des déséquilibres spatiaux (principalement régionaux) et des destructions (notamment de l'environnement écologique et du patrimoine).(Merenne-Schumaker, 2010)

Il s'explique aussi par le changement d'attitude des pouvoirs publics et par les nouvelles compétences de ces derniers en matière de gestion de l'espace. Toutefois, l'aménagement du territoire est une réalité multiple ce qui explique l'existence de nombreuses définitions parmi lesquelles nous en avons retenu deux. L'une qui met d'avantage l'accent sur l'action et les cadres territoriaux et l'autre sur l'art et la technique d'agir. La première issue « des mots de la géographie » (Brunet et al, 1998) assimile en effet l'aménagement à l'action volontaire et réfléchie d'une collectivité sur son territoire, soit au niveau local (aménagement urbain, rural, local), soit au niveau régional (grands aménagements régionaux, irrigations), soit au niveau national (aménagement du territoire). Le territoire étant pour les mêmes auteurs une maille de la gestion de l'espace, un espace approprié avec sentiment ou conscience de son appropriation et relevant d'un Etat, une notion à la fois juridique, sociale, culturelle et même affective.

La deuxième définition est celle proposée par le Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement (Merlin et al, 1996) : l'aménagement du territoire est, dans ce cas, l'art ou la technique (plutôt que la science) de disposer avec ordre, à travers l'espace d'un pays et dans une vision prospective, les hommes et leurs activités, les équipements et les moyens de communication qu'ils peuvent utiliser, en prenant en compte les contraintes naturelles, humaines et économiques, voire stratégiques.

L'aménagement du territoire apparaît, dès lors, bien comme une intervention des hommes sur leurs espaces avec différents objectifs : réduire les disparités, apporter des réponses aux dysfonctionnements, lutter contre la dégradation des cadres de vie... On y retrouve le concept de physical planning chez les auteurs anglophones, ainsi que le souci de mieux s'organiser pour le futur en cherchant à combiner des finalités de trois ordres : économiques, sociales et écologiques. L'aménagement du territoire a ainsi intégré trois dimensions majeures (économiques, sociales et environnementales) qui deviendront plus tard les trois piliers du développement durable.

2.3.1 Naissance du concept de développement territorial durable

Le concept de développement territorial est, pour sa part, plus récent, selon Benhayoun et al. (1999). Il date de la fin des années 1990 et il est rarement défini et recouvre en fait des réalités diverses à la rencontre du développement local ou régional, du développement durable, de l'aménagement du territoire ou encore de la gestion territoriale (Benhayoun et al, 1999).

À travers les multiples écrits dans la littérature, ce qui semble faire consensus, c'est la volonté de remettre, au centre de la problématique du développement, le territoire avec ses ressources, ses contraintes et ses spécificités non seulement matérielles mais encore immatérielles comme les acteurs et leur mode de fonctionnement. En outre, le développement cherche à construire le futur d'un territoire en exploitant les atouts et en réduisant les faiblesses internes tout en profitant des opportunités et en cherchant à faire face aux menaces externes, ce qui explique le recours très fréquent à une analyse SWOT (Atouts, Faiblesses, Opportunité et Menaces) dans la plupart des projets de développement territorial (Jungers et al, 2004).

2.4 Le concept du marketing territorial.

Dans le cadre de cette étude, la notion du marketing territorial est définie en tant que l'art de positionner un territoire en lui octroyant, dans un cadre concurrentiel, une place et image spécifique et différenciée dans l'esprit du client (investisseur, touriste, consommateur..).

Néanmoins dans ce qui suit, l'ensemble des notions et concepts qui constituent la démarche MT sont élucidés pour mieux aider le lecteur de s'approprier de l'étude ici présentée.

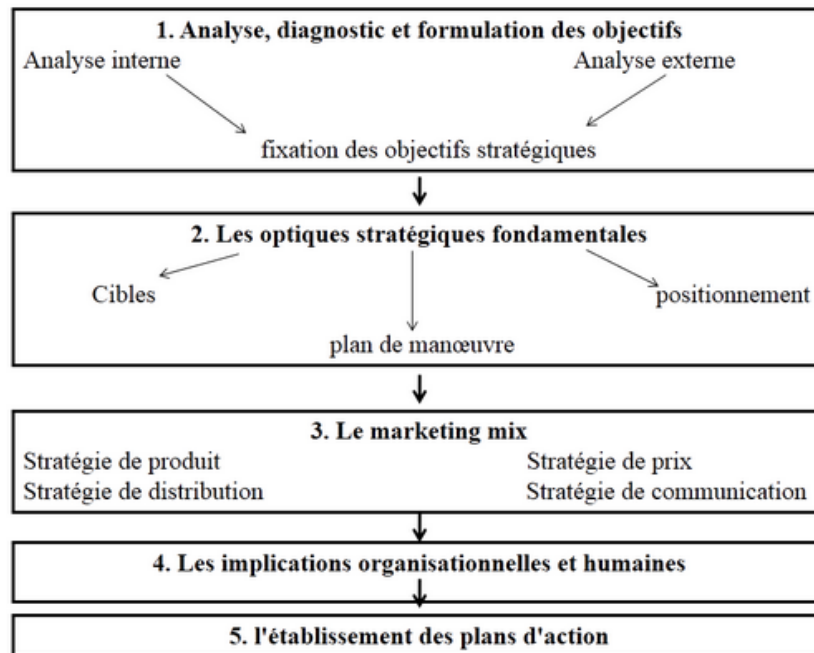
2.4.1 Notion du marketing

Le marketing est un concept relativement récent, dans la mesure où il remonte au début du XX^{ème} siècle. Il s'est développé dans le domaine commercial avant de se propager dans d'autres champs d'application, notamment les domaines de la culture, du social, de politique.

Le marketing peut être conçu comme une démarche de découverte et d'analyse. En effet, le marketing est une démarche qui consiste à découvrir et à analyser les besoins latents ou exprimés d'une population afin de concevoir et de mettre en œuvre une politique adaptée et répondant aux attentes de la totalité ou d'une partie de la population considérée (Azouaoui, 2006). Dans cette définition, l'auteur insiste sur l'esprit marketing comme étant un processus où un certain nombre d'étapes sont à suivre pour le mettre en pratique. La démarche du marketing distingue deux niveaux importants :

- 1-** Le niveau stratégique qui consiste à connaître le marché, l'environnement, la concurrence et à définir les objectifs et les moyens pour les atteindre.
- 2-** Le marketing opérationnel qui met en œuvre l'ensemble des décisions prises au niveau stratégique.

Afin d'établir une stratégie marketing, on distingue cinq phases importantes comme le montre la figure n°2 suivante :



Source : ARNOULT, (2006)

Figure 2 : montre les phases d'une stratégie marketing

Phase 1 : il s'agit de deux analyses, une interne et l'autre externe, et ce sont détaillées dans le tableau n° 3 suivant :

Tableau N°3 : les composantes de l'analyse interne et l'analyse externe dans la démarche marketings

| Analyse externe | Analyse interne |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Macro-environnement • Etude du marché • Analyse de la concurrence | <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des performances (ventes, parts de marchés...) • Analyse de la marque • Analyse du portefeuille de clients • Analyse de la stratégie marketing |

Source :ALLARD, (2009)

Ces deux analyses permettent de déceler des opportunités, des menaces, des forces et des faiblesses du marché, afin de fixer des objectifs stratégiques chiffrés (rentabilité/retour sur investissements, volume et parts de marché, image de marque) (Allard,2009).

Phase 2 : cherche à positionner les produits dans l'esprit du consommateur face à existante et cibler le marché consiste en l'établissement du profil de la clientèle potentielle.

Phase 3 : ses activités s'articulent autour de l'établissement de stratégies ayant trait au marketing mix où l'on essaye d'intégrer l'ensemble de stratégies depuis la définition du produit jusqu'à la livraison à la clientèle.

Phase 4 : consiste à identifier les moyens humains et matériels à mobiliser afin de mettre en œuvre les plans d'action.

2.4.2 Transposition conceptuelle du marketing au niveau territorial

Selon AZOUAOUI (2006), le marketing est l'ensemble des méthodes et moyens dont dispose une organisation pour développer et promouvoir, auprès des publics cibles, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs.

En transposant cette définition au niveau territorial on a :

- ensemble des méthodes et moyens : signifie le diagnostic territorial, actions promotionnelles...
- une organisation : il s'agit d'un territoire (région, ville, campagne..) ;
- publics cibles : il ne s'agit pas des consommateurs au sens strict du terme mais des usagers, des habitants, des commerçants, des touristes, des entreprises, organismes... ;
- comportements favorables : le marketing cherche à agir sur les comportements : achat d'un produit, adhésion à une cause, participation à la vie locale....

2.4.3 Concept du marketing territorial

Le marketing territorial « *est un champ de recherche nouveau et peu exploré par des chercheurs en science de gestion au Maroc. Plusieurs acceptation ont prévalu au fil du temps : le marketing territorial s'est parfois réduit à de la communication territoriale ou à la seule problématique de l'implantation de nouvelles entreprises dans le territoire en question. Et ce n'est qu'au milieu des années 90 que celui-ci est intégré dans un cadre global du développement local* » (Azouaoui, 2006).

Le marketing territorial est l'ensemble d'actions visant à attirer des entreprises sur un territoire, à faciliter l'activité de celles-ci et à promouvoir globalement une image favorable du territoire. Il est aussi une forme moderne de management des territoires permettant d'élaborer une stratégie, une personnalité claire débouchant sur un positionnement non confus permettant de développer la notoriété et l'image de marque du territoire.

DUPÉ (2007) a signalé dans son travail du master I « Le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local touristique et culturel ? » que le marketing territorial représente l'art de positionner un village, une ville, une région, une métropole sur le vaste marché mondial, en se basant sur les facteurs typiquement territoriaux qui puissent attirer des investissements industriels, des touristes, des travailleurs spécialisés, des sièges sociaux de

corporations, des succursales de distribution, des commerces, des services spécialisés, des agences publiques, des expertises techniques, etc.

Le marketing territorial est l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur valeur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Cette activité est généralement pilotée par des agences de développement pour le compte des autorités publiques ou d'acteurs privés. (Gollain, 2010)

Le marketing territorial de point de vue des collectivités locales, peut être défini, comme étant les activités ou les actions, individuelles ou collectives, entreprises pour attirer des nouvelles activités dans le territoire choisi, afin de faciliter l'expansion des organisations locales implantées et de promouvoir une image globale favorable. (Texier et al, 1992)

Les actions du marketing territorial sont finalisées dans la mesure où elles visent la réalisation d'un objectif principal qui est le développement local. C'est dans ce contexte que SAVIDAN (2007) a synthétisé les objectifs en marketing territorial qui sont de deux types dans la figure N°3 suivante :



Figure 3 : les objectifs de marketing territorial

source : Savidan, 2007

Ce schéma peut être traduit comme suit : l'attraction des clients (les entreprises, les touristes) et leur satisfaction permettent d'augmenter les biens qui arrivent sur le territoire. Les échanges financiers deviennent ainsi multipliés et le pouvoir d'achat des habitants augmente et par conséquent le territoire tend vers le développement.

En conclusion on peut dire que le MT est une démarche visant à augmenter la capacité du territoire à attirer plus d'investissements et de consommation par le biais du développement d'une offre territoriale appropriée à la demande de localisation. (Hatem, 2008)

2.4.4 Historique du marketing territorial

Le marketing territorial est une discipline en cours de structuration. Mais, dont certaines pratiques peuvent remonter au 19^{ème} siècle. En effet, le marketing territorial est le fruit d'une

évolution historique, passé par plusieurs phases importantes (Vallery,2003) :

- **Des années 60 jusqu'à la fin des années 70** : le marketing territorial consistait à cette époque à promouvoir les territoires comme les villes nouvelles d'aménagement du littoral ;
- **Les années 80** : le marketing territorial se présente comme un outil de gestion de l'identité. Il opte à une approche sectorielle et opérationnelle en favorisant l'implantation des entreprises tout en développant la promotion des collectivités territoriales, c'est l'ère de la publicité ;
- **Les années 90** : le marketing territorial dépasse toutes les analyses restrictives pour être au service d'un développement global du territoire. C'est dans ce contexte que plusieurs études traitaient le marketing territorial et le développement local, ainsi que le marketing territorial et la réflexion stratégique ;
- **En 2000** : le marketing territorial consiste à promouvoir toute action qui contribue à réaliser les critères de la bonne gouvernance locale. Selon kherdine(2014) « *c'est est une démarche qui vise à élaborer, sur la base de la connaissance de l'environnement (géographique, démographique, culturel, économique, social, politique), l'offre territoriale par les dirigeants élus au sein d'une collectivité territoriale (ville, conseil général, conseil régional) en vue d'assurer son adéquation permanente à diverses cibles (touristes, résidents, associations, entreprises, investisseurs...) tout en poursuivant les missions d'intérêt général auprès de tous leurs administrés et ce, quelle que soit l'hétérogénéité des éléments d'identité qui compose le territoire dont ils ont la charge* » (kherdine,2014). *Il endosse plusieurs missions. Tout d'abord, celle de connaître au mieux l'environnement de l'organisation. Ce rôle est devenu crucial lorsqu'on considère la concurrence qui s'est instaurée entre les collectivités territoriales. Ensuite, l'élaboration de la stratégie pour la collectivité territoriale revient à ajouter aux missions légales des missions volontairement privilégiées par les décideurs locaux*»(Chamard et al,2009).

2.5 Intérêt de l'approche du marketing territorial

Le marketing territorial est un outil indispensable permettant de promouvoir l'attractivité territoriale dans un contexte concurrentiel à l'échelle mondiale. Il offre un cadre de réflexion stratégique permettant d'améliorer la compétitivité des territoires. L'intérêt de la démarche marketing territorial se présente comme suit :

- Le marketing apporte une culture de la demande qui invite à l'observation, à l'écoute, à la négociation ;
- il permet de répondre aux attentes des investisseurs et des clients du territoire lors de l'élaboration des stratégies visant à rendre le territoire attractif ;
- le marketing territorial permet de faire des choix stratégiques en tenant compte des potentialités et particularités de la région ainsi que de la concurrence sur le marché mondial ;
- le marketing territorial vise à renforcer l'attractivité des territoires notamment en engageant des actions de promotion.

2.6 Types du marketing territorial

Le marketing territorial représente l'art de positionnement d'un territoire national, régional ou local sur le vaste marché mondial. Il a pour objectif de mettre en place une stratégie visant à améliorer l'attractivité territoriale et à accroître la compétitivité du territoire concerné face à la concurrence en adaptant l'offre territoriale à la demande.

C'est pour cela que la démarche marketing territorial commence par un diagnostic territorial, permettant de choisir les segments ciblés et de positionner l'offre du territoire sur des créneaux porteurs. Egalement, il permet d'identifier l'image que revêt le territoire ainsi que celle que l'on veut promouvoir. Ces éléments constituent le **marketing stratégique**.

La partie opérationnelle du marketing territorial peut être fondée sur ce que l'on appelle le marketing-mix dont les facteurs déterminants sont : produit (Product), prix (Price), promotion (promotion) et distribution (Place) (AMIL et al, 2006). A ce concept de marketing-mix classique, s'ajoutent d'autres composantes, relatives au Partenariat et à la Participation, vu leur importance dans le développement territorial.

2.6.1 Marketing stratégique

Pour plus de détail, le marketing stratégique comporte plusieurs éléments notamment l'offre territoriale, la demande territoriale, la segmentation, le positionnement et l'image. (Azouaoui, 2006).

➤ Offre territoriale

L'offre territoriale est l'ensemble des biens, services, prestations ou plutôt d'attributs qu'offre un territoire à ses clients. Elle n'est pas une notion simple en présentant un certain nombre de caractéristiques qui sont de nombre de trois à savoir : 1) complexes ; 2) évolutives ; 3) dépendantes de plusieurs opérateurs.

➤ **Offre complexe**

On peut distinguer entre une offre de territoire dans laquelle ce dernier est vu comme un simple lieu d'implantations, c'est le cas d'une région pour une multinationale. Et une offre dans laquelle le même territoire est le cadre d'exercice de l'activité de l'entreprise, d'où la focalisation sur les caractéristiques économiques présentes (marchés, fournisseurs, main d'œuvre. . .) (Azouaoui, 2006).

➤ **Offre évolutive :**

L'offre du territoire, ainsi que son image et sa notoriété ne sont pas figées mais plutôt évoluent dans le temps. En effet, la diversité des interlocuteurs (citoyens, investisseurs, organisation non gouvernementales touristes...) qui rend toute stratégie territoriale difficile dans la mesure où le comportement de ces interlocuteurs est ambivalent, c'est-à-dire que leurs attentes et leurs besoins ne sont pas figés mais plutôt ils évoluent dans le temps et dans l'espace (Azouaoui, 2006).

➤ **Offre dépendante de plusieurs opérateurs**

L'offre territoriale est une offre collective, sa promotion nécessite la participation d'un grand nombre d'acteurs locaux ; les organisations non gouvernementales ; les élus locaux ; les CRI ; les citoyens... bref tout personne physique ou morale appartenant au territoire (Azouaoui, 2006).

Ces différentes caractéristiques ont des implications importantes au niveau du marketing dans la mesure où les actions à entreprendre dépendent largement de la nature des variables sur lesquelles il faut agir. Les actions marketing à entreprendre selon le degré de complexité de l'offre territoriale sont synthétisées dans le tableau N°4 suivant :

Tableau N° 4 : Actions du marketing à entreprendre selon les caractéristiques de l'offre territoriale.

| Caractéristiques | Implications marketing |
|---|---|
| Offre complexe | Communiquer l'offre, faciliter son évolution et insister sur des références déjà existantes sur le territoire |
| Offre évolutif | Faciliter l'évaluation de l'offre et fournir un suivi et une étude permanente des différentes variables susceptibles d'évoluer dans le temps. |
| Offre dépendante de plusieurs opérateurs | Les acteurs de développement territorial doivent agir en pleine cohérence afin de mieux coordonner leurs actions et répondre ainsi aux attentes des clients du territoire |

Source : AZOUAOUI, 2006

L'analyse de l'offre du territoire consiste alors en l'identification des activités et des créneaux les plus prometteurs, qui ont le plus de chances de se développer en fonction des caractéristiques propres du territoire et des tendances économiques et sociales.

➤ **Demande territoriale**

Etudier la demande consiste à identifier le profil des investisseurs et touristes potentiels. Il s'agit de comprendre le processus de la décision de localisation et les facteurs qui influencent cette décision. Le client potentiel, notamment l'investisseur, ne se contente pas de demander des avantages matériels mais examine également les services immatériels de l'offre territoriale (les services d'aide à l'investissement, la proximité des marchés et des fournisseurs...).

En effet les investisseurs se focalisent davantage sur des éléments qui, concernent la gestion politiques tels que l'intégrité et la transparence dans l'administration, la garantie de l'Etat de droit contre la concurrence déloyale (contrebande et secteur informel) (Amil et al, 2006).

➤ **Segmentation**

La stratégie de segmentation consiste à fractionner un marché global en segments homogènes par rapport à un critère de sélection. La cible représente le segment que les représentants territoriaux décident de satisfaire en priorité (Amil et al, 2006).

➤ **Positionnement**

Le positionnement d'un territoire consiste à lui donner une position spécifique dans l'esprit des clients (investisseurs et consommateurs) et le différencier clairement de la concurrence, de façon à faire épanouir l'offre territoriale et en assurer la viabilité dans le contexte de la globalisation (Amil et al, 2006).

➤ **Image**

L'image d'un territoire exprime l'identité et la vocation culturelle que ce dernier s'est donné à développer et à promouvoir. Elle est issue d'une représentation globale des diverses perceptions fondées avant tout sur la réputation mais aussi sur le visible et le mouvement. L'image est un patrimoine collectif qu'il faut entretenir et valoriser. Elle doit pour cela être reconnue et susciter la plus large adhésion afin que chaque citoyen en soit naturellement porteur (Amil et al, 2006).

2.6.2 Marketing opérationnel

Il correspond à ce qu'on appelle le marketing mix territorial, en comprenant plusieurs composantes à savoir le produit, le prix, la distribution et vente, la promotion, le partenariat et la participation.

➤ **Produit**

A partir de l'offre territoriale globale, on définit les produits adaptés à chaque segment ciblé. En effet, Pour répondre aux attentes des clients, il faut mettre en place une politique du couple «Produit territorial / Services » qui consiste à organiser la mise en valeur de l'offre territoriale en association avec une gamme de services. Il s'agit tout d'abord de promouvoir les performances et avantages de l'environnement d'affaires proposé par le territoire. Ensuite, en se basant sur le diagnostic territorial, on identifie les atouts comparatifs face aux concurrents pour les transformer ultérieurement en arguments de vente du territoire. A cette démarche on associe aussi les prestations de services proposées par le territoire aux cibles visées (services à l'implantation, recherche de partenaires, identifications de sites d'implantation, recherche d'aides publiques, service «après-vente », etc.) (Gollain, 2008).

➤ **Prix**

La politique de Prix est plus complexe à définir pour un territoire que pour une entreprise. En effet, le prix résulte d'une négociation entre le client et les représentants territoriaux. Prenant le cas des investissements, il s'agit de trouver un compromis entre la demande des investisseurs en termes d'avantages liés à l'implantation et les impacts économiques et sociaux de la décision d'implantation. (Gollain, 2008).

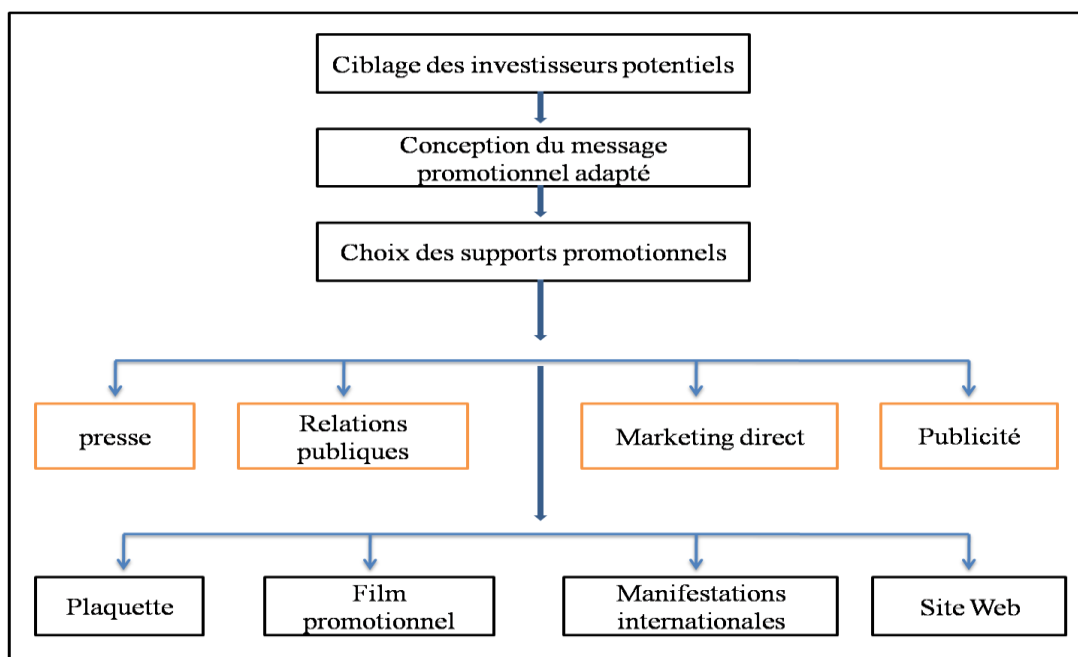
➤ **Distribution et vente**

A la différence du marketing des produits, la distribution ne se limite pas à des points de vente bien précis. Le circuit de distribution est plus large et peut être conçu dans une large mesure par l'intervention de tous les citoyens. En ce qui concerne les touristes, les tours opérateurs et les agences de voyages jouent le rôle de distributeur de l'offre touristique du territoire (Gollain, 2008).

➤ **Promotion**

La promotion de l'offre du territoire constitue une étape importante dans le processus du marketing territorial. Les étapes et les supports de la promotion de l'offre territoriale sont illustrés dans la figure n° 4 suivante :

Figure n°4: Etapes et supports de la promotion de l'offre territoriale



Source : AMIL et al, (2006)

➤ **Partenariat**

Il est certes que les composantes classiques (4P) du marketing-mix, permettent à un territoire de fixer des lignes d'orientation de l'action des agents de développement territorial. Mais, pour lutter contre l'action isolée des acteurs économiques, il est inéluctable de promouvoir des partenariats innovants et intégrateurs. On parle de partenariat lorsque deux ou plusieurs acteurs mettent en contribution leurs moyens humains, financiers, techniques ou autres, pour la réalisation d'une action commune. Il est devenu un mécanisme incontournable de coopération, permettant de converger les efforts dispersés des différents acteurs de développement et de rassembler leurs moyens, en vue de réaliser des actions concertées (Amil et al, 2006).

➤ **Participation**

C'est une condition indispensable de la bonne gouvernance locale et par conséquent au bon développement local. En effet, la population joue un rôle très important au niveau de la planification territoriale, de l'élaboration et de la mise en œuvre du projet du territoire (Amil et al, 2006).

2.7 Principes et démarche du marketing territorial

Les 8 principes à respecter pour mener un bon marketing territorial

D'après GOLLAIN (2008), vouloir mener une démarche de marketing territorial suppose de respecter un certain nombre de principes dès l'origine. Ces principes sont au nombre de huit :

Premier principe : ne pas confondre marketing d'entreprise et marketing territorial

En se basant sur les composantes stratégiques et opérationnelles du marketing, les points de différence entre le marketing territorial et le marketing commercial sont résumés dans le tableau n° 5 ci-dessous.

Deuxième principe : identifier l'échelle géographique pertinente (la destination)

Le marketing territorial se doit d'être adapté à l'échelle géographique la plus pertinente au regard du public auquel il s'adresse. En effet, pour évaluer leurs investissements, les entreprises s'intéressent en priorité à un espace économique cohérent au regard des marchés et non pas à un espace géographique issu d'un découpage administratif (Gollain, 2008).

Troisième principe : s'organiser et organiser la démarche

Selon GOLLAIN (2008), la réussite d'une démarche de marketing territorial repose sur la constitution d'une équipe motivée et organisée. Il faut également constituer une importante base d'informations économiques et concurrentielles afin de faciliter et renforcer la démarche d'ensemble de marketing territorial. Ce qui ouvre la porte sur la notion du marketing territorial.

Tableau n° 5: les points de différence entre le marketing territorial et le marketing commercial.

| Désignation | Marketing commercial | Marketing territorial |
|--------------------------|--|---|
| Concurrence | La compétitivité des entreprises peut déboucher vers la faillite de celles qui ne peuvent pas avoir des parts de marché. | Le marketing territorial n'a pas pour objectif de pousser la concurrence jusqu'à la création d'un déséquilibre important entre territoires. |
| Politique d'image | La communication permet de placer une image du produit dans l'esprit du consommateur | La politique d'image du territoire est plus complexe. La vocation culturelle du territoire revêt aussi une importance particulière. |
| Produit | La demande des consommateurs comprend des éléments bien définis en termes de qualité et de prix. | La demande des investisseurs est plus complexe. Elle englobe un ensemble d'éléments matériels et immatériels. |

| | | |
|------------------|--|--|
| Prix | Le prix est fixé à partir du prix de revient et du consommateur ciblé. | La notion de prix ne se limite pas à la valeur marchande du site d'implantation des entreprises. Il doit intégrer le coût du service offert et les apports indirects apportés par l'environnement territorial. |
| promotion | Les actions de publicité et de communication se font en utilisant des arguments de qualité ou de prix. | Il s'agit de promouvoir le territoire dans son ensemble en se basant sur les créneaux porteurs. Les acteurs locaux ainsi que la société civile participent à cette action |

Source : AMIL et al, (2006)

Quatrième principe : mobiliser les acteurs pour construire et agir collectivement

Le marketing territorial est une démarche collective. En effet, pour être pleinement efficient, il est essentiel d'arriver à mobiliser les acteurs clés du territoire pour toutes les étapes de la démarche : de la conception de la stratégie marketing jusqu'à la conduite de l'action.

Cinquième principe: créer de la confiance

La confiance est un ciment essentiel en marketing territorial. Elle doit être présente dans plusieurs niveaux :

- Entre les acteurs porteurs de l'offre territoriale et plus globalement sur l'ensemble de la chaîne des acteurs contribuant à la promotion et l'accueil d'investisseurs
- Dans la relation entre l'investisseur potentiel et les acteurs du territoire.

Sixième principe : être transparent

La transparence est une pratique nécessaire en matière de construction d'une stratégie collective de marketing territorial. Tout au long du processus, tous les partenaires impliqués doivent avoir accès à l'ensemble des informations disponibles.

Il est sûr que le plan de marketing stratégique est une affaire confidentielle, pour ne pas diffuser sa stratégie à ses concurrents, mais un certain nombre d'orientations globales doivent être accessibles à tous.

Septième principe : s'appuyer sur la stratégie économique territoriale

D'après la plupart des responsables d'agences et de services de développement économique, concevoir, puis piloter une stratégie marketing est facilitée si le territoire dispose en amont d'une stratégie économique territoriale ou plutôt une stratégie de développement local.

Huitième principe : Placer la satisfaction du client au cœur de la démarche
le marketeur territorial doit être capable de placer la compréhension et la satisfaction des attentes des clients au cœur de la démarche.

2.7.1 La Démarche méthodologique du marketing territorial

La démarche proposée par Gollain, (2008) est composée de neuf étapes qui sont comme suit :

Etape 1 : placer l'information au cœur de la démarche

L'élaboration d'une stratégie de MT suppose de placer l'information, et plus généralement la connaissance au cœur de la démarche. En effet, il s'agit de se donner la capacité de recenser l'information sur l'offre territoriale et de collecter toutes les données et informations pertinentes sur les marchés c'est-à-dire sur la demande. Ce qui nous renvoie sur la notion de l'intelligence territoriale qui suppose la mise en place d'un processus de prise de décision territoriale basée sur l'exploitation de l'information pertinente.

Etape 2 : analyser les marchés

En effet, les études de marchés sont coûteuses en temps et moyens. Pour cela, il est nécessaire de concentrer le champ de l'analyse, en cernant préalablement les marchés pour lesquels le territoire envisage de se positionner.

Etape 3 : étudier l'environnement des marchés

Il s'agit de l'environnement démographique, politique, économique, technologique et culturel.

Etape 4 : évaluer la position concurrentielle de l'offre territoriale

L'évaluation de la position concurrentielle de l'offre territoriale, s'effectue en sous étapes suivantes:

- Etude de l'offre territoriale
- Etude de l'offre des concurrents
- Compétitivité prix du territoire

Etape 5 : synthétiser l'évaluation de l'offre territoriale au regard de la demande et des conditions de marché

Sur la base des 4 étapes précédentes, et pour chaque segment du marché étudié, il est possible de construire un tableau de synthèse permettant de formuler un indice synthétique sur le niveau d'opportunité à accorder au segment étudié. Ce tableau synthétise pour chaque segment analysé, les critères ayant trait aux opportunités de l'environnement et à la compétitivité prix du territoire.

Etape 6 : définition des objectifs stratégiques

La définition des objectifs stratégiques est une étape importante qui matérialise les choix marketing du territoire. Ces objectifs peuvent être ambitieux mais doivent être proportionnés aux possibilités réelles du territoire telles qu'elles ont été analysées dans les étapes précédentes.

Etape 7 : positionnement du territoire

Consiste à donner à l'offre territoriale une position spécifique dans l'esprit du client et la différencier clairement de la concurrence.

Etape 8 : détermination des variables du marketing mix territorial

Les 6 variables suivantes du marketing mix territorial sont particulièrement utiles pour construire le plan d'actions adapté à chacune des cibles retenues : produit, prix, promotion, placement, partenariat et participation. En effet, les deux premières concernent l'offre que le territoire va faire à ses clients potentiels, les deux suivantes visent à stimuler directement les résultats en matière d'attractivité et les deux dernières variables sont des moyens d'actions qui vont contribuer à stimuler indirectement la demande.

Etape 9 : plan d'actions

Le processus d'élaboration de la stratégie marketing mené jusqu'à présent débouche, lors de cette étape, sur la rédaction du plan détaillé du marketing territorial. Cette étape est cruciale car ce plan servira de « feuille de route » pour les marketeurs territoriaux. Concrètement, cette dernière étape comprend plusieurs phases successives : rédiger de manière synthétique le plan de marketing territorial, construire le calendrier précis des actions de la première année, élaborer les tableaux de bord de suivi du plan d'actions et préparer les éléments d'évaluation des actions déjà réalisées.

2.8 L'approche marketing du développement local

Le marketing territorial est un outil qualitatif au service du développement local dans la mesure où il permet la promotion d'un territoire donné, par le développement de son

attractivité aux investisseurs ainsi qu'aux consommateurs de ses produits et services, ce qui permettrait au territoire de générer de l'emploi. En effet, le marketing territorial est une approche pour rendre le territoire plus compétitif, avec toutes les conséquences sur le développement et le bien-être de la population.

2.8.1 Offre du territoire catalyseur de son attractivité

L'attractivité territoriale est la capacité d'un territoire à attirer des investisseurs et/ou des consommateurs de biens et services territoriaux. Si on prend le cas des investisseurs, l'attractivité territoriale est perçue dans une perspective dynamique, car il s'agit du résultat dialectique, d'une part, de la demande d'avantages de localisation qui permettent à certaines firmes de renforcer leur compétitivité sur le marché mondial et d'autre part, de l'offre de ces avantages par le territoire (Azouaoui, 2006).

2.8.1.1 Facteurs d'attractivité

Selon AZOUAOU (2006), on distingue quatre types de facteurs qui peuvent développer l'attractivité d'un territoire : les facteurs économiques, la position géographique, les facteurs humains et la dynamique culturelle.

➤ Facteurs économiques

Parmi les facteurs économiques, on en distingue le tissu productif, qui doit disposer d'une infrastructure industrielle suffisamment diversifiée et communicationnelle pour faciliter l'accessibilité aux ressources et services nécessaires.

➤ Position géographique

Ce facteur concerne principalement le secteur du tourisme. En effet, l'existence d'un potentiel touristique est facteur essentiel pour attirer les touristes. A titre d'exemple, les villes en bord de mer (Salé, Saidia, Agadir, Essaouira, Tanger...), à proximité de la montagne (Ifrane, Marrakech...) ou connues par un climat ensoleillé (Ouarzazate, Merzouga, Zagora..) sont les destinations touristiques les plus appréciées au Maroc.

➤ Facteurs humains

Avant de choisir définitivement un lieu d'implantation, les investisseurs procèdent à une recherche minutieuse sur un certain nombre de variables à savoir :

- L'existence de main d'œuvre qualifiée et d'un bon marché est une des conditions sine qua non pour le choix d'un territoire ;

- La relation entre les acteurs locaux est un facteur humain fondamental pour développer l'attractivité. L'existence d'une relation de coopération entre les acteurs développeurs territoriaux est un signe positif dans la mesure où elle traduit une volonté commune et un désir de coopérer pour assurer un même destin pour le territoire ;
- L'existence d'une identité territoriale, qui exprime la volonté des habitants de partager dans un même territoire les mêmes valeurs et le même destin, reste un élément d'attractivité considérable pour de nombreux investisseurs.

➤ **Dynamisme culturel**

Selon AZOUAOUI (2006), «un territoire économiquement attractif est un territoire qui l'est d'abord culturellement ». En effet, la notoriété des événements culturels et la présence de formes artistiques nouvelles reflète la nature des dynamiques locales et contribuent au rayonnement du territoire.

2.8.1.2 Positionnement du territoire

Le territoire doit disposer d'un positionnement clair. En effet, vendre des territoires, c'est vendre une promesse de travail mais aussi de vie sociale, et de vie culturelle. Prenant le cas du Maroc avec les exemples suivants :

- Kelaa Magouna a développé sa notoriété toute entière sur les roses grâce à la fête des roses qui a eu lieu chaque année ;
- Souss est très connue par l'arganier ;
- Sefrou connu par la fête des cerises.

La remarque la plus importante à ce niveau est que les territoires marocains se font des positionnements sans le savoir. Ce sont des positionnements qui ont été associés à des événements occasionnels, c'est à dire qu'ils sont élaborés de façon hasardeuse. Alors que le positionnement territorial nécessite une approche professionnelle fondée sur des bases solides qui permettent au territoire de se démarquer par rapport aux concurrents.

Alors, pour répondre aux aspirations collectives des clients, il faut intégrer une démarche et un état d'esprit nouveaux et réfléchir au positionnement du territoire. Un positionnement est une reconnaissance identitaire dans un environnement concurrentiel.

Selon AZOUAOUI (2006), trouver un positionnement pour un territoire consiste d'abord à définir celui des autres concurrents. Dans cette optique la méthode à suivre consiste en quatre étapes :

1. Réaliser des enquêtes afin d'établir les principaux critères de choix du territoire par les clients qui l'ont déjà choisi ;

2. Etablir un questionnaire pour une étude quantitative à partir des critères définis dans l'étape précédente ;

3. Faire des évaluations de similarités et de différences entre les différents territoires concurrents ;

4. Déterminer les critères qui laissent le territoire se différencier par rapport aux autres territoires concurrents.

Il convient de souligner que, quel que soit le positionnement à établir pour le territoire, il ne devrait pas se faire en dehors de la réalité de ce dit territoire ; autrement dit : le positionnement de la zone d'étude devrait se baser sur les caractéristiques réelles du territoire, bref sur la politique d'offre territoriale de la zone. Sachant que l'erreur fréquente est de croire qu'on peut élaborer un positionnement au travers d'une agence de communication. On demande alors à cette dernière d'imposer une idée de que le territoire devrait être, et non pas de ce qu'il est. (Azouaoui, 2006).

2.8.2 Marketing territorial est un outil de la promotion des investissements

Un bon développement local repose impérativement sur le fait que la collectivité locale devrait assurer une bonne gestion et une rationalisation des moyens et ressources dont elle dispose afin de créer de la richesse. Aussi, la création de la richesse suppose le développement de l'attractivité du territoire afin d'inciter et de motiver des investisseurs et entreprises pour y investir et le rendre ainsi comme bassin d'emploi et générateur de valeurs ajoutées. Pour ce faire le territoire est censé connaître le mode de raisonnement des entreprises (processus du choix du lieu d'implantation) ainsi que les techniques marketings susceptibles d'influencer les investisseurs potentiels pour opter au territoire en question. En effet, pour mieux agir, il convient de bien cerner le comportement de l'investisseur qui a pour objet de déterminer les facteurs clés de localisation. Après la collecte d'informations, l'investisseur retient généralement quelques alternatives qu'il va évaluer. (Azouaoui, 2006)

A ce niveau les acteurs du développement local devraient connaître la grille d'évaluation de l'investisseur et développer ainsi les critères importants aux yeux des investisseurs. En outre, avant de choisir le lieu d'implantation, les investisseurs procèdent aussi à des visites de terrain afin de mieux approcher le territoire. Ces visites répondent à 3 objectifs principaux :

- 1- Vérifier la validité des données déjà rassemblées et confirmer les premières impressions ;
- 2- Compléter les connaissances et obtenir des informations plus qualitatives ;

3- Etablir ou renforcer des contacts avec des personnes clés (autorités, centre régional d'investissement, investisseurs nationaux ou étrangers déjà en place...).

Dans ce cadre, il convient d'accueillir les investisseurs potentiels afin de leur présenter l'ensemble d'information nécessaire pour les convaincre à opter pour le territoire.

2.8.3 Rôle de la communication territoriale dans le développement local

Le développement d'une stratégie d'offre territoriale de qualité est une condition sine qua non pour assurer un développement local sain. Néanmoins, le savoir-faire n'est jamais suffisant, il faut le compléter par le faire savoir. De là, émerge la nécessité de développer une stratégie de communication autour du territoire.

2.8.3.1 Définition de la communication territoriale

La communication territoriale est l'échange d'information entre une collectivité locale et un ou plusieurs acteurs quels que soient les supports et les modes de cet échange (Azouaoui, 2006). La communication territoriale comporte deux catégories, la première est interne en ciblant les habitants du territoire et la deuxième externe, aussi appelée extraterritoriale, cible ceux susceptibles de venir vivre, consommer ou investir sur le territoire (les entrepreneurs, les investisseurs, les touristes...).

2.8.3.2 Objectifs et rôles de la communication territoriale

Pour faire connaître ou faire utiliser une offre territoriale, il faut mettre en œuvre des méthodes d'information et de publicité. La communication locale devrait poursuivre plusieurs objectifs. Tout d'abord, elle consiste à renforcer le sentiment d'appartenance en informant les citoyens-clients et en leur facilitant l'usage des services, recueillir leur souhait pour améliorer le service et l'information. En outre, la communication territoriale permet de développer la notoriété et accueillir les nouveaux clients du territoire et faire connaître les résultats des actions en visant la participation des citoyens-clients à la réflexion sur les projets et à la préparation des décisions ainsi que de valoriser l'action des acteurs locaux.

La communication territoriale peut obéir à différents objectifs qui consiste en la promotion :

- l'attractivité des territoires vis à vis d'une audience externe
- Les missions et les réalisations de la collectivité ;
- les causes d'intérêt général ;

- la participation des populations.

2.8.3.3 Les moyens de la communication territoriale

La communication territoriale revêt des formes différentes qui sont attachées à des missions qu'il convient de distinguer car elles impliquent, à des degrés très variables, le besoin de communiquer. ZEMOR (1995) a distingué cinq catégories, il s'agit de :

- 1) Répondre à l'obligation, qu'ont les institutions publiques, de mettre l'information à la portée du public ;
- 2) Établir la relation de dialogue pour, à la fois, remplir un rôle qui revient aux pouvoirs territoriaux
- 3) Présenter et de promouvoir chacun des services offerts par les collectivités territoriales
- 4) Faire connaître les institutions tant par une communication interne qu'externe ;
- 5) mener des campagnes d'information, voir des actions de communication, d'intérêt général.

En fonction des objectifs visés par le territoire, les acteurs du développement local disposent d'une panoplie de techniques adaptées à chaque situation et à chaque cible. C'est ce qui est rapporté dans le tableau n°6 suivant :

Tableau n°6 : Techniques marketing en fonction des actions à promouvoir.

| Action sur l'image | Recherche d'investisseurs | services aux investisseurs |
|---|---|---------------------------------------|
| Publicité média | Mailing ou télémarketing | Faciliter l'obtention de permis |
| Organisation séminaires sur les opportunités d'investissements | Organisation des missions d'investissements ciblées | Conseils en matière d'investissements |
| Créer de site Internet | Création de site internet | Faciliter l'implantation |
| Participation à des foires | brochures | Des services post-investissements |

Source : AZOUAOUI (2006).

D'un point de vue marketing, la stratégie de communication territoriale semble remplir deux types d'activités. D'une part, une activité de promotion-communication visant à diffuser

une image favorable de lieu d'investissements et de consommation. D'autre part, une activité de services visant à informer, conseiller, accueillir l'investisseur/consommateur durant tout le processus du choix.

2.8.4 Stratégie de communication territoriale

Elle peut être définie comme l'ensemble d'actions qui consistent à fixer les objectifs et les moyens nécessaires pour y parvenir.

2.8.5 démarche de communication territoriale

Tant pour une collectivité Locale que pour une entreprise, un plan de communication se compose d'étapes identiques, à savoir :

- Précision des objectifs quantifiés;
- Identification de la cible;
- Conception du message ;
- Définition de l'enveloppe budgétaire ;
- Détermination des chargés de l'action de communication ;
- Evaluation des actions.

2.8.6 Construction de l'image du territoire

L'étape de construction d'image représente le premier stade d'un programme de promotion ayant pour cible des investisseurs (nationaux et internationaux) ainsi que des consommateurs des produits de terroir (Azouzaoui, 2006). Cela peut être justifié par le fait que l'image d'un territoire est une variable qualitative que prend en considération l'investisseur et le consommateur durant le processus de choix du territoire.

Les techniques marketings d'amélioration de l'image d'un territoire sont nombreuses, parmi lesquelles on peut citer :

- Organisation des séminaires et participation à des foires afin de développer des contacts directs, avec les publics-cibles (touristes, entreprises...) ;
- Utilisation d'internet qui est un moyen efficace pour communiquer avec les investisseurs et clients potentiels. D'où la nécessité de mettre l'information territoriale dans les canaux d'information les plus fréquentés par les publics-cibles.
- Newsletter: la publication et la diffusion d'une newsletter représente un moyen important pour entretenir des relations privilégiées avec les entreprises et les consommateurs (touristes et autres) ayant déjà opté pour les services du territoire. En plus les newsletters constituent un

moyen pour atteindre périodiquement des cibles potentielles ayant préalablement montré un intérêt pour le territoire.

2.8.7 Recherche des clients (investisseurs et consommateurs)

Les techniques marketing permettant la recherche de nouveaux clients et également la fidélisation de ceux qui sont déjà en place sont nombreuses, parmi lesquelles on peut citer :

- Campagnes de mailing ou de télémarketing ;
- Organisation des séminaires et des missions d'investissements ciblés : ce qui permet de développer l'aspect relationnel, tout en entrant en contact direct, avec les clients ;
- Mise en ligne d'un site internet ;
- Les techniques du Marketing direct : représente l'ensemble des techniques de communication utilisée pour toucher en direct des clients ciblés. Il est généralement utilisé pour fidéliser les clients et générer des ventes additionnelles. Il repose sur le principe d'utilisation de bases de données permettant d'établir des contacts personnels avec des clients et de la maîtrise de logiciels de gestion de la relation client (CRM). Il a pour but de promouvoir un produit ou un service, ou à informer les clients sur une actualité déterminée. Les techniques du marketing direct les plus connues restant alors le télémarketing qui est une modalité d'action par laquelle le vendeur utilise de manière systématique le téléphone pour entrer à distance, sans déplacement, au prix d'un faible coût en relation directe avec le client.

2.9 rôle de la commercialisation et du marketing dans la valorisation des produits agricoles

La commercialisation est une activité dont l'importance a été reconnue par plusieurs auteurs. En général à mesure qu'un pays se développe, le « secteur des services » de son économie s'étend par rapport au « secteur de la production primaire ». Les ressources totales consacrées à la commercialisation des produits agricoles tendent à augmenter plus rapidement que les ressources allouées à la production de ces produits. Cette tendance s'affirme quand un pays commence à passer de l'économie de subsistance à l'économie du marché ou l'économie monétaire (Abott, 1987, cité par Issaka, 2008).

Au niveau du présent chapitre nous allons présenter les fonctions de la commercialisation et son rôle, ainsi que celui du marketing, dans la valorisation des produits agricoles.

2.9.1 Importance de la commercialisation.

2.9.1.1 La commercialisation et ses fonctions.

Généralement, la signification du terme commercialisation varie en fonction des différentes catégories sociales. Pour le fermier ce terme se rapporte à la vente de ses produits agricoles.

Pour la ménagère c'est l'achat des vivres au marché (Biaou, 1987). on définit la commercialisation comme l'activité qui a lieu au marché, le terme global utilisé pour décrire les échanges entre acheteurs et vendeurs qui tentent de maximiser leur profit ou utilité subjective Pour ne pas limiter la commercialisation au seul lieu d'échange, c'est-à-dire lieu de rencontre entre l'offre et la demande (Barker,1981, cité par YABI, 2014), Fanou (1996) définit la commercialisation comme étant toute activité économique associée aux flux des biens et des services, dès la production primaire jusqu'à la consommation finale. L'auteur n'ajoute qu'un produit agricole. Pour devenir produit alimentaire doit subir quatre transformations principales : une transformation physique, une transformation de taille de lot, une transformation dans le temps et une transformation dans l'espace.

2.9.1.2. Rôle de la commercialisation

Un système efficace de commercialisation ne sert pas seulement de lien entre le producteur et le consommateur, il apporte aussi une contribution active et positive au développement. Les entreprises commerciales s'emploient à accroître leur chiffre d'affaires et leurs ventes, et les efforts qu'ils déploient en ce sens stimulent l'activité économique dans le secteur de la production comme dans celui des services (Issaka, 2008). La croissance économique des pays les moins avancés n'est pas principalement liée au manque du capital physique ou humain, mais plutôt à un manque d'efficacité du fonctionnement de leur marché. Un bon réseau commercial stimule la consommation, et contribue à accroître la production en cherchant des disponibilités supplémentaires.(Singbo, 2000)

Pour faire face aux bouleversements économiques entraînés par le passage de l'économie de subsistance à l'économie de marché, les municipalités doivent attirer de nouveaux investissements et devenir des pôles attractifs pour de nouveaux types d'entreprises. Or, la concurrence est forte. Elle s'étale sur l'ensemble de la planète où une multitude d'autres territoires tentent également de développer des grappes industrielles. Ainsi, outre la nécessité de développer ou de maintenir leurs avantages concurrentiels, les municipalités doivent aussi réussir à communiquer leur caractère distinctif. Il se développe ainsi une

dynamique de marketing territorial où les localités effectuent la mise en marché de leurs forces et le positionnement de leurs avantages. (Issaka, 2008)

2.9.1.3. La valeur support du produit de terroir.

D'après Myriam Bros-Clergue(2006), on sent bien la difficulté qui sous-tend à cette approche : la démarche de « construction » de la valeur peut-elle avoir une même logique selon que l'on se situe dans l'optique d'un développement exogène ou d'un développement endogène ? L'enjeu est bien dans la fusion des dynamiques internes et externes.

L'attractivité d'un lieu se construit à la fois sur des facteurs économiques, géographiques, humaines, historiques. Tous les acteurs, les services d'une collectivité, participent directement ou indirectement à l'attractivité d'un lieu, à la perception que L'on en a. La notoriété des entreprises locales, l'image des décideurs locaux, de la main d'œuvre, L'environnement culturel, touristique, patrimonial, participent à l'élaboration de l'image, et à la perception que le « client » a du territoire. Les démarches de construction et de gestion d'une image commune aux collectivités et aux acteurs économiques se développent. L'attractivité repose sur une valeur, non seulement en termes d'image, mais aussi en termes de ressources propres au territoire. (Bros-Clergue, 2006)

Ainsi, le « produit du territoire » est une offre territoriale s'appuyant sur un ensemble de biens et services, attachée à une valeur territoriale, et répondant à une demande. La valeur est donc au croisement des dynamiques internes du territoire et des dynamiques externes.

2.9.2 Marketing des produits de terroir.

Le marketing est classé par tous les spécialistes comme une discipline des sciences de gestion. Il est utilisé pour la gestion des entreprises, mais également pour la gestion des autres types d'organisation (collectivités, institution...).

Nous proposons de définir ce concept de marketing des produits de terroir selon trois axes construits en respectant au mieux le parallélisme avec le marketing concept classique (Fort, 2006). Tout d'abord, le marketing des produits de terroir ne doit pas être considéré comme ayant l'objectif premier de répondre aux attentes des consommateurs d'une large zone de chalandise. Ces produits, comme on l'a vu plus haut, étant issus d'une construction sociale, l'esprit marketing visera plutôt à activer d'une manière endogène une innovation endogène, adossée au fond historique local, d'abord pour la satisfaction des acteurs du système social local. Cette satisfaction peut d'ailleurs receler des composantes particulières, plus tournées

vers l'extérieur, comme la fierté vis-à-vis du produit, et plus généralement du terroir, le plaisir de faire partager ses propres plaisirs à d'autres. (Issaka, 2008)

Le second élément du triptyque concerne la rentabilité à long terme. Nous ramènerons prudemment cette partie du concept à une dimension relative, en disant que les acteurs locaux dont font partie les chefs d'entreprises de terroir, ont une certaine représentation de la rentabilité à attendre raisonnablement de leur activité. Cette représentation comporte une composante individuelle, puisque par exemple, il est connu que sur un même espace géographique délimité, existent des types de chefs d'entreprises très différents, dont les représentations et les motivations selon elles-mêmes différenciées, tout comme il existe des différences structurelles notables de rentabilité entre secteurs d'activité (Porter, 1985). La représentation des acteurs est aussi construite par le système social.

Le dernier élément du triptyque concerne l'alignement de différentes fonctions de l'entreprise pour l'atteinte des buts découlant des deux premiers axes. Cette partie du marketing concept pourrait être considérée comme inchangée. Elle prend cependant, dans le contexte du terroir, une autre dimension. En effet, elle peut d'abord concerner l'alignement de l'entreprise elle-même avec son terroir. On retrouve là la problématique de la légitimité locale de l'entreprise de terroir. Sur ce point, il faut souligner que, comme le montre Marchesnay (1998), le fait qu'un chef d'entreprise soit lui-même issu du terroir n'est ni nécessaire ni suffisant. En effet, à côté d'une légitimité territoriale peut exister ce que Marchesnay appelle une légitimité concurrentielle, qui fait par exemple qu'un entrepreneur étranger peut tout à fait (se faire) adopter (par) un terroir de manière pertinente, le comprendre, le respecter et le promouvoir aussi bien qu'une personne « du cru ». Quel qu'en soit son fondement, cette légitimité apparaît comme tout à fait vitale pour une entreprise de terroir. Elle est nécessaire à la bonne dynamique intra territoriale, aux débouchés des produits vis-à-vis des consommateurs du terroir, et par extension de la région ; elle contribue aussi à la construction d'une image du produit exportable au-delà de la région. D'autre part, l'alignement des fonctions à l'intérieur d'une entreprise de terroir renvoie à des problématiques très spécifiques.

La difficulté que peuvent rencontrer les PME de terroir à bâtir une fonction commerciale cohérente avec le reste de l'entreprise. Le cas d'un chef d'entreprise, plus particulièrement étudié dans ce travail, est illustratif : véritable figure du terroir, concevant des produits très typés, il reconnaît que laisser à des commerciaux « classiques » le soin de vendre avec des méthodes « classiques » ses produits « non classiques » a conduit à de graves échecs. Et aujourd'hui, il est le principal agent commercial de son entreprise. (Fort, 2000)

Conclusion

Après avoir passé en revue l'étude conceptuelle détaillée sur le développement, le marketing territoriale, sa définition, son historique, ses objectifs, ses principes et sa démarche, on peut dire que le marketing territorial nécessite de mettre en place une démarche stratégique à suivre pour pouvoir élaborer le plan d'action marketing qui pourrait servir de « feuille de route » pour les différents acteurs. En effet, l'enjeu de cette démarche peut être résumé dans trois axes principaux : l'étude de l'offre territoriale (son identification, son territoire concurrent, la compétitivité prix), détermination d'un positionnement différencié du territoire et finalement l'élaboration du plan d'action marketing.

L'adoption d'une démarche du marketing territorial de qualité au sein d'un territoire, est une condition sine qua non pour assurer un développement local sain et durable. En effet, l'identification et l'analyse de l'offre territoriale permet de rendre un territoire plus compétitif et plus attractifs en définissant les axes de développement et de valorisation de cette offre. Néanmoins, avoir une offre territoriale prometteuse, valorisée et développée n'est pas suffisante dans la mesure où il faut en plus la faire connaître auprès des publics intéressés, d'où l'intérêt de la communication territoriale. De là, émerge la nécessité de développer une stratégie de communication autour du territoire comme un pilier du marketing territorial. Sachant que cette stratégie doit viser la construction de l'image du territoire, ainsi que la recherche des clients (investisseurs et consommateurs).

CHAPITRE TROISIEME
LES MONTAGNES AU MAROC :
UNE DICHOTOMIE ENTRE
LOGIQUE DE RESSOURCE ET
LOGIQUE DE MARGINALISATION

Introduction

Comme c'est autour de la notion montagne que la trame de notre problématique gravite, il nous apparaît essentiel de tenter d'approcher dans un premier temps une vue générale sur la montagne marocaine. La montagne est conçue comme espace-support de l'étude de différenciation des dynamiques des phénomènes dans le cadre des recherches comparatives entre entités spatiales « *un terme de différenciation dans une étendue spatial, un référent spatial commode et/ou un cadre d'étude favorable* »(Debarbieux 2001 cité par Baali,2011). Dans cette logique d'approche, la montagne est alors une réalité matérielle et immatérielle à exploiter pour l'étude de phénomènes dans un contexte individuel ou comparatif, mais sans grande inscription dans la problématisation de la montagne. Elle occupe aussi d'autres statuts dans les problématiques de la géographie, régionale ou générale dans la mesure, où elle est approchée en tant qu'espace révélateur des déséquilibres spatiaux, que ce soit aux niveaux régionaux ou mondiaux (le changement bioclimatique, les disparités socioéconomiques et culturelles ...)

Ensuite, nous nous consacrerons aux caractéristiques socio-économiques du milieu montagneux au Maroc, afin de s'arrêter sur les causes principales de la fragilité de cet espace. La montagne marocaine s'est problématisée aussi par rapport aux messages qu'elle réfléchit. Elle véhicule des valeurs, des images qui alimentent des croyances diverses qui se traduisent par les représentations que portent les individus, les communautés et les entités politiques et qui se traduisent par les rapports de ces derniers avec les espaces et se reflètent à travers leurs réactions (pratiques, mode de vie, mode de gestion administratif...).

3.1 les montagnes au Maroc

La montagne marocaine est composée d'un ensemble de massifs redoublés, grossièrement parallèles, formant un peu la charpente de l'espace géographique marocain (voir tableau ci-après). Avec un total de 188118,6 km² sur un ensemble de 275952,6, elle occupe un peu plus de 1/5 de la superficie nationale : presque 21% soit la même proportion que la zone de montagne en France (Boujrouf, 1996). Composée de vastes et hauts territoires la montagne marocaine joue, par ailleurs, un rôle capital dans la caractérisation du milieu physique marocain, sur le plan climatique. Les chaînes atlasiques constituent une puissante barrière (le Haut Atlas en particulier, qui dépasse 4000m, 4167m au Toubkal, 4071m au M'Goun) faisant largement écran aux influences désertiques venant du sud et protégeant de la sécheresse le reste du pays. S'il est de coutume de dire que « le Nil a fait l'Egypte. » il n'est

donc pas exagéré d'affirmer que le Maroc doit une grande partie de sa richesse relative à l'existence de ses montagnes.

Le Haut Atlas marocain présente les caractéristiques de la plupart des milieux montagnards : un relief à fortes pentes qui limitent considérablement l'extension des cultures concentrées dans les fonds de vallée où coule l'eau ; une grande dispersion des ressources, fonction de l'exposition, de l'altitude, des sols, des possibilités d'irriguer, etc. ; de fortes amplitudes thermiques dues à la haute altitude ; enfin, des sols arables pauvres (garrigues-Cresswell et al, 2002). Les zones de montagne offrent un véritable statut de laboratoire de recherche, elles peuvent constituer un lieu d'investigation passionnant des dynamiques territoriales. (Lahssan, 2009). En effet, elles offrent une dimension historique, une diversité de paysages et de dynamiques sociales ainsi que des enjeux locaux et nationaux en relation avec leurs ressources naturelles (eau, forêt...etc.)

Tableau n°7 : superficie des montagnes marocaines

| Massif montagneux | Superficie en km² | Pourcentage (%) |
|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| Rif | 20739,2 | 11,02 |
| Beni Znassen | 8604,9 | 4,57 |
| Moyen Atlas | 37433,7 | 19,90 |
| Plateau Oulmes | 1374,5 | 0,73 |
| Haut Atlas Occidental Humide | 58970,3 | 31,35 |
| Jbilet | 4699,6 | 2,50 |
| Haut Atlas Oriental Aride et Saghro | 27503,7 | 14,62 |
| Anti Atlas | 28792 ,8 | 15,31 |
| Total des massifs montagneux | 188118,6 | 100 |

Source : (CESE.2017)

Au Maroc la montagne recèle d'une grande importance spatiale ; elle structure le territoire national et constitue en premier lieu un château d'eau pour le pays. Ses ressources constituent le moteur du secteur agricole et de multiples activités industrielles. Elle renferme de nombreuses potentialités agricoles, forestières, pastorales, minières qui jouent des rôles primordiaux dans la vie des populations rurales et dans l'économie du pays. Elle offre aussi une richesse culturelle et des héritages patrimoniaux Amazighe caractérisant une force humaine, des organisations socio -institutionnelles et des pratiques ingénieuses de gestion des ressources et des affaires communes.

3.1.1 Caractéristiques socio-économiques du milieu montagneux au Maroc

Les zones de montagnes marocaines sont caractérisée par la persistance de la pauvreté, l'exclusion sociale, la faiblesse de l'infrastructure socio-économique aggravée par la dégradation des ressources naturelles et son corollaire déforestation. (Kradi, 2012). On note un retard remarquable traduisant un sous-développement où tous les indicateurs socio-économiques sont en rouge. Néanmoins, reste un point fort qui assure la cohésion sociale.

3.1.2 Difficultés du domaine montagneux au Maroc

Les problèmes de déséquilibre auxquelles sont soumises les zones de montagne au Maroc sont de trois niveaux :

- Un déséquilibre entre la croissance démographique et la production ;
- Un déséquilibre régional en matière de développement qui est lié aux disparités existantes entre les montagnes et le reste du pays ;
- Une économie pauvre due essentiellement à l'absence d'une diversification des activités économiques.

3.1.2.1. Premier déséquilibre : forte pression sur les ressources naturelles

Le premier déséquilibre affectant l'écosystème de montagne il concerne le rapport entre les ressources naturelles et la population. La pression démographique, combinée à une stagnation de la productivité agricole, a conduit à une extension du domaine cultivé. Cette extensification étant pour les exploitations agricoles la seule manière de répondre aux besoins alimentaires croissants de la population. Elle se fait généralement sur des terres de moins en moins de bonne qualité et de plus en plus sensibles à l'érosion. D'un autre côté, le troupeau, dont le nombre ne cesse d'augmenter, pâture sur des espaces dont la surface ne cesse de se réduire.

Il s'ensuit que l'augmentation de l'intensité de la pression humaine et animale, commune à toutes les montagnes du Maroc, se traduit par une disparition progressive de la forêt, une végétation qui se régénère très faiblement et une aggravation générale des phénomènes d'érosion conduisant à un accroissement de la vitesse d'envasement des barrages. Par ailleurs, un autre facteur semble avoir joué un rôle essentiel dans ce déséquilibre. Il s'agit de la rupture des modes d'organisation traditionnels de l'espace. Au cours du temps des systèmes de régulation avaient été mis au point pour gérer les ressources naturelles des montagnes et utiliser au mieux les complémentarités. Le système de

transhumance assurait alors une régénération des parcours pour de multiples raisons, ces systèmes se sont profondément dégradés. Ainsi, par exemple, la sédentarisation de la population de montagne a conduit à une dégradation progressive des parcours en montagne.

3.1.2.2 Deuxième déséquilibre : alternatives de production limitées

Le second déséquilibre est d'ordre économique et concerne la faiblesse de la Croissance économique. Les zones de montagne sont caractérisées par une économie pauvre résultante d'un espace économique limité, des activités peu diversifiées et un accès au marché difficile.

Les terres irriguées sont de faibles superficies, dispersées et difficiles d'accès ce qui entrave la valorisation de leur potentialité de production. Par ailleurs, les terres "Bour" de bonne qualité sont de superficies restreintes étant donné que le relief cause une parcellisation poussée et constitue un obstacle à une amélioration des façons culturales.

De son côté, l'élevage, et plus particulièrement celui des petits ruminants, repose sur l'exploitation des ressources pastorales gratuites de plus en plus en baisse. Le mode de conduite des troupeaux reste très extensif et à faible productivité. Une grande partie de l'énergie apportée par l'alimentation est utilisée par les animaux pour leurs déplacements.

Il se dégage ainsi que l'économie des zones de montagne reste peu productive. Elle est largement tributaire des ressources naturelles certes gratuites, mais très limitées. Cette économie représente peu d'opportunités d'investissement et d'épargne d'où une faible capacité de financement et de création de nouvelles activités.

3.1.2.3 Troisième déséquilibre : pauvreté en matière d'investissement public

Le dernier déséquilibre auxquelles sont confrontées les zones de montagne réside dans la disparité en matière de développement économique et humain par rapport au reste du pays. Les zones de montagne sont restées pour longtemps en dehors des politiques de développement et très peu de projets y ont été mis en œuvre. Ces régions sont restées sous équipées en infrastructures et en services sociaux. Cette situation devient de plus en plus mal ressentie par les populations car celles-ci comparent leurs situations à celles des villes et d'autres régions plus favorisées.

3.2 La colonisation, un épisode marquant de la vie en montagne

Au Maroc, dans la politique d'aménagement du territoire régional, un choix sélectif a été effectué au profit des espaces les plus rentables dans l'immédiat, en l'occurrence les

plaines atlantiques. Les prémices de cette politique remontent à la période coloniale qui a troublé, plus ou moins profondément, les conditions de vie originelles. *Les disparités spatiales que le protectorat français a créées, les structures qu'il a mises en place continuent de peser sur l'entreprise de développement que le Maroc indépendant n'a pas réussi à mener à bon terme* (El Jihad, 2010).

C'est dans la perspective de l'opposition de la montagne à la plaine que vient s'inscrire le "*dahir berbère*" (loi berbère), promulgué le 16 mai 1930 par le colonisateur, événement qui marque, dans les villes, les débuts de la lutte pour l'indépendance. Il consiste à séparer juridiquement les deux composantes de la nation marocaine, les Arabes des plaines et des villes qualifiés de séditieux (pour avoir manifesté leur nationalisme), et les Berbères des montagnes présentés comme de loyaux et fiers combattants, afin de donner à chacune un régime juridique différent. Les Berbères seraient soustraits au droit coranique et, par conséquent, ne dépendraient que des tribunaux français à travers les juridictions de coutume, alors que les Arabes seraient restés dans la mouvance des juridictions musulmanes (*charia*). (El Jihad, 2010)

Après plusieurs défaites sanglantes de la France engendrées par les tentatives d'occupation de la montagne (dont la plus célèbre est celle d'El Heri dans le Moyen Atlas occidental en novembre 1914 avec 613 morts), il n'était plus question de conquérir la montagne berbère, mais de la contenir. Cependant, une telle tactique n'a pas permis de mettre la main sur les sources des rivières. Le géographe J. Célerier (1935), qui a travaillé pour les services de la colonisation, considéra cette tâche difficile et s'interrogea sur les eaux du bassin de l'Oum-er-Rbia : "*comment aller dire à ces frustes paysans (berbères) que l'eau doit être réservée pour les gens de la plaine, qui sont d'ailleurs des arabes, leurs ennemis traditionnels !*"

Les plaines atlantiques et les montagnes atlasiques étaient présentées comme deux mondes irréductibles correspondant à l'antagonisme immémorial qui oppose l'Etat théocratique des plaines (zone de contrôle civil) et les tribus berbères de la montagne abandonnées aux coutumes indigènes (sous commandement militaire). Le colonisateur faisait de cette opposition la clé de l'exploitation de la montagne, déclarée par J. Célerier comme "*farouchement repliée sur elle-même [...], obstacle à la circulation, centre d'isolement et de dispersion*" (cité par Naciri 1984).

L'abolition du "*dahir berbère*" n'eut pas un grand retentissement sur la politique coloniale déjà renforcée par un "*arsenal juridique*" étranger à la population. La colonisation s'était installée dans les zones basses et sans obstacle à la circulation et à l'utilisation des

machines. La population dissidente des plaines fertiles a été repoussée vers les zones accidentées (vallées encaissées, pays de collines, piémonts de montagnes...). Dépourvues de leur avant-pays pendant le blocus qui a duré de 1920 à 1930, les tribus montagnardes n'eurent d'autres moyens de subsistance que le défrichement et l'exploitation massive de la forêt. Ceci provoqua le début de la rupture de l'équilibre de l'écosystème montagnard que les projets actuels de l'Etat tentent d'amenuiser (Naciri 1977 et 1997).selon Rémi Grovel (1996), la forêt rifaine est passée par trois stades de dégradation différente, correspondant à 3 périodes historiques :

- Avant 1956 : le mandat espagnol est marqué par l'exploitation intensive du bois d'œuvre des forêts rifaines. La forêt régresse peu en superficie mais se dégrade au niveau du capital ligneux : cette surexploitation du bois a largement contribué à affaiblir et réduire les peuplements forestiers.
- De 1956 à 1968 : arrivée d'une législation forestière régissant les prélèvements et la gestion forestière. Par les contrôles et l'application progressive de la législation le domaine se constitue peu à peu et la forêt se dégrade moins, mais les superficies défrichées augmentent très fortement en réaction à la procédure de délimitation. Ces défrichements s'opèrent au détriment de la petite et de la grande forêt.
- à partir de 1968 : essor de la culture du kif et régression rapide de la superficie forestière en 20-30 ans, les pics de défrichement se situant dans les années 80. Le forestier semble dépassé par l'ampleur du phénomène qui touche essentiellement la « grande forêt » (chêne liège, cèdre).

Les mutations observées *« semblent découler d'interactions entre différents facteurs naturels, humains, internes et externes. Ainsi, la croissance démographique réduit les superficies agricoles pour les ménages par effet d'héritage. Les nouvelles installations peuvent se faire aux dépens de l'assiette foncière paysanne. Le foncier, dont la répartition est très inégale, avec une dominance de la micropropriété, est l'un des principaux facteurs limitant des exploitations agricoles »* (Lahssan, 2009).

Le début du XXe siècle marque une profonde transformation des relations séculaires entre la montagne et la plaine. Il ne s'agit pas d'une rupture à proprement parler entre plaine et montagne, mais plutôt d'un basculement des priorités et des perceptions, la plaine est devenue l'unique lieu de changement au détriment de la montagne devenue « invisible » aux yeux des gestionnaires et aménageurs, un espace « hors du temps » (Hannani., 2009).

Longtemps marginalisée au profit d'une politique de plaine, « *la montagne fait l'objet d'un regain d'intérêt manifeste de la part des pouvoirs publics. Ce changement se traduit par une volonté affichée pour une politique spécifique pour la protection et le développement des montagnes du Maroc* » (Lahssan, 2009). Trois raisons majeures sont avancées (Lahssan, 2009) : L'enclavement et la marginalisation de la montagne risquent d'accélérer l'exode rural et de constituer une source d'instabilité sociale ; La dégradation des sols, des surfaces boisées et des autres ressources de la montagne ; Le potentiel élevé de développement de la montagne et son impact quant à la création d'emplois (agriculture, tourisme, artisanat, commerce).

3.3 Des problèmes d'aménagement communs à toutes les montagnes des pays en voie de développement

En fait la situation socio-économique de la montagne marocaine est assez proche de ce qu'on peut observer dans beaucoup d'autres montagnes des pays en voie de développement. Les problématiques de développement présentant même des analogies avec celles des pays développés (Boujrouf, 1996). Quel que soit le cas de figure, il nous semble que toute politique d'aménagement du territoire visant des espaces montagnards, au Maroc comme ailleurs, se doit, de considérer au moins trois points de vue, qui correspondent à autant de vocations ou de fonctions universellement reconnues à ce type d'espaces :

- des espaces de vie pour les montagnards, auxquels il s'agit de donner les moyens économiques de rester au pays ;
- des « terrains de jeu » pour des citadins proches ou éloignés dont les besoins de récréation sont à prendre en compte ;
- des espaces dotés d'un patrimoine naturel et culturel souvent très riche et très fragile, qu'il faut protéger, conserver et valoriser.

Le risque est donc grand de voir se renforcer l'exode des montagnards qui, attirés par des espoirs de vie meilleure, vont grossir les plus grandes villes du pays et alourdir les problèmes urbains (emploi, logement, etc.) Ces courants migratoires descendants, affectant principalement les jeunes (en particulier les plus dynamiques et les plus entrepreneurs), existent déjà, mais, ils pourraient prendre un caractère plus massif : les études préalables à l'opération pilote du Haut Atlas central estimaient que, entre 1985 et 2010, les flux migratoires des montagnards pourraient concerner 450 000 personnes pour les flux internes et 11 50 000 pour les flux vers l'extérieur.

3.4 Système de production dans les zones de montagnes.

3.4.1 Production agricole.

Les systèmes de production dans les zones de montagne sont caractérisés par une intégration polyculture-élevage, une diversification des cultures et une intégration, au niveau de l'exploitation agricole, entre les cultures annuelles telles que les céréales (largement prépondérantes), les fourrages et le maraîchage (d'extension très limitée en irrigué), les légumineuses, et l'élevage (Lattughi, 2014).

Malgré la prédominance des céréales dans les systèmes de culture, celles-ci ne sont pas adaptées aux caractéristiques de ces zones, qui sont par excellence, à vocation arboricole. En effet, la qualité agronomique moyenne des sols, la nature accidentée du relief et le climat rigoureux ne favorisent pas les cultures céréalières qui donnent de faibles rendements et accentuent les risques d'érosion. Ces limites dictent nécessairement une stratégie de développement de l'arboriculture fruitière en zone de montagne par reconversion des terres céréalières en spéculations fruitières (Lattughi, 2014).

L'intégration du système de production se traduit d'une part, par la pratique de la jachère, l'utilisation des chaumes, la fauche d'herbes en vue de constituer du foin, l'utilisation de l'orge, du son de blé et de la paille pour subvenir aux besoins alimentaires des animaux, et d'autre part par l'épandage du fumier produit par les animaux pour fertiliser les champs, notamment pour les cultures maraîchères et arboricoles.

3.4.2 L'élevage.

L'élevage joue un rôle déterminant en tant que capital productif et facilement mobilisable qui assure une disponibilité d'argent pour les frais d'alimentation du ménage et pour les frais occasionnels et imprévisibles ainsi que pour le financement des autres activités de l'exploitation. Le capital d'élevage constitue donc une soupape de sécurité pour l'économie de l'exploitation (Lattughi, 2014).

L'intégration des sous-systèmes de cultures et d'élevage est manifeste lorsqu'on observe la provenance des fonds finançant les différents frais engagés dans les différentes activités. Il apparaît clairement que les cultures annuelles, l'arboriculture et l'élevage sont étroitement liés. En effet, le financement d'une dépense dans une activité est toujours fait à partir de recettes générées par une autre activité. Seule la céréaliculture ne fournit aucun

revenu mais est maintenue pour l'autoconsommation (alimentation familiale et alimentation du troupeau).

3.5 Evolution du système de production au niveau des zones montagneuses

Les systèmes de production se sont profondément modifiés au cours des dix dernières années. Les changements se sont accentués depuis le lancement du Plan Maroc Vert qui a apporté des nouveautés dans le système du financement agricole, et des aides et encouragements à l'investissement- on note de plus en plus une certaine intégration au marché des exploitations agricoles. On peut dire que les prémisses d'une spécialisation des zones de montagne en arboriculture fruitière sont déjà amorcées (surtout pour le pommier) (Lattughi, 2014).

L'arrivée de ces investisseurs a permis de véhiculer le progrès scientifique et technologique. De nouveaux concepts de gestion des exploitations et de cultures sont également introduits. On est passé d'une agriculture pluviale de subsistance à une agriculture moderne spécialisée, basée sur l'arboriculture fruitière (pommier, prunier, abricotier, cerisier) (Lattughi, 2014).

L'extension de l'irrigation par pompage des vergers de rosacées révèle un nouveau mode d'agriculture intensive orientée vers le marché et la diminution du système de transhumance au profit de la sédentarisation ont permis une nouvelle organisation spatiale des territoires et illustre l'évolution des zones de montagne qui sont aujourd'hui non seulement des territoires de production mais, aussi des territoires d'activités extra-agricoles liées essentiellement aux flux financiers engendrés par l'émigration d'une part, et les travaux dans le secteur du commerce et du bâtiment d'autre part. Ainsi, la structure des revenus des exploitations agricoles est dominée de 20 à 25 % par les recettes des activités extra-agricoles (salaire des femmes de ménage en ville, émigration, commerce, etc.) (Lattughi, 2014).

L'histoire de la répartition de la population marocaine montre que la montagne est un territoire traditionnellement densément peuplé, autonome dans la gestion de ses ressources naturelles, s'appuyant sur des structures sociales à caractère communautaire en adéquation avec un milieu à potentialités limitées. Pour atténuer l'impact des aléas liés au climat, l'agriculteur comme le pasteur cherche à mettre à profit la diversité physique et climatique de leur territoire, c'est « l'homme de l'aubaine » selon (Pérennès, 1993) cité par (Hannani et al, 2009). Les modes de vie qui ont marqué et marquent toujours les paysages de montagne sont une équation entre un système d'agropastoralisme et de semi-nomadisme et une agriculture

cantonnée essentiellement dans les vallées et sur quelques versants aménagés en terrasses. L'homme de montagne a su développer des systèmes d'exploitation parfaitement en adéquation avec les ressources et les contraintes du milieu. Ces conditions ont été favorables à l'émergence d'une vraie société paysanne dont la structure et l'organisation des territoires et du bâti révèlent un paysage achevé (Hannani et al, 2009).

Conclusion

La colonisation au Maroc, comme dans la plupart des pays en voie de développement est indéniablement la cause principale de profonds déséquilibres spatiaux. *« Les processus de colonisation et de décolonisation ont été à l'origine des grandes disparités territoriales nationales. Les fins économiques des politiques territoriales coloniales ont inéluctablement orienté l'affectation des territoires selon leur aptitude à satisfaire les besoins des grandes métropoles coloniales. Le bien-fondé de cette politique était « et l'est toujours sous d'autre forme » l'exploitation massive des ressources. Or pour s'y mettre, l'administration coloniale mobilisa tout un arsenal de supports technique, législatif et militaire afin de maximiser le profit »*(baali, 2011). Cet arsenal se vulgarisa sous forme de réseau routier, ferroviaire desservant les grands foyers de ressources (les mines, les forêts, les hommes...) et les grandes plaines agricoles.

Néanmoins, les montagnes ont témoigné d'une grande résistance vis-à-vis de la colonisation. Chose qui a manifestement poussé l'administration coloniale à déployer d'ingénieuses mesures de contrôle et de pression sur leurs ressources. Les mesures en question sont spécialement d'ordre législatives telles : la délimitation du domaine forestier conformément au code forestier français (dahir 10 octobre 1917), la mise sous tutelle des terres de parcours, devenues des terres collectives (dahir 27 avril 1919), ainsi que des supports techniques tels les réseaux routiers contournant les massifs et ne les pénétrants que pour relier les domaines forestiers, les carrières ou les mines. Ces mesures jugées en apparences contradictoires, mais servant une véritable et cohérente stratégie à double portée : le contrôle des populations en les figeant en place (les terres collectives), et l'exploitation des ressources (domanialisations de la forêt).

Les constats actuels sur le développement humain dans les zones montagneuses du Maroc révèlent des indices de pauvreté élevés, des niveaux de sécurité alimentaire souvent insuffisants et des flux migratoires importants vers les centres urbains limitrophes, ce qui pose le problème de la viabilité sociale de ces écosystèmes. Le principal dilemme en matière de développement local est comment arriver à concilier les objectifs économiques, sociaux et environnementaux. C'est-à-dire comment gérer les ressources naturelles et les gisements existants pour pouvoir assurer des niveaux de production quantitativement acceptables et surtout obtenir des revenus suffisants pour les populations locales.

Les territoires sont aujourd'hui sur le devant de la scène, pressés de fournir des solutions de développement socio-économique comme s'ils étaient des acteurs, ou qu'ils donnaient une image cohérente des lieux qu'ils englobent. On assiste à une forte consommation du concept, tout est territoire, sans qu'on prenne la peine de s'interroger sur l'articulation de ce qui les compose, les lieux, l'espace géographique, les hommes. Leur point commun demeure la spatialisation, et une dépendance par ce biais aux emboîtements d'échelles et donc aux systèmes et sous-systèmes qu'ils forment. (Moine, 2007)

L'état Marocain se désengage progressivement de ses fonctions de régulation économique et sociale et entre dans un processus de délégation de ses fonctions aux profits des régions « l'avènement de la régionalisation ». Cependant, dans la majorité des pays en développement, ce processus s'est réalisé sans doter les régions des instruments de régulations nécessaires à la maîtrise des dynamiques interrégionales et régionales.

L'image d'un espace ressource est la figure autour de laquelle est aujourd'hui pensée et organisée la montagne. Les travaux des géographes marocains par la problématique du développement et d'aménagement montagnard ont exploré, en effet, une dissymétrie spatiale à l'échelle nationale entre les plaines et les montagnes. Ils ont montré comment cette dissociation en matière d'aménagement a conduit à la hiérarchisation et à la fragmentation du territoire national. Or, il est admis désormais que la montagne doit être regardée avec un œil neuf. Réalisée en 2002 par la direction d'aménagement du territoire, la charte d'aménagement du territoire a exprimé ce glissement et ce changement idéologique de l'état par rapport à la montagne.

Les transformations profondes de l'économie et de ses rapports avec les milieux montagnards (facteurs exogènes), mais aussi les mutations des sociétés montagnardes elles-mêmes (facteur endogène) ; a provoqué l'émergence de nouvelles formes d'organisation sociales et spatiales de ces espaces.

La mobilisation sociale et territoriale observée durant les dix dernières années a pris l'ampleur dans les espaces montagnards en cours de requalifications. En effet, ce n'est qu'au début des années 1990, soit plus de vingt ans après l'émergence du développement durable que la sensibilité et la fragilité de ces espaces ont fait l'objet d'investigations intellectuelles et socio-économiques. (Gebrati, 2004)

La ressource territoriale est l'élément clé d'un développement durable du territoire auquel elle est rattachée. Son ancrage territorial et dans le temps font de la ressource

territoriale un élément essentiel de l'organisation des acteurs, des structures et des choix de développement de l'espace en question. C'est un pilier, en tant que support et élément essentiel, construit que par les acteurs du passé et sur lequel se fond les acteurs du présent pour leur vie quotidienne et pour le futur. Ils peuvent eux-mêmes développer de nouvelles ressources territoriales ou consolider les ressources existantes. La ressource territoriale se trouve notamment à travers les hommes du territoire, doté de leur savoir-faire, ainsi que d'une culture commune.

CHAPITRE QUATRIEME
L'ETAT DU SYSTEME
TERRITORIAL D'OUELTANA
AMONT

Introduction

La compréhension de l'espace géographique implique la considération des éléments qui le constituent, non seulement dans leur comportement interne et dans leur comportement un à un, mais dans leurs interrelations les uns aux autres.

Nous postulons que l'espace géographique « Oueltana amont » est le produit des superpositions des multiples complexes structuraux imbriqués les uns aux autres. Cette imbrication induit leur interrelation dans une dynamique cyclique et évolutive de boucles d'actions et de rétroactions. Or, la compréhension de l'évolution de cette dynamique stipule la considération de la correspondance de l'espace et du temps. Donc, nous considérons pour ce chapitre, que chaque complexe structural en dynamique spatiotemporel est un sous-système géographique.

Pour comprendre l'état du système territorial d'Oueltana amont, nous serons dans l'obligation de compartimenter ces sous-systèmes géographiques locaux. En adoptant la même méthode de (Baali, 2011) dans le choix des indicateurs utilisés pour l'évaluation du système territorial de « Moyen Atlas Nord Oriental »

Pour procéder à la vérification de l'état de développement du système géographique local, nous engagerons dans ce chapitre, une lecture descriptive des comportements des différentes composantes de ce système ; que sont les composantes humaines, physiques et organisationnelles, et dans leur interrelations respective. Ceci pour comprendre le comportement général du système local d'Oueltana amont.

Aperçu général de la situation géographique.

L'adéquation entre une politique ou un programme de développement et les besoins d'un territoire est primordiale pour le succès d'une telle intervention. En effet, toute intervention publique devrait être basée sur un diagnostic de la situation actuelle, afin de déterminer les besoins de la population cible et ainsi, répondre plus efficacement à leurs attentes et leurs préoccupations. La première partie de ce chapitre est consacrée à faire un tour de plusieurs disciplines afin de cadrer les aspects topographiques, morphologiques climatiques ; et hydrographique et aussi le profil général du niveau de vie de la population locale.

Le but ultime de ce chapitre de la thèse est de décrire la situation de développement local en examinant l'état des composantes (l'humain, le physique, l'organisationnel) et aussi l'état de dépendance ou d'autonomie du système géographique d'Ouelтана amont envers son environnement

4.1.1 Situation administrative et socioéconomique globale.

La zone d'étude se rattache administrativement à la région de Béni Mellal-Khénifra et appartient à la province d'Azilal qui s'étend sur une superficie de 9800 km², elle est limitée : Au Nord par les provinces de Beni mellal et fkih ben salah, au sud par la province Ouarzazate, et à l'ouest par Provinces d' El Haouz et El Kelaâ des Sraghnaet à l'Est par la province d'Errachidia.

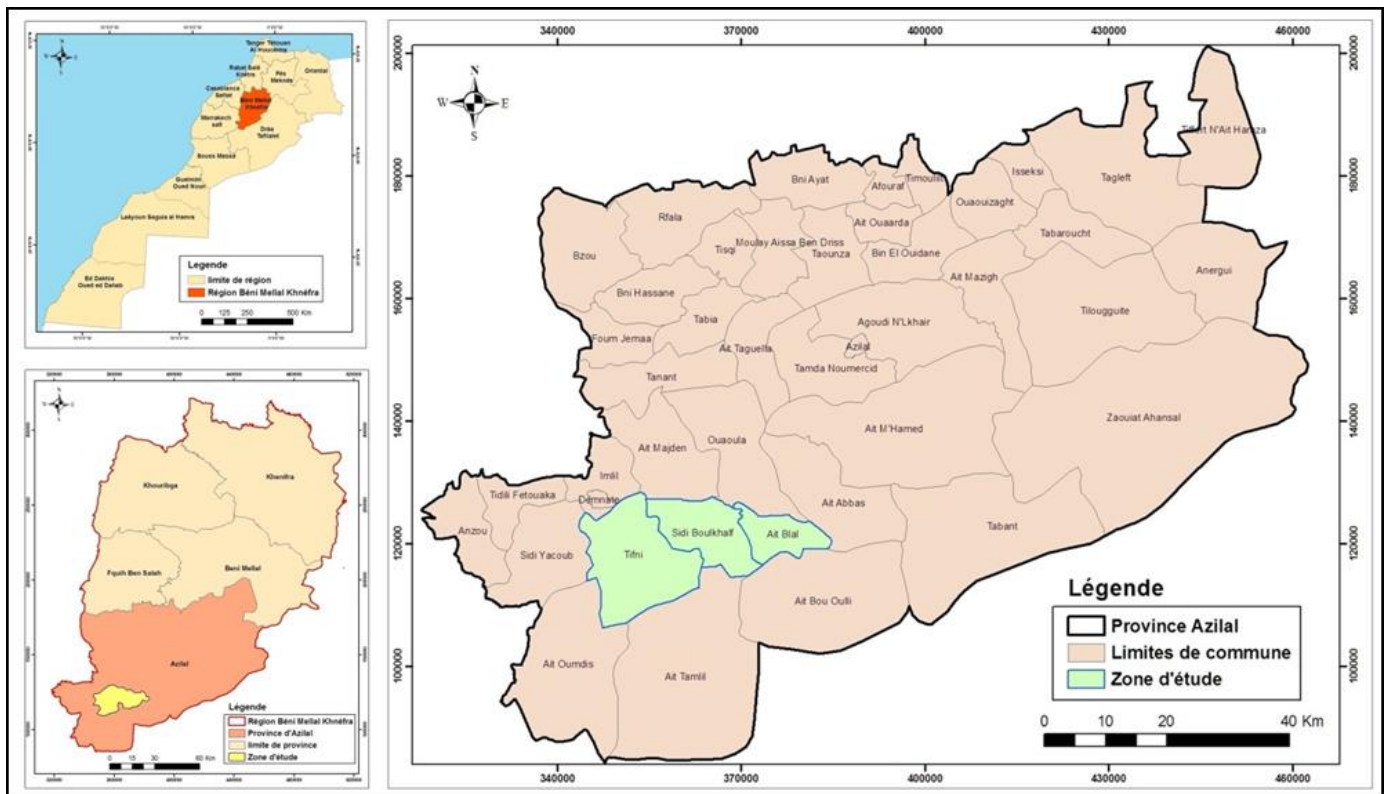


Figure 5: localisation administrative de la zone d'étude à l'échelle nationale et locale

Selon les résultats de recensement général de la population et de l'habitat au titre de l'année 2014, la population de la province d'Azilal se chiffre à 554001 habitants dont 464145 se stabilisent en milieu rural ce qui représente près de 90% de la population totale. Les ménages sont au nombre de 97346 avec 6,1 personnes/ménage et une densité de l'ordre de 52,7/km².

A signaler que les zones à fortes concentrations de population sont celles limitrophes des grandes plaines et notamment du périmètre irrigué du Tadla, contrairement à la haute montagne et les hauts plateaux qui sont presque vides d'habitants et peuplés seulement de Mai à Septembre par les transhumants. De surcroit, les mouvements d'émigration se propagent et augmentent à côté de l'exode vers les villes et les régions agricoles plus riches.

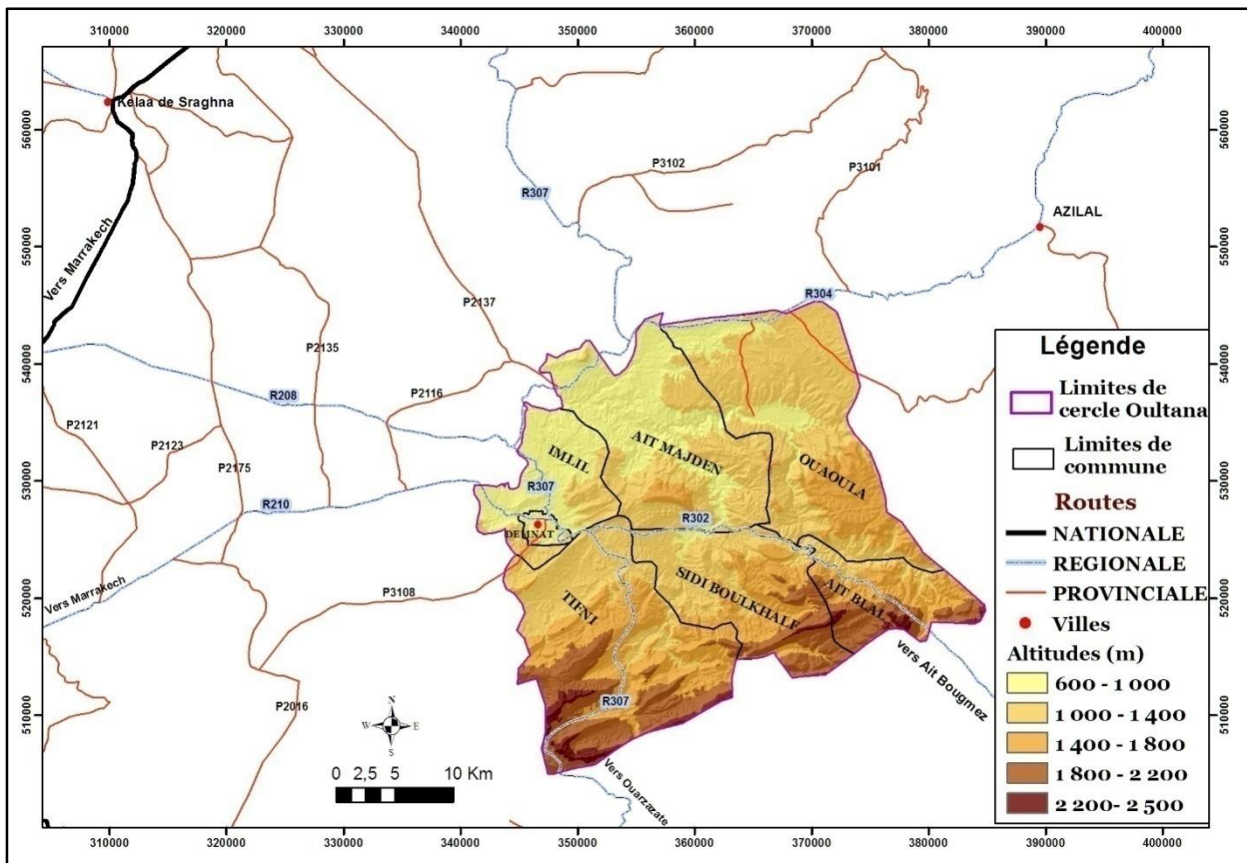


Figure 6: l'accessibilité routière du cercle d'Ouelтана

Le territoire étudié dépend du commandement du cercle Ouelтана et des caïdats Imi Nifri et Iouariden Ait Manna dont la population appartient à la tribu d'Ouelтана.

Le réseau routier desservant cette montagne est faiblement développé. Elle est desservie tangentiellement par une route régionale 304 reliant Demnate à Azilal. Celle-ci est aussi traversée par deux autres routes régionales 307 qui relie la ville Demnate à Ouarzazate et la route régionale 302 reliant Demnate et Ait Bougmez.

L'observation de cette carte dévoile une certaine fragilité dans le réseau routier du cercle Ouelтана. Cette défaillance réside dans la domination des routes communales qui constituent la majorité du réseau et dont une grande partie ne répond pas aux normes techniques (revêtement, largeur, géométrie du tracé, etc.).

Le réseau routier au niveau cercle Ouelтана demeure très modeste et insignifiant, ce qui influe négativement sur les mouvements de distribution des produits et marchandises et de déplacement de personnes notamment lors du moment des crues et de la saison hivernale.

Le diagnostic a montré que le réseau routier reste peu développé, ce qui influence sur l'accès de population aux services de bases, à savoir les services de l'éducation, de santé, et administratives.

4.2 Les caractéristiques physiques du milieu

Dans ce passage, nous exposerons les caractéristiques topographiques, morphologiques, géologiques ; hydrologiques du cercle Ouelтана dans le but de saisir les aspects du déséquilibre territorial et d'appréhender les mécanismes qui créent et entretiennent ce déséquilibre. Notre objectif est de proposer une esquisse de stratégie de développement pour rétablir l'équilibre territorial dans le cadre d'une approche visant le développement local.

4.2.1 Les cadres topographiques et morphologiques du cercle Ouelтана

La région de Ouelтана est réputée par ses reliefs élevés et abondants. 65 % des surfaces sont situées entre 1400 et 1800 m avec un écart d'altitude de 1900 m. La topographie de cette zone est accidentée et peut, de ce fait, constituer une sérieuse contrainte et un incontournable paramètre à prendre en compte en matière d'aménagement et d'extension future de l'agglomération de Demnate.

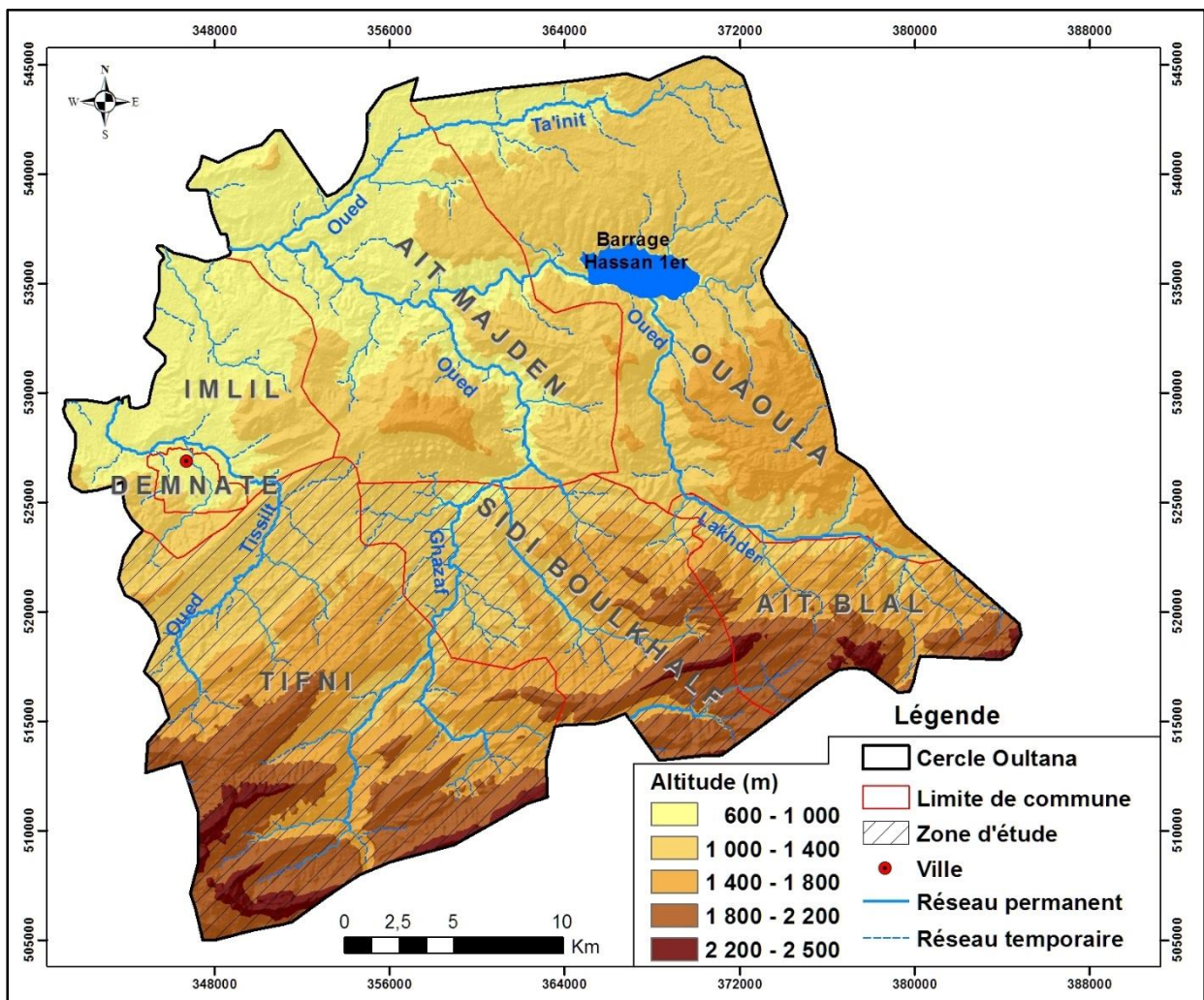


Figure 7: l'hypsométrie du cercle d'Ouelтана

Les fortes pentes dominant, 25% de la superficie est occupée par des pentes de plus de 15°. Elles constituent un paramètre à prendre en considération pour tout projet de développement. La dominance de ces fortes pentes est le résultat d'une situation stratigraphique et tectonique qui a donné suite à une morpho-structure bien distincte.

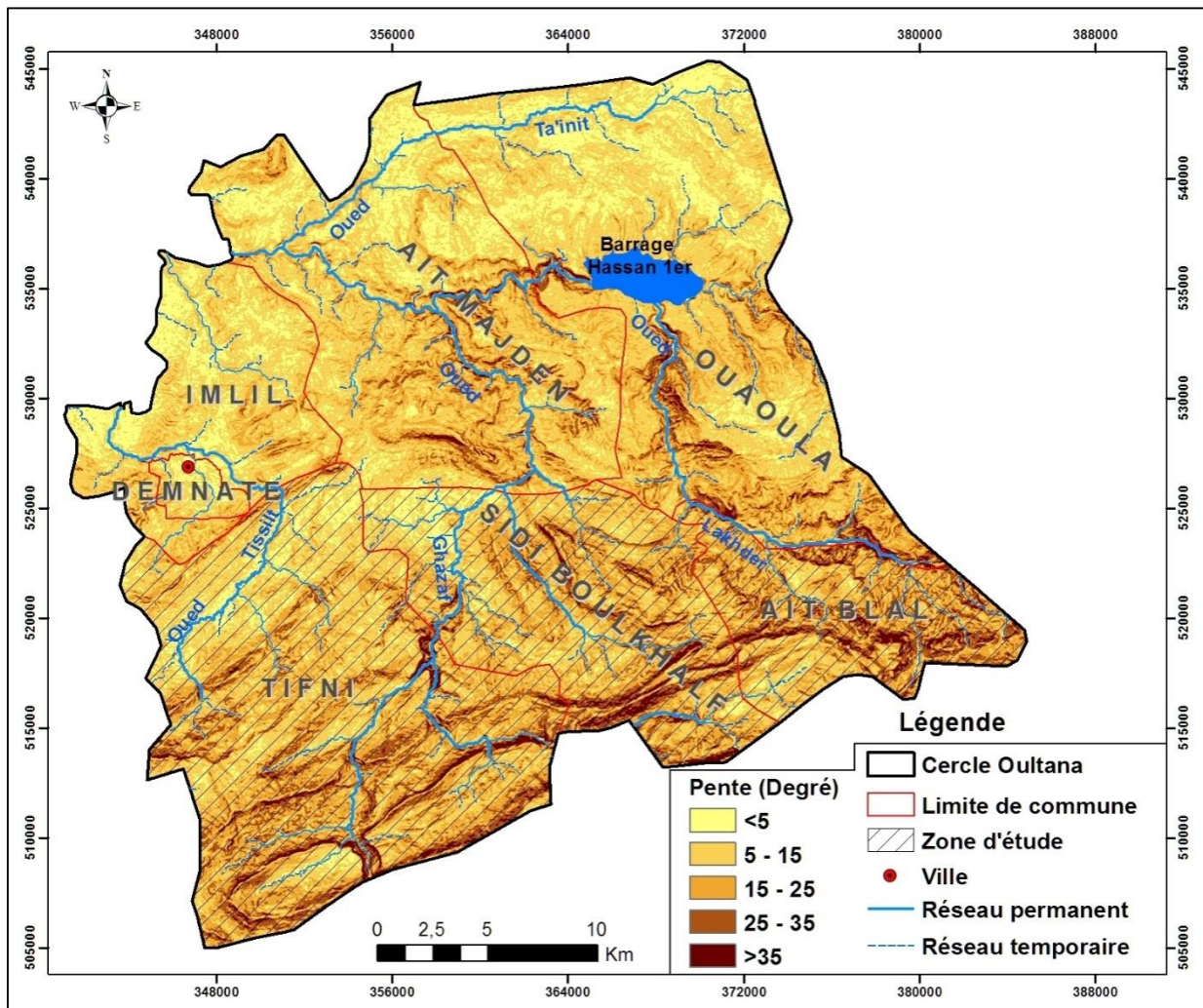


Figure 8: la carte des pentes au cercle Ouelтана

Le territoire est édifié dans le Haut Atlas calcaire, le développement et l'extension des formations calcaires du Jurassique donnent à cette partie de l'Atlas un caractère particulier. Elles constituent la ligne de faîte de cette partie de la chaîne où l'altitude demeure très élevée et où les principaux sommets dépassent 3500 m : ce sont l'Irhil-M'Goun (4071 m), les jbel Tignousti (3825 m), Tiferdine (3770m), Ayachi (3757 m), Azourki (3690 m) et Anghomer (3.607 m). Tous ces massifs sont constitués de plis jurassiens assez réguliers, fréquemment rompus par des failles ; les anticlinaux allongés, aigus, dissymétriques succèdent aux synclinaux très larges à allure de cuvettes. (Michard,1976).

Le Trias comprenant des basaltes doléritiques, des marnes et argiles à niveaux salifères joue un rôle important comme substratum imperméable de la série jurassique, il est à l'origine de la plupart des eaux salées de la région. Il affleure largement à l'W en limite du Haut Atlas calcaire, plus rarement dans le massif à l'occasion de failles, de diapirs ou de quelques boutonnières. (Michard.1976)

Le Jurassique constitue la quasi-totalité de la chaîne. Le Lias inférieur calcaréo-dolomitique est perméable en grand et constitue le niveau présentant la plus grande continuité; il donne à la chaîne l'originalité de ses formes structurales en arêtes redressées de calcaires dolomitiques massifs. Vient ensuite la série marneuse imperméable du Toarcien-Aalénien sur laquelle s'établissent les vallées, puis une nouvelle série de calcaires, calcaires marneux et marnes comportant généralement deux niveaux calcaires principaux : Aalénien supérieur et Dogger. Le Jurassique se termine par une série surtout gréseuse, continentale, de faciès rouge (Jurassique supérieur), passant au Crétacé inférieur de faciès identique, ainsi le Quaternaire est représentés par des formations continentales de remblayage. (Elhassan Ben-said et al ,2017)

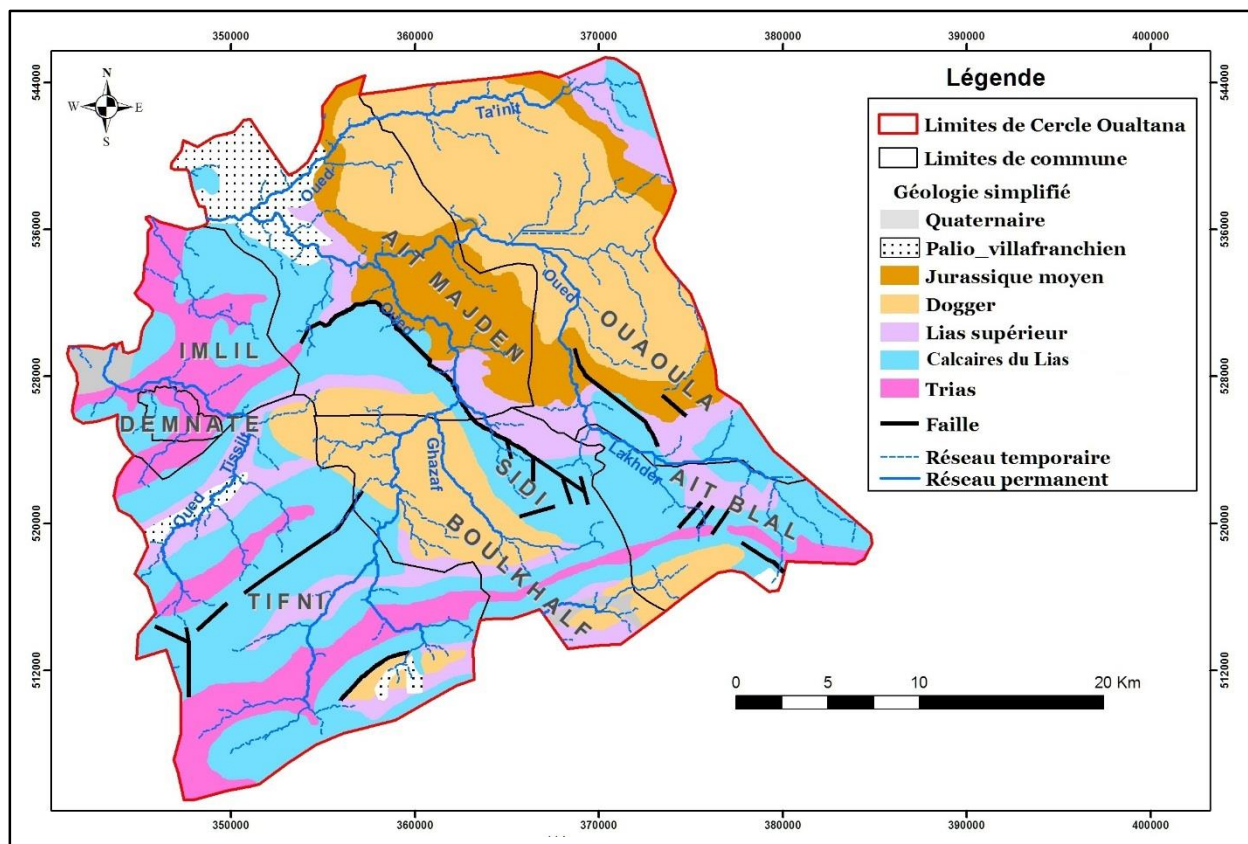


Figure 9: la géologie du cercle d'Ouelтана

4.2.2 Cadre climatique et hydrographique du cercle Ouelтана.

Du fait du caractère Atlasique du territoire de cercle Ouelтана, le climat est en général méditerranéen à influence océanique et de plus en plus continental quand on s'enfoncé dans la montagne. Le territoire Ouelтана est caractérisé par une variabilité spatiale des précipitations et des températures. (Entre 306 mm et 648 mm à Demnate et jusqu'à 1000 mm dans le Haut Atlas).

La saisonnalité climatique de territoire est marquée par une période pluvieuse d'octobre à mai, avec des averses automnales intenses, et une période sèche de juin à septembre. Ainsi La saisonnalité thermique oppose un hiver froid, particulièrement rigoureux en montagne, et un été chaud à très chaud à Demnate. En hiver, la neige représente une part notable des précipitations en montagne (20% à 30% des précipitations totales). Cette saisonnalité influence fortement le régime des cours d'eau, notamment au printemps et en été avec la fonte des neiges qui vient soutenir les étiages.

De point de vue hydrologique la zone d'étude se compose des bassins à des potentialités hydrauliques importantes. Les ressources en eau dont dispose cette zone sont constituées pour la majorité par les deux rivières : Oued Lakhder et Tassaout. Ces deux rivières pérennes ne confluent qu'une fois sorties du massif du Haut Atlas calcaire. Les bassins versants ont la même orientation Est-West et présentent une forme plus ramassée. Les crêtes sud qui limitent ces bassins sont les plus élevées du Haut Atlas calcaire : la Tassaoute est dominée par l'Irhil-M'Goun (4.071 m) où se trouve ses sources et le jbel Tignousti (3.825 m) ; le Lakhdar naît dans les jbel Azourki (3.690 m) et Tifferdine (3.770 m), mais des affluents rive gauche proviennent du jbel Tignousti (3.825 m). Le réseau de contrôle pluviométrique de ces deux bassins est extrêmement réduit : 6 postes ; les modules pluviométriques dans les cours atlasiques sont estimés à 650 mm/an pour la Tessaoute et 620 mm/an pour le Lakhdar.

Le contrôle hydrologique de la Tessaoute s'effectue à son débouché de l'Atlas, à Agadir-Bou-Acheiba (1 490 km² de bassin versant) depuis 1930, sous forme de mesures limnométriques et de jaugeages au flotteur, en aval d'importantes dérivations par séguias. Une autre station complète a été installée à Timi-N'Outine en 1962 (1.465 km² de bassin versant) à laquelle s'est substitué en 1970 le barrage de Ait -Aadel construit immédiatement en amont. Enfin, une autre station a été créée en 1964 dans le haut bassin (443 km²) à Ait-Tamlilt dénommé également Anfag pour permettre l'annonce des crues au chantier de barrage de Aït-Aadel.

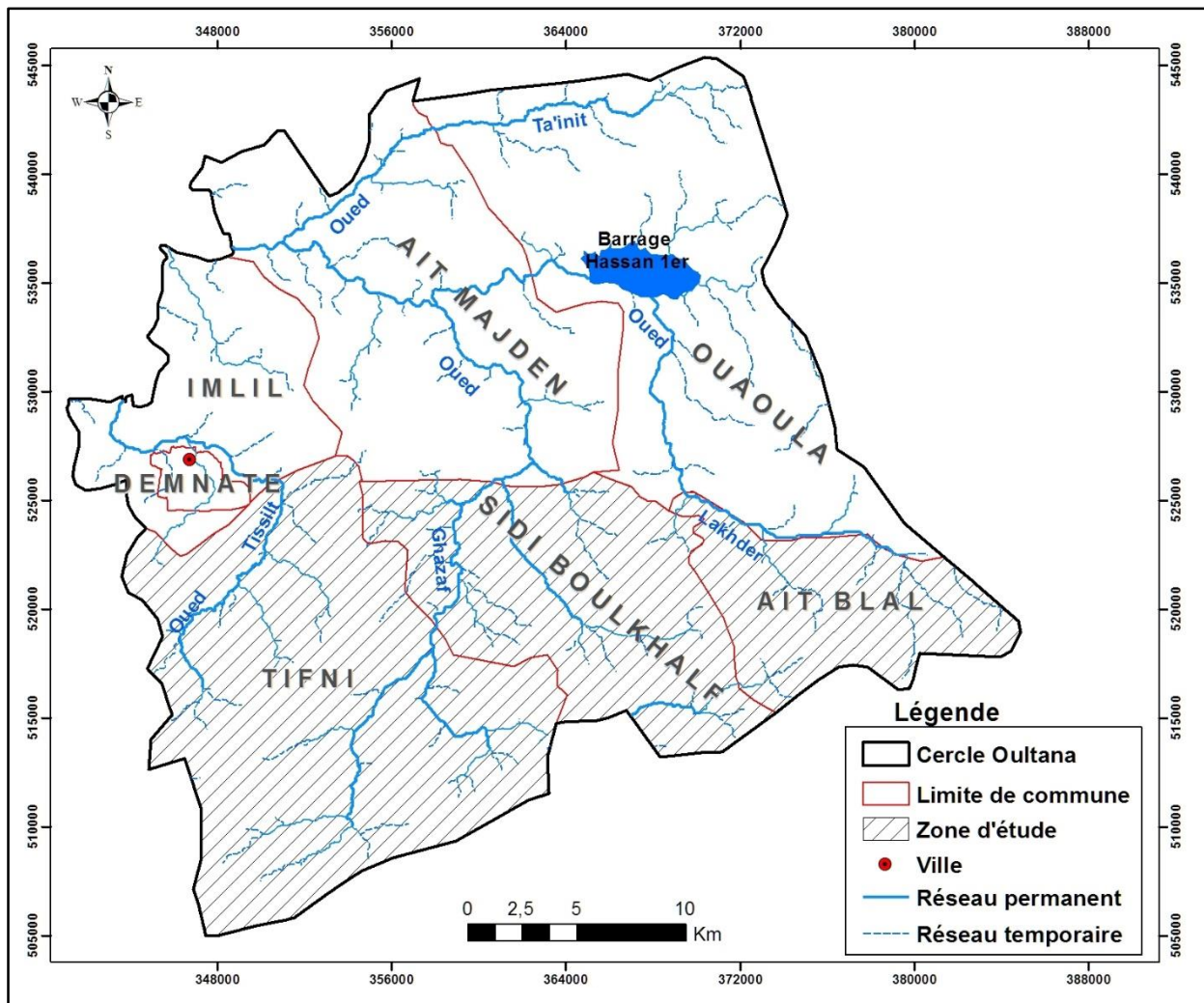


Figure 10: le réseau hydrographique du cercle d'Ouelтана

Il y'a d'autres petits Oueds tels Arga N'Tarit, Ait Toutline, Immi n'ouaka, Tissilt et Zrite et une dizaine de sources d'eau. Ces ressources sont utilisées par la population pour la satisfaction de leur besoin en eau, l'usage domestique, l'abreuvement des cheptels et l'irrigation des terres agricoles. Lors du stress hydrique, la population locale qui n'a pas d'aide extérieure se tourne vers la forêt pour s'assurer des compléments de survie. De ce fait le couvert forestier doit en plus assurer l'approvisionnement alimentaire, total ou partiel, du bétail et en même temps assurer une source de revenus aux paysans dont les activités agricoles se trouvent remises en cause par les fluctuations pluviométriques qui peuvent anéantir, partiellement voire totalement, les récoltes.

La dégradation du couvert forestier s'opère alors sous la pression de trois facteurs concordants : le stress hydrique, l'alimentation du bétail et l'approvisionnement en bois commercial (bois de feu, bois charbonnier...etc.).

4.3 Etat et variation de l'état du système territorial

Pour orienter et organiser l'exercice de diagnostic de l'efficience du système de développement local, d'abord nous avons restreint le cercle d'Oueltana sur les trois communes amont de cet ensemble de montagne.

Dans ce chapitre, nous allons présenter l'état du système territorial local des trois communes : Tifni, Sidi Boukhalif, et Ait Blal. Pour se faire, nous allons devoir décrire, d'une part, comment se présente actuellement les différentes dimensions du système territorial pour l'ensemble de la zone d'étude et aussi de déduire une discrimination spatiale de ces dimensions, et d'autres parts, nous allons essayer d'appréhender leur variation diachronique, afin de mettre en exergue l'ampleur de l'impact sur l'évolution de la situation territoriale locale.

Dans cette perspective, ce chapitre aura pour objectif de ramener quelques éléments de réponse à notre première question qu'on avait exprimée ainsi :

Quels sont les facteurs humains, biophysiques, environnementaux et organisationnels qui entraînent le(s) dysfonctionnement(s) du système territorial à Oueltana amont ?

Nous rappelons que nous nous référons pour cette recherche à la culture locale du choix d'indicateurs/variables afin de chercher les disparités locales dans la zone d'étude. Sachant que tout système de développement territorial a pour but de réussir la consolidation communautaire, d'œuvrer pour une dynamique démographique positive pour la stabilité des forces de travail locales et l'amélioration considérable de la qualité de vie de la population locale.

Cependant, évaluer l'efficience du système de développement territorial à établir l'équilibre du système territorial local, revient à mesurer le niveau de développement de ce territoire. Cet exercice de mesure de développement d'un système territorial nous renvoie bien sûr à la considération systémique de trois dimensions/enjeux globales du développement local : humaines, environnementales, et organisationnelle.

Conformément à ces composantes, le présent chapitre s'organisera en trois sections, durant chacune desquelles nous mesurons l'une des trois dimensions (humaine, environnementale et organisationnelle).

À travers la première section, nous examinerons l'état de satisfaction des besoins essentiels de la population locale, alors que dans la deuxième nous traiteront l'état de système biophysique local.

La troisième dimension sera consacré au volet organisationnelle pour évaluer les projets étatiques réalisés dans ce domaine .Ainsi, nous serons en mesure d'affirmer ou d'infirmer si le système territorial d'Ouelтана Amont est un système territorial en équilibre.

4.3.1 L'Etat et variation de l'état du développement de la population.

La connaissance des caractéristiques d'une population est d'une grande importance pour les études qui visent l'amélioration du niveau de vie de la population afin de déterminer ses divers besoins dans différents domaines tels (alimentation, scolarisation, emploi, santé, habitation etc...). À titre d'exemple, la structure par âge nous renseigne sur la constitution démographique d'une population et l'évolution de ses tendances et leurs significations. Elle est également d'un grand apport de renseignements appréciables pour la planification des besoins de la population dans différents secteurs socio-économiques.

Les aspirations des individus dans notre zone d'étude ne dépassent guère l'ambition de satisfaire leur besoins fondamentaux. Par besoin nous insinuons : la nécessité d'accès aux conditions sanitaires primaires, le besoin de s'instruire et la nécessité de disposer des biens de première nécessité.

Pour réaliser l'évaluation du développement de la population d'Ouelтана amont, nous avons retenu une grille d'analyse qui s'articule autour de trois familles d'indicateurs : les évolutions de la population et de sa densité, de son bien être sanitaire, et de son instruction.

4.3.1.1 La dynamique démographique

La prise en compte des conditions socio-économiques et démographiques des ménages ruraux constitue une étape importante susceptible de produire des informations utiles et des indicateurs pertinents permettant une meilleure connaissance des problèmes vécus. Par conséquent, cette démarche va nous aider à faire de meilleur choix comme il va permettre la mise en œuvre de stratégie qui vise l'amélioration d'améliorer les conditions de vie des populations.

Les données démographiques fournies par le dépouillement des résultats des trois derniers recensements généraux, montrent que la population de l'aire de l'étude a connu une évolution démographique positive. (**Figure 11**)

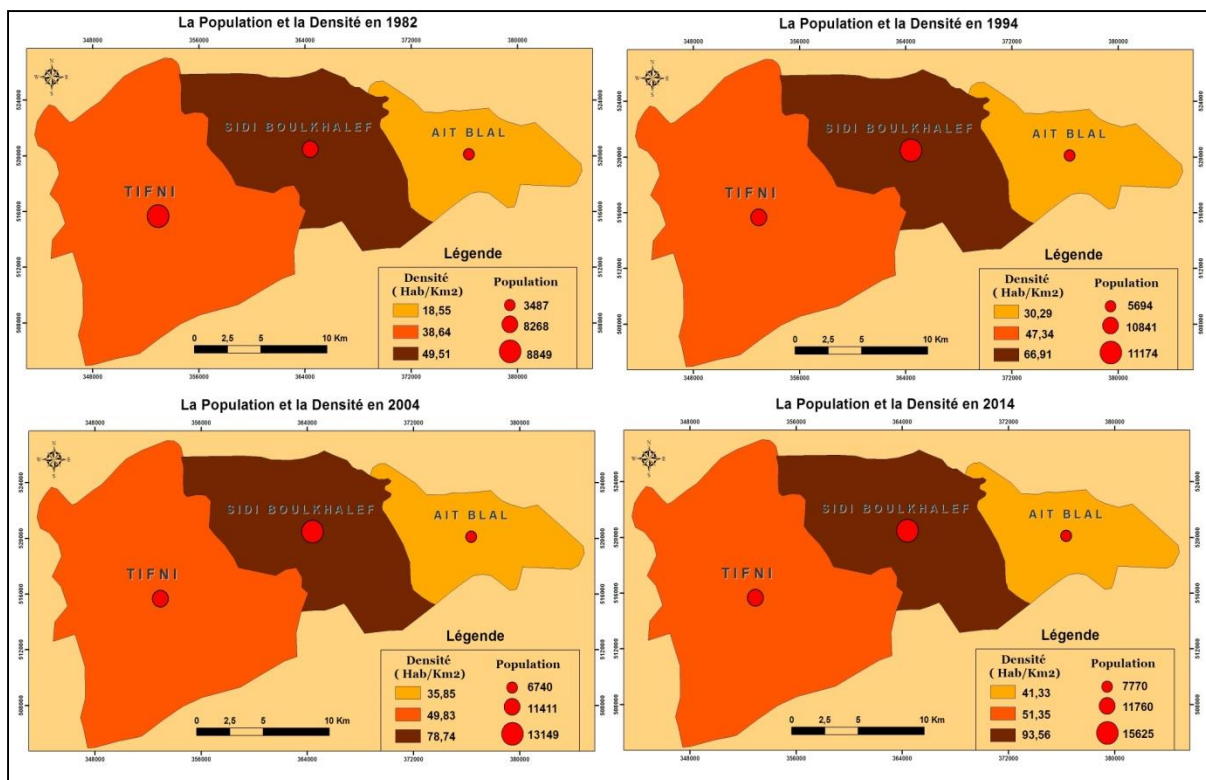


Figure 11: carte de l'évolution de la population de 1982 à 2014

Tableau 8 : évolution de l'effectif de la population de l'aire d'étude

| | Population en | | Accroissement global | TAM A % | Densité en 2004 | Population en | | Accroissement global | TAMA % | Densité en 2014 |
|-----------------------|---------------|-------|----------------------|---------|-----------------|---------------|-------|----------------------|--------|-----------------|
| | 1994 | 2004 | | | | 2004 | 2014 | | | |
| Tifni | 10841 | 11411 | +570 | 0,5 | 49,8 | 11411 | 11760 | +349 | 0,3 | 51,3 |
| Sidi boukhalaf | 11174 | 13149 | +1975 | 1,6 | 78,7 | 13149 | 15625 | +2476 | 1,7 | 93,5 |
| Ait blal | 5694 | 6740 | +1046 | 1,7 | 35,8 | 6740 | 7770 | +1030 | 1,4 | 41,3 |

En examinant la croissance des habitants et de leurs densités pendant la période 1994-2004 ; on constate généralement une nette tendance à l'augmentation caractérisant l'ensemble

de la région. Elle est plus importante pour la commune de Sidi Boukhalif (+1975) et Ait Blal (+1046), cependant, elle reste relativement inférieure au niveau de la commune de Tifni.

Le taux d'accroissement moyen annuel pour l'ensemble des communes est de l'ordre de 1.3%, la densité humaine est très importante, la densité moyenne se situe entre 54 et 78,7 hab/km², à part la commune d'Ait Blal qui ne dépasse pas 35,8 hab/km².

Pour la période 2004-2014, on assiste à une diminution du taux d'accroissement des deux communes Tifni et Ait Blal qui enregistrent des taux négatifs respectifs de 0,3% et 1,4%. Le taux d'accroissement annuel moyen pour l'ensemble des communes est de 1.13% cela est traduit par des densités presque égales ou légèrement supérieures à celle de 1994.

De ce qui précède, on constate une différence dans le taux d'accroissement moyen annuel qui oppose les deux périodes, si la période 1994-2004 à un rythme d'évolution assez important ; la deuxième période 2004-2014 a, au contraire, connu un ralentissement dans le TAMA. Les densités ne dépassent pas 93,5 hab/km², elles sont inférieures à la densité enregistrée au niveau régional (133hab/km²). Cette variation peut être expliquée par plusieurs facteurs notamment la baisse des natalités, le recul de l'âge de mariage,... Cependant le facteur le plus important concerne la précarité des conditions socioéconomiques locales, qui poussent la population à l'immigration vers des grandes villes Agadir, Jerada,... et Demnate.

Certes, les variables démographiques nous renseignent sur la sensibilité de la situation socioéconomique locale. Notre lecture va être placée sur l'état de développement sanitaire local, l'état d'instruction et le niveau de vie local.

4.3.1.2 La dynamique du développement de l'état sanitaire local.

La santé est désormais considérée comme un élément constitutif du capital humain au même titre que l'éducation et la nutrition ; c'est aussi un élément essentiel du bien-être. Un individu bien portant est économiquement plus productif et contribue ainsi à la croissance économique. L'état sanitaire actuel se produit par trois indicateurs : le nombre de personnels médicaux pour habitant, le temps d'accès aux soins médicaux, le nombre de services médicaux par commune.

Les services sanitaires disponibles dans les trois communes sont comme suit :

Tableau 9: les services sanitaires dans les trois communes, 2016

| communes | Centre de santé | dispensaire | Ambulance |
|---------------|-----------------|-------------|-----------|
| Tifni | 1 | 2 | 1 |
| Sidi Boukhalf | 1 | 1 | 1 |
| Ait Blal | 0 | 1 | 1 |

La distance pour accéder au lieu de consultation et les difficultés d'accessibilité se diffèrent dans le territoire. Le tableau ci-dessous justifie la précarité des infrastructures sanitaires ainsi l'inéquation entre les centres sanitaires et la carte démographique.

Tableau 10: Couverture sanitaire sur la base de données de Délégation provinciale de santé, 2012.

| Commune | Distance entre douars et unité sanitaire en (%) | | | |
|---------------|---|-----------------|---------------|-------|
| | Moins de 3 km | Entre 3 et 6 km | Entre 6 et 10 | +10km |
| Tifni | 35,24 | 40,13 | 21,53 | 3,1 |
| Sidi boukhalf | 14,02% | 11,35 | 15,65 | 85,88 |
| Ait blal | 40,16 | 51 ,24 | 3,5 | 5,1 |

Généralement, la distance moyenne entre le foyer et le dispensaire le plus proche dépasse 3 kilomètres, elle est de 3 à 6 km pour les deux communes de Tifni et Ait Blal. Toutefois, elle dépasse 10 km pour la commune Sidi Boukhalf (tableau10). Ces indicateurs témoignent des difficultés que doivent affronter les ménages en cas d'urgence, surtout que la plupart des douars des trois communes ont la difficulté d'accès aux établissements sanitaires pour les raisons suivantes :

- Manque des moyens de transport
- L'état précaire de l'infrastructure des routes
- Les crues d'oueds et les inondations.

De ce fait, certaines familles se trouvent dans l'obligation d'aller se faire soigner dans d'autres centres de santé situés dans les communes voisines.

Tableau 11: nombre de personnel médical dans les trois communes selon les normes d’OMS

| Commune | Population | Médecin | Norme OMS en médecin | Infirmier (e) | Norme OMS en personnel de santé |
|---------------|------------|---------|-------------------------------|---------------|---|
| Tifni | 11760 | 1 | 1 médecin pour 5000 habitants | 4 | 2,3 personnels de santé pour 1000 habitants |
| Sidi boukhalf | 15625 | 1 | | 2 | |
| Ait blal | 7770 | 0 | | 1 | |

D’après ce tableau, le personnel médical et surtout paramédical dans la zone d’étude est très insuffisant au regard des normes internationales, de l’Organisation Mondiale de Santé et les communes sont même en retard par rapport à la moyenne de la province d’Azilal qu’est de 0.99 pour le personnel médical et 0.6 pour le paramédical

Le manque des ressources humaines (1 seul médecin pour chacune des communes Sidi Boukhalf et Tifni, tandis que, le dispensaire d’Ait Blal est géré par un seul infirmier) est l’un des grands handicaps pour l’amélioration des services sanitaires. Suite à ce déficit les opérations d’accouchement est plus particulièrement pour des femmes issues des douars situés dans les zones montagneuses, se passe dans des conditions difficiles voir dramatiques, un phénomène qui explique l’augmentation des taux de mortalité prénatale ou postnatale. En l’absence de maternité et le manque de moyens de transport adéquat la quasi-totalité des femmes se trouve dans l’obligation d’accouchez chez elles tout en recourant à des méthodes traditionnelles (sages-femmes, utilisations des plantes aromatiques et médicinales comme traitement) qui s’avèrent dans la plupart des cas plus dangereuses.

En cas de complication, les chefs de famille qui sont aisés acheminent leurs femmes vers les hôpitaux de Demnate, kelaa sraghna ou de d’Azilal pour assurer un bon déroulement de l’accouchement.

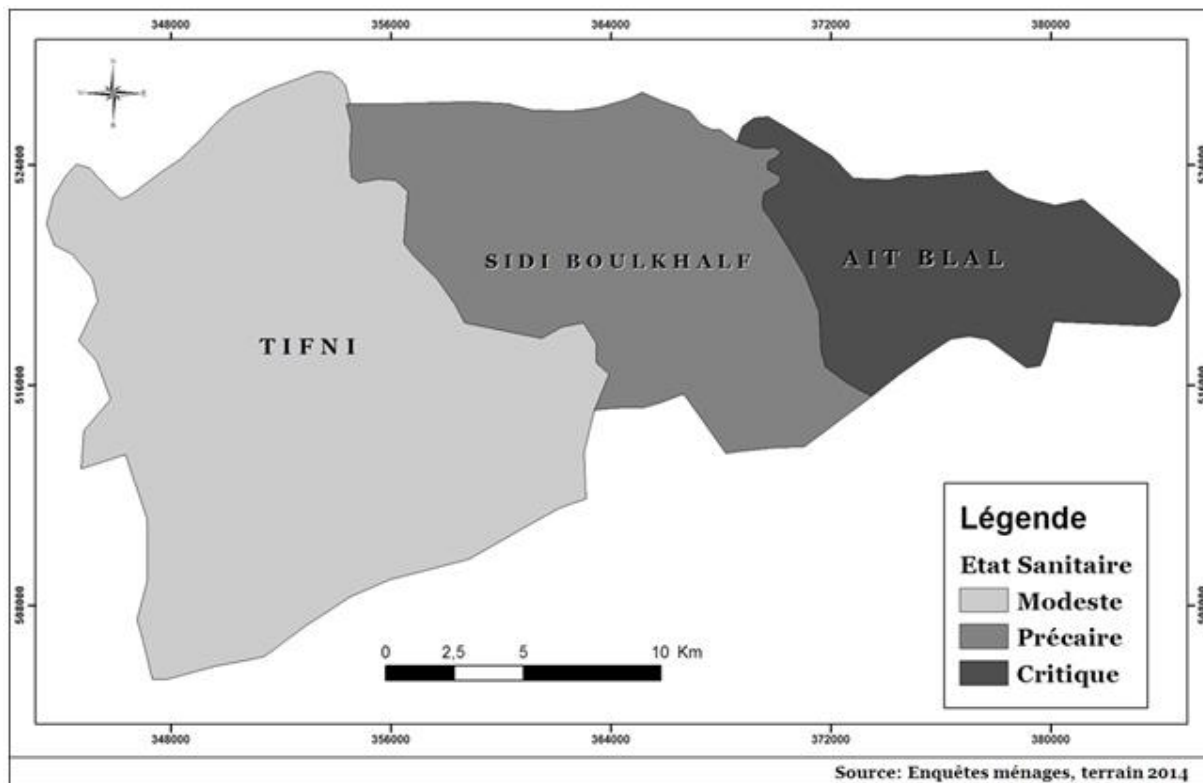


Figure 12: La discrétisation des communes de la zone d'étude selon l'indice de l'état sanitaire(2014)

Mais pour rendre compte de l'évolution de l'état sanitaire dans le temps, nous nous appuyerons sur les mêmes variables qui sont le nombre de personnels médicaux pour habitant, le temps d'accès aux soins médicaux et le nombre de services médicaux par commune.

En considérant ces trois variables, nous avons tenté de suivre la dynamique de cet état entre deux dates 2013-2016. Cet exercice nous a conduits à lire une importante discrétisation spatiale de la variation de l'état sanitaire local. La commune Tifni a connu une considérable progression s'individualise par l'ouverture la création d'un nouveau dispensaire dans le douar Ikhachen ce qui réduit le temps d'accès au soin médical, alors que la commune Ait Blal n'a connu ni régression ni progression de son état sanitaire ce qui aggrave la situation des douars qui sont loin de dispensaire qui préfèrent se soigner dans les dispensaires voisines comme celui de Ait Bouli. Cependant la commune Sidi Boulkhalif a connu une régression de l'état sanitaire se caractérise par une faible couverture en cadre de santé qui ont été 3 en 2011 et maintenant ils sont 2 infirmiers ce qui pousse la population de se soigner à Demnate à cause de l'indisponibilité des infirmiers.

La représentation cartographique suivante présente la discrétisation spatiale des communes de la zone d'étude selon la dynamique de l'état sanitaire.

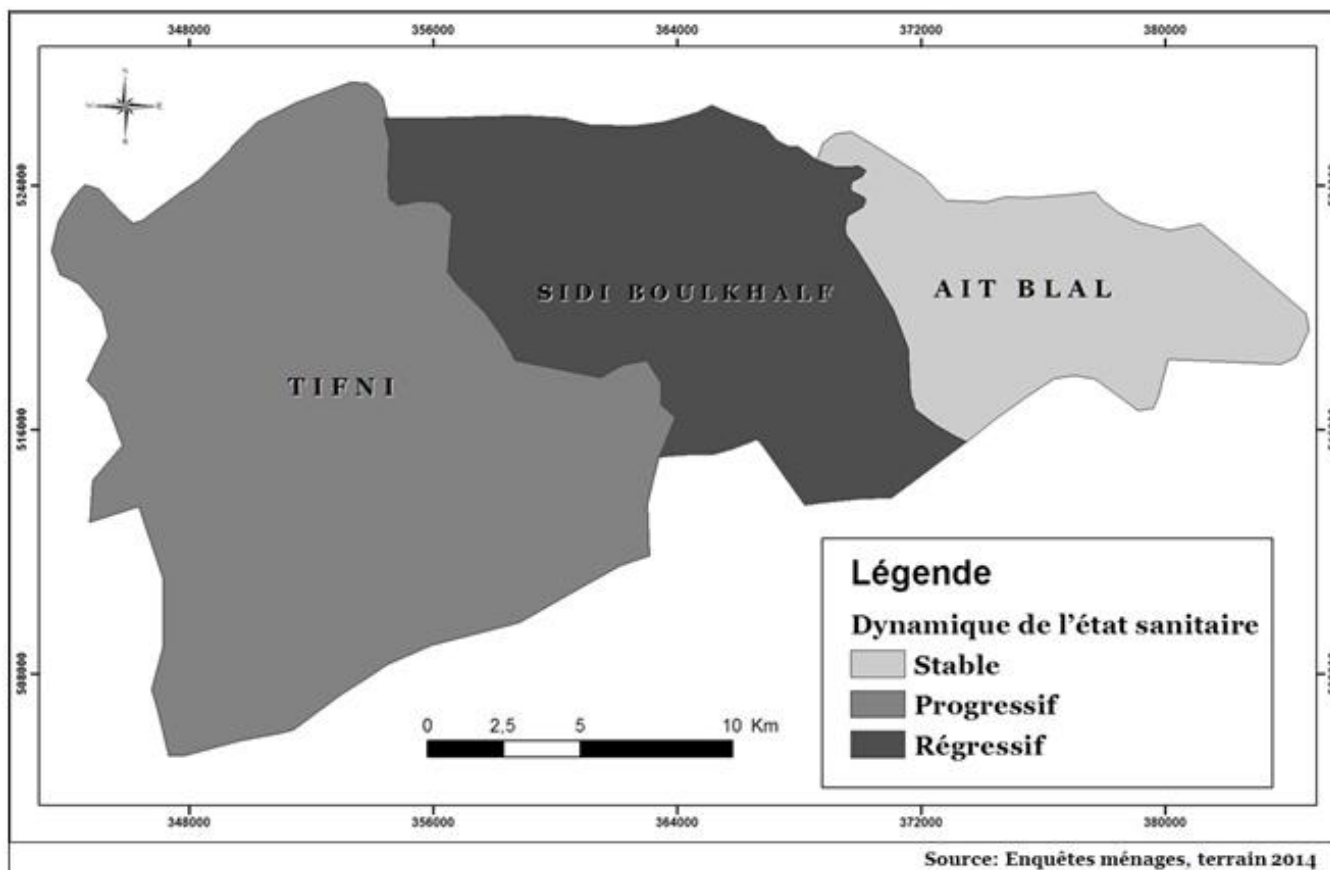


Figure 13: la dynamique de l'état sanitaire des communes (2014)

4.3.1.3 La dynamique du développement de l'éducation et la formation

L'influence que peut exercer l'éducation des hommes sur leur productivité et sur la croissance économiques avait été soulignée par les économistes classiques, et notamment par Adam Smith. Aujourd'hui ; le rôle de l'éducation est glorifié par les institutions internationales. C'est d'ailleurs, le deuxième point des objectifs du millénaire pour le développement (OMD).L'éducation constitue donc l'une des dimensions les plus importantes de l'analyse de développement territorial. Elle peut cependant être appréhendée par plusieurs indicateurs, chacun caractérisant un aspect particulier de la mobilisation de cet actif.

Pour décrire l'état de l'instruction dans notre zone d'étude nous évaluerons les niveaux de scolarisation et d'alphabétisation de la population locale et aussi pour ce qui est de l'égalité des chances d'accès à ce besoin de bien être intellectuel selon le sexe. Ensuite nous détaillerons ces indicateurs pour chaque commune afin de receler les disparités locales dans ce domaine.

Les variables retenues pour la description de l'état actuel des conditions d'éducation sont :

1. Le taux de scolarisation
2. Le taux de scolarisation féminine
3. Le taux d'analphabétisme
4. Le temps d'accès à l'école

L'expression des différentes variables retenues est moyennement différenciée entre les trois communes Tifni, Sidi Boukhalf et Ait Blal, cela dit le taux de scolarisation moyen, il est de 38,7 %.les taux maximum et minimum sont respectivement de 56% à Tifni et de 20% pour Ait Blal. Alors que le taux moyen de la scolarisation féminine est de 24,8 %.les taux maximums 38 ,4% et minimum 11% sont enregistrés respectivement par les communes Tifni et ait Blal. Pour le taux d'analphabétisme moyen est de 54 ,3 % .les taux maximums sont respectivement de 61.8 % enregistré a Ait Blal et de 47,5 % enregistré a Tifni. Tandis que le temps moyen d'accès à l'école est de 30,3% mn. La commune d'ait Blal enregistre la plus longue durée avec 42 mn alors que la plus courte durée qui est de 19 mn est enregistrée par la commune Tifni.

De ce fait, le suivi spatial de l'indice d'état de l'éducation/instruction qui regroupe toutes ces variables a donné suite aux résultats suivants. La commune Tifni expérimente un état d'éducation/instruction modeste (Fig N°14). La commune Ait Blal connaît un état d'éducation/instruction qui va de faible à très faible. En référence à cette variabilité, nous avons procédé à la classification typologique de ces trois communes.

La représentation cartographique de cette typologie est présentée dans la carte n°14

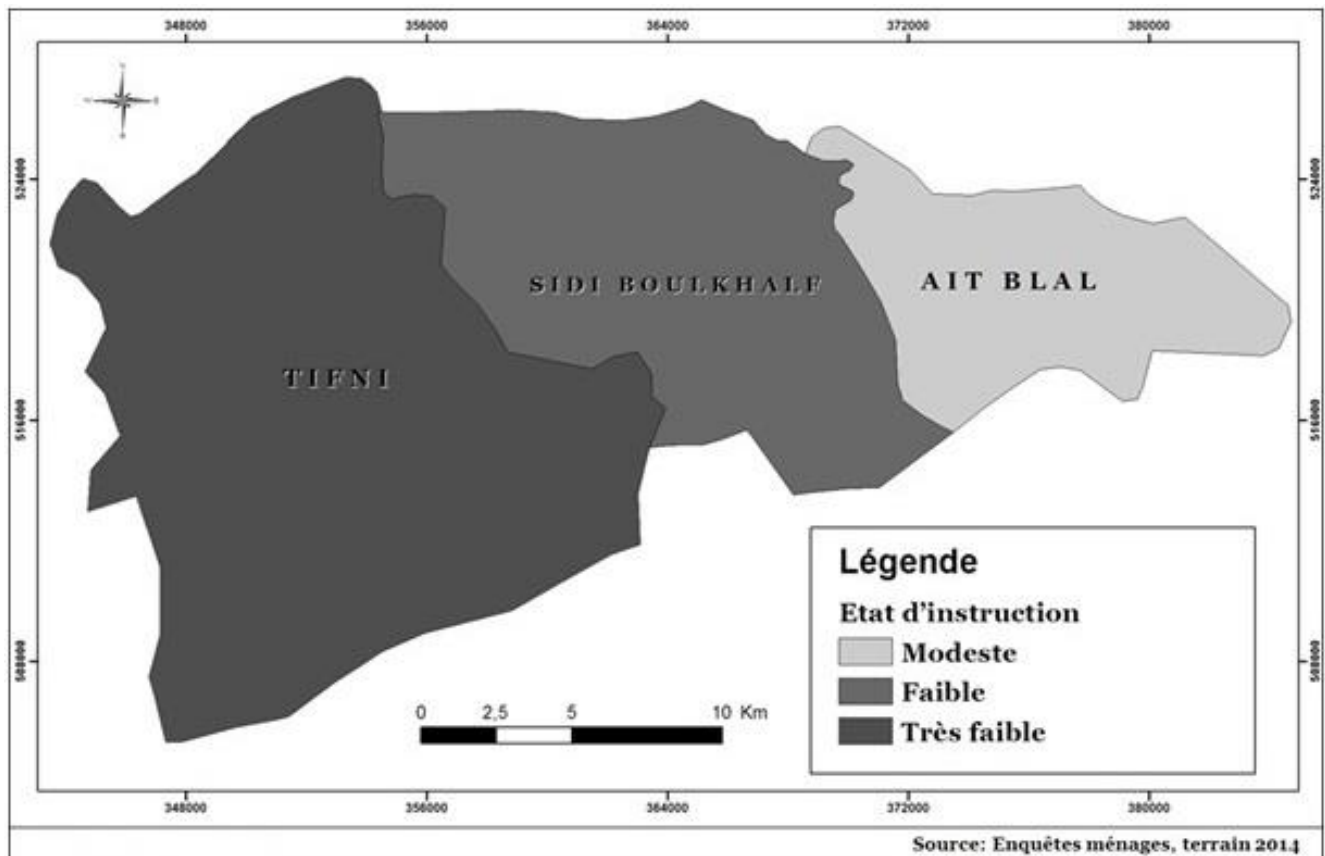


Figure14: la discrétisation de la zone de l'étude selon l'état de l'instruction de la population locale (2014)

Pour vérifier l'évolution anachronique de l'état d'instruction, nous avons restreint les variables retenues à trois variables:

- 1- Le taux d'analphabétisme
- 2- Le taux de scolarisation
- 3- Le taux de scolarisation féminine

Au regard de ces trois variables, nous avons examiné la dynamique de l'état d'éducation /instruction au niveau des communes de la zone d'étude, entre deux temporalités : l'an 2013et l'an 2016.

Il s'est dégagé de cet exercice une remarque générale qui veut que l'évolution de l'état de l'éducation /instruction local est très différencié entre communes .La commune d'Ait Blal présente une dynamique régressive de l'état de l'éducation/ instruction de la population locale et se caractérise par un taux d'analphabétisme proche de la moyenne locale et qui est de 61,8 % ; quant au taux de scolarisation moyen et au taux de scolarisation féminine(Fig :N°12): , ils sont inférieurs au taux de moyen local. Ils sont respectivement de 20% et de 11%, alors que le temps moyen d'accès à l'école est supérieur à la valeur moyenne de la zone d'étude, il est de 42 mn.

Toutefois la commune de Sidi Boukhalif connaît une relative stabilité de son état d'éducation instruction et se caractérise par un taux d'analphabétisme de 53,7%. Alors que, le temps moyen d'accès à l'école égale 30 min, il est supérieur aux taux moyens locaux. Elle présente aussi un taux de scolarisation générale et de scolarisation féminine très inférieurs aux taux moyens locaux et qui enregistrent respectivement 40,1% et 25%. Tandis que la commune Tifni a connu une amélioration sensible de leur état d'éducation /instruction. Elle se distingue à la fois par une forte scolarisation générale et une forte scolarisation féminine. Les taux respectifs sont de 56% et 38,4 % les deux valeurs devançant largement les taux moyens de la zone de l'étude. Cette commune présente en outre un taux d'analphabétisme inférieur à la moyenne qui égale à 47,5% et un temps moyen d'accès à l'école considérablement inférieur au temps moyen local et qui enregistre 19 mn. La représentation cartographique suivante représente cette typologie.

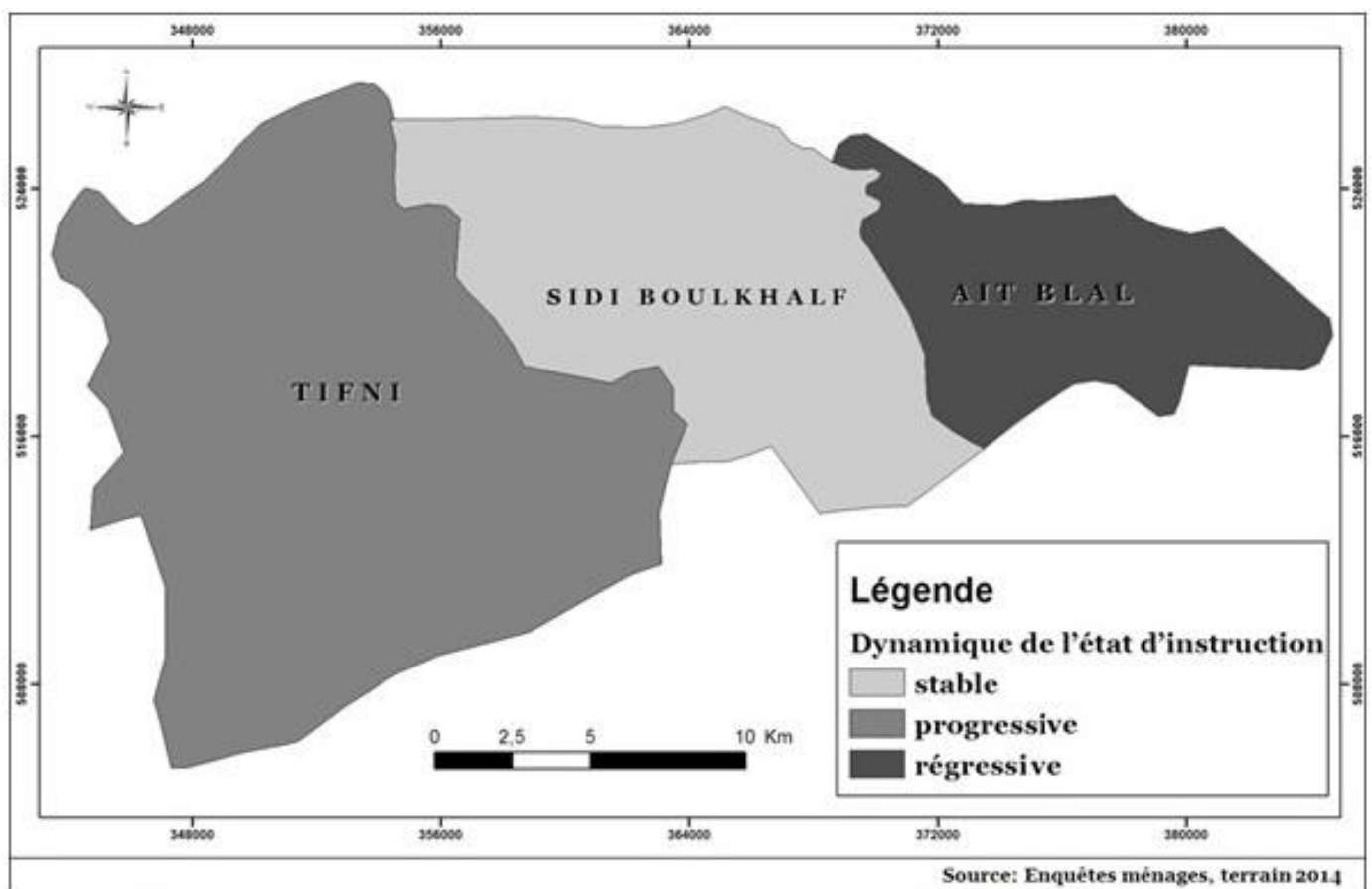


Figure15: la discrétisation des communes de la zone d'étude selon la dynamique de l'état d'instruction (2014)

4.3.2 Etat et variation de l'état de système biophysique local

L'état du système biophysique est aussi l'une des dimensions les plus importantes à investir lors de l'examen de l'état d'équilibre d'un système territorial. De ce fait pour cerner l'état du système biophysique local, nous nous sommes focalisés sur la description de l'évolution de l'état de la végétation et surtout celle du couvert forestier.

Les études sur le changement de l'utilisation du sol sont d'une grande importance car ils permettent de connaître les tendances actuelles dans les processus de déforestation, dégradation, désertification et perte de la biodiversité d'une région déterminée (Tribak A et al 2016).

Le domaine forestier dans notre zone d'étude occupe une superficie importante (32315,48 ha), cependant elle connaît une exploitation massive de la part de la population : prélèvement en bois et surpâturage qui entraînent une dégradation de la ressource et des problèmes d'érosion.

Dans un premier temps nous évaluons l'état et l'évolution de l'état du couvert forestier à travers l'indicateur de la superficie arborée.

Ensuite, nous focaliserons sur la vérification de la dégradation de la végétation à travers le suivi de l'état de la santé végétale globale

4.3.2.1 La dynamique surfacique du couvert arboré : état et dynamique d'état

Depuis son apparition, l'image satellite occupe une place très importante notamment dans l'observation et le suivi des phénomènes naturels et humains (Sbai et al, 2016). Dans ce cadre, les analyses des images Landsat de 1984 jusqu'à 2016 nous ont permis de suivre l'évolution des formations végétales naturelles dans le territoire d'Ouelтана amont.

Pour l'étude de la dynamique surfacique du couvert forestier incluant *Euphorbia résinifera* et du couvert matorral dans notre zone d'étude, nous nous sommes appuyés sur l'analyse des images satellitaires.

Les images satellitaires utilisées pour ce travail (téléchargées à partir des archives de l'USGS) sont du type Landsat 5, 7 et 8 de 1984 à 2016. Les capteurs utilisés sont:

- les capteurs TM relatifs aux images Landsat 5 qui possèdent 7 bandes spectrales et couvrent toujours une zone de 185 km sur 185 km,
- les capteurs ETM+ relatifs aux images Landsat 7 qui sont une évolution des TM précédents car ils comportent une large bande panchromatique à haute résolution,

- les capteurs relatifs aux images Landsat 8, dont un capteur multi spectral OLI ayant 8 bandes multi spectrales à 30m, un capteur thermique TIRS avec 2 bandes thermiques à 100m de résolution,
- un capteur panchromatique à 15 m de résolution.

Les images satellitaires ont été corrigées géométriquement selon le Système de projection Universal Transverse Mercator (UTM). Elles ont subi également une correction radiométrique pour éliminer l'effet des aérosols de l'atmosphère, mais aussi pour optimiser la qualité visuelle des compositions colorées.

Le traitement de ces données a été réalisé par le logiciel ArcGIS et Erdas Imagine. Ainsi, Le processus d'interprétation des images satellites a été le suivant :

- l'identification visuelle des classes d'occupation des sols par classification supervisée en se servant du « maximum de vraisemblance » (Soro, 2014, cité par El khalki et al, 2016), les classes retenues sont : forêt, matorral, arboriculture, euphorbia résinifera, terrain cultivé, terrain nu.
- la précision de la classification a été validé par la connaissance de terrain et à l'aide des images de Google Earth. Le tableau suivant expose les résultats obtenus de la carte d'occupation du sol de 1984 à 2016.

Tableau12: la superficie (ha) de recouvrement végétal dans Ouelтана amont de 1984,2000,2016

| Classes d'occupation du sol | Année 1984 | | Année 2000 | | Année2016 | | Variation (1984-2016) % |
|-----------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-------------------------|
| | Superficie (ha) | Proportion (%) | Superficie (ha) | Proportion (%) | Superficie (ha) | Proportion (%) | |
| Foret | 5635 ,53 | 11,73 | 3554,98 | 7,41 | 3249,72 | 3,58 | -8,15 |
| Matorral | 25540 | 53,17 | 23299,7 | 48,58 | 28461,7 | 31,43 | -21,74 |
| Espace arboré | 3843,63 | 8 | 4226,87 | 8,82 | 47323,06 | 52,26 | 44,26 |
| Espace cultivé | 1049,22 | 2,19 | 3541,28 | 7,38 | 3727,51 | 4,12 | 1,93 |
| Euphorbia résinifera | 1414,08 | 2,94 | 622,14 | 1,30 | 604,06 | 0,67 | -2 ,27 |
| Terrain nu | 10556,4 | 21,97 | 12716,3 | 26,51 | 7194 | 7,94 | - 14,03 |

Nous avons conclu que, la superficie du couvert forestier qui a été 5635,53 hectares en 1984, et représente 11,73 % de la superficie totale, se diminue à 3249,72 hectares en 2016 et représente 3,58% de la superficie totale. De ce fait, la perte annuelle globale est d'environ 74,55 ha/ an. Avec une perte de incluant Euphorbia résinifera et du couvert matorral s'élève à environ 32315,48 ha et représente 35,68% de la superficie totale, alors qu'elle a été d'environ 32589,61 en 1984 et représentait 67,84 % la perte annuelle globale est d'environ 8,56 ha/an.

La couverture forestière dans la zone de l'étude est très importante et constitue l'ossature du système des activités humaines locales. Pourtant, cette ressource a subi une très forte régression surfacique durant les trois dernières décennies. Cette régression est un indicateur très pertinent de la fragilité de tout l'écosystème. Elle est aussi révélatrice du déséquilibre au niveau des interactions des deux systèmes : humain et naturel.

Pour l'appréciation de la dynamique surfacique de la couverture forestière, nous nous sommes appuyés sur l'analyse des images satellites, des trois années 1984, 2000, 2016. À l'issue de cet exercice, il nous a été possible de constater que :

- La surface du couvert arborée naturelle diminue
- La dynamique surfacique des formations matorrals connaît un recul très significatif par rapport à celle de formations forestières.
- Cette tendance à la diminution des espaces forestiers est générale, mais renferme des disparités locales et des évolutions différentes selon les périodes.

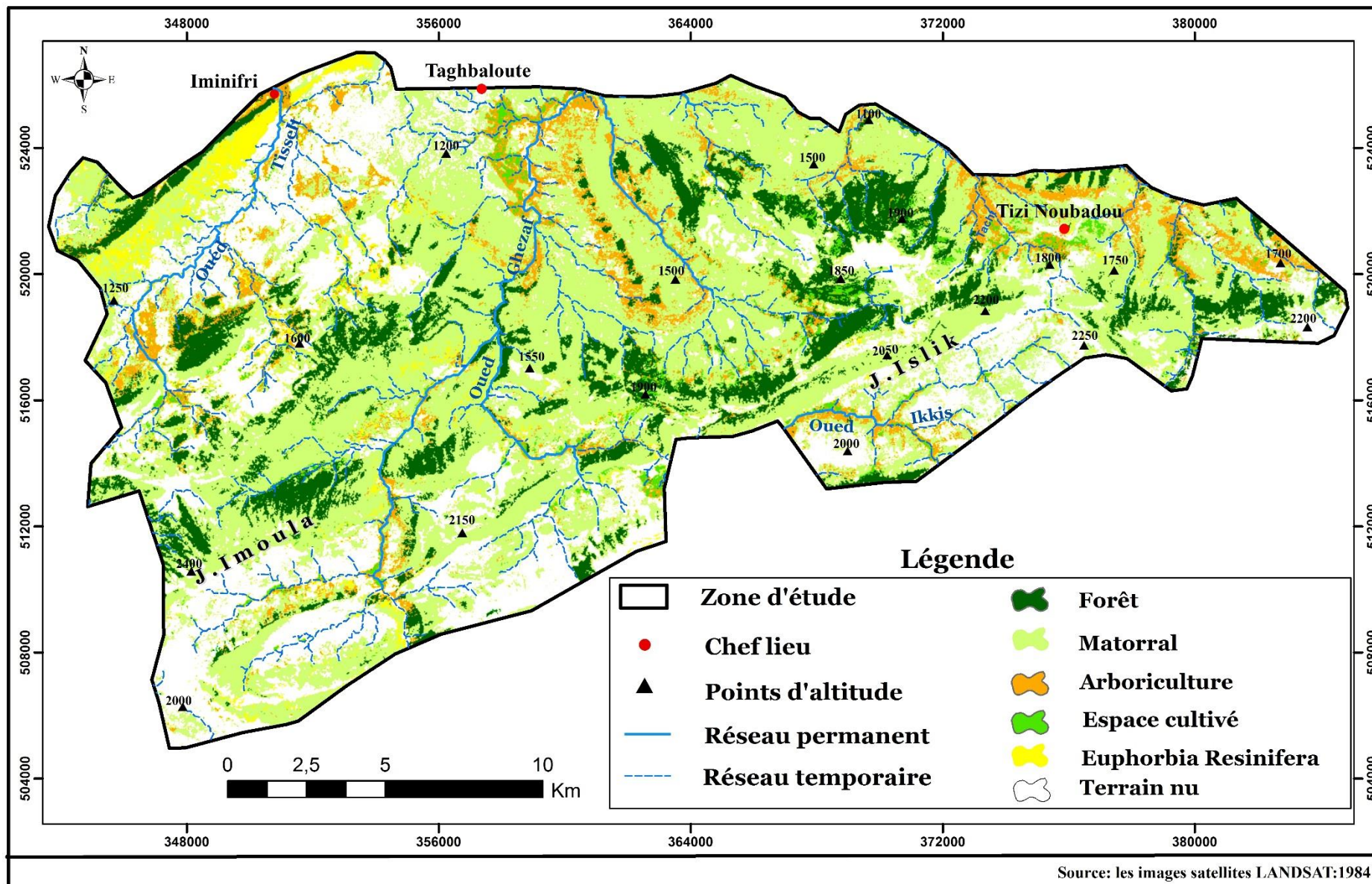


Figure 16: carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 1984

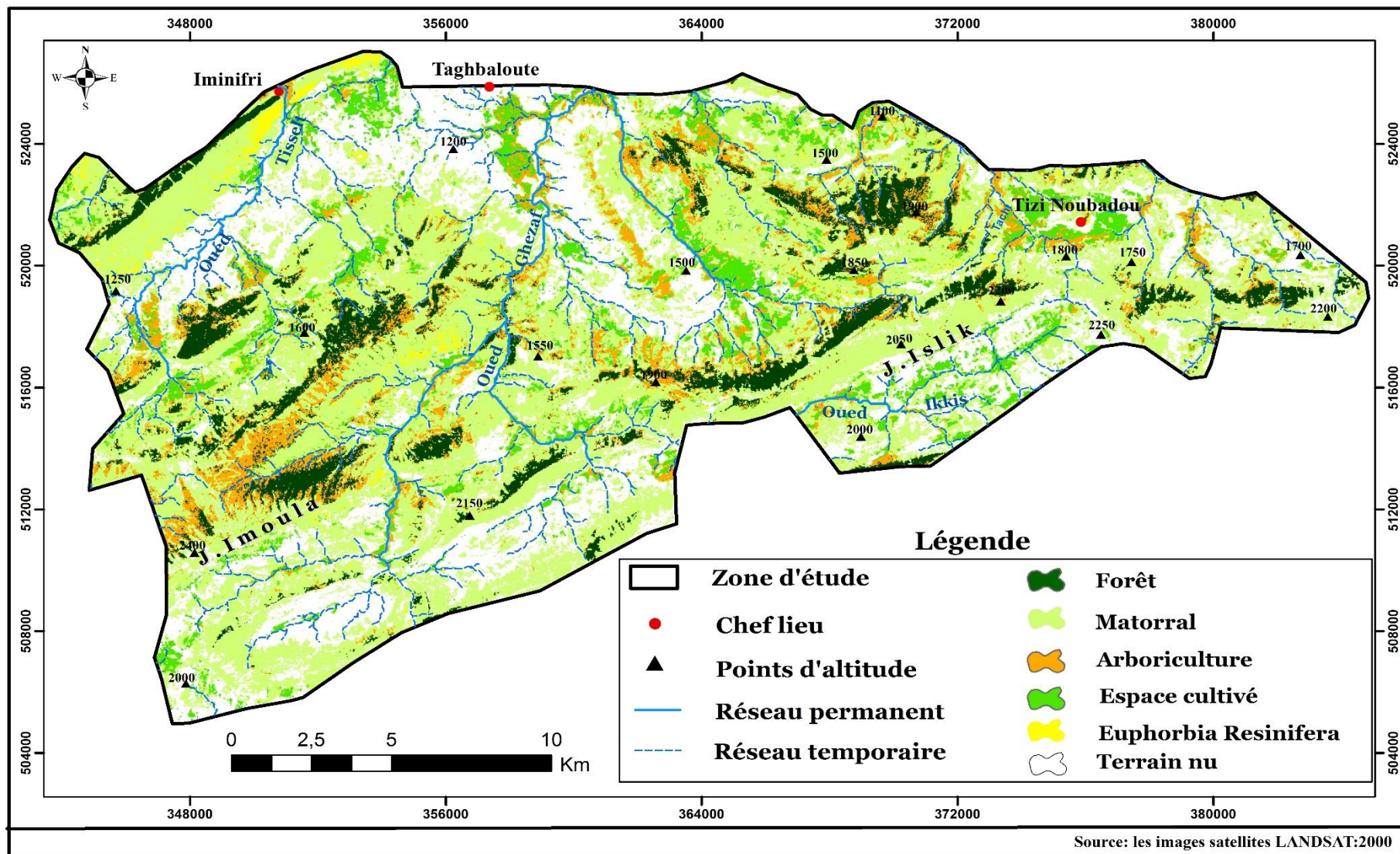


Figure17: carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 2000

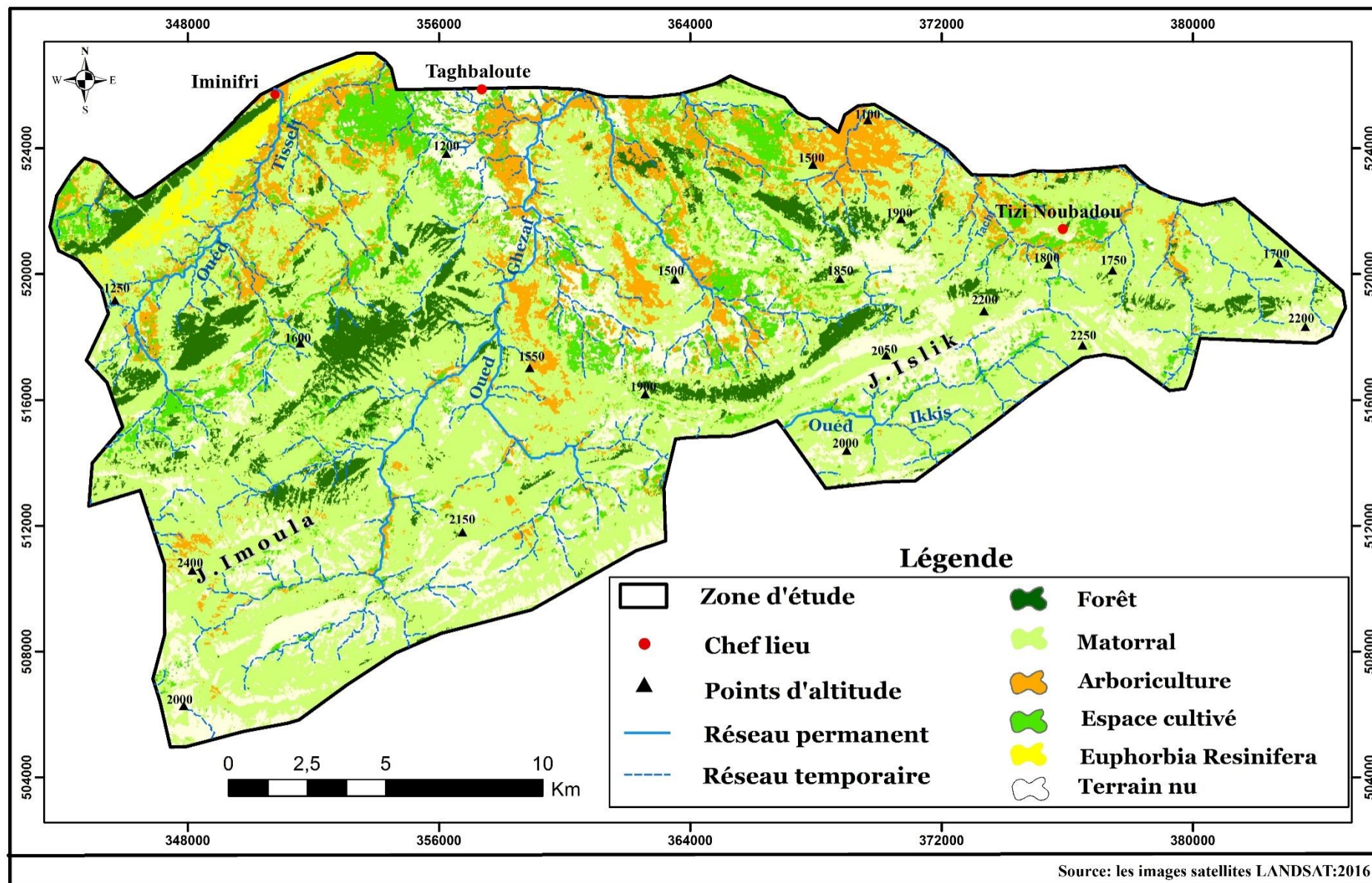


Figure18: carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 2016

La dynamique surfacique du couvert arboré « forêt, matorral, et euphorbia résinifera » à Ouelтана amont, pour la période allant de 1984 à 2016, est de tendance globale négative. La figure n° 19 expose cette tendance.

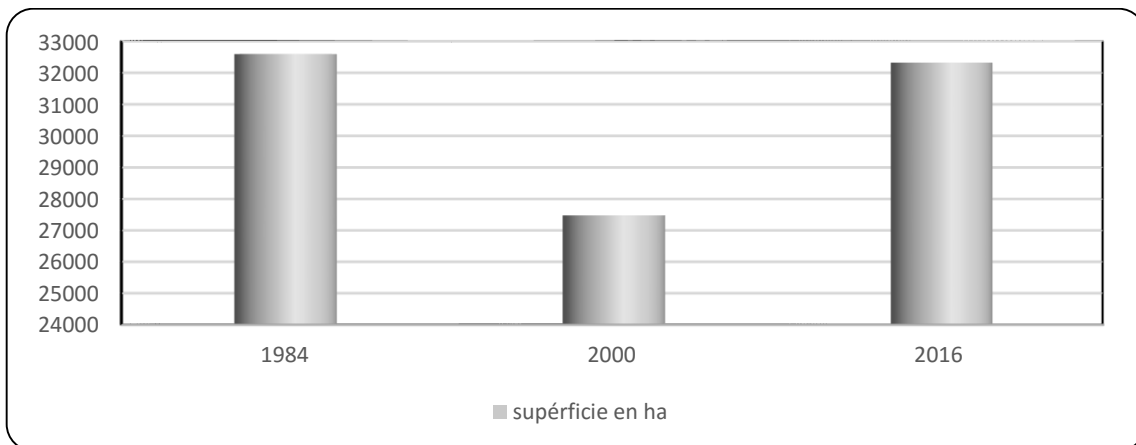


Figure 19: la dynamique surfacique du couvert arboré d’Ouelтана amont de 1984 à 2016

Toutefois cette régression est significative. de 1984 à 2000 le couvert arboré a connu la plus forte régression de sa superficie. il est passé d’environ 32589,61 ha à environ 27476,82, soit une perte de 319,54 ha/an. Alors que de 2000 à 2016, il a connu une timide augmentation d’environ 302,41 ha/an. Mais dans l’ensemble de la période 1984/2016, la perte paraît nette et déterminée. la figure N° 20 expose ce phénomène.

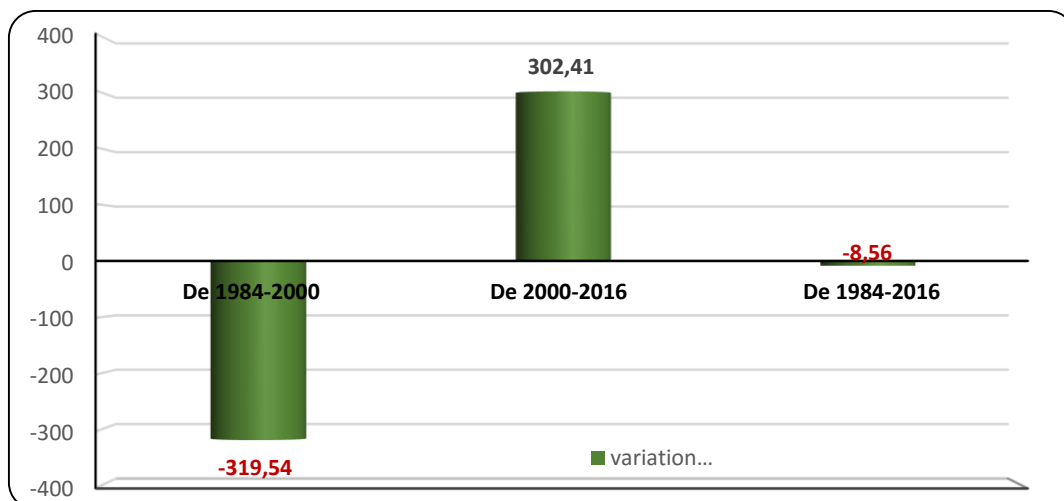


Figure 20: la variation annuelle par période du couvert arboré dans les trois communes (Tifni, Sidi Boukhalif, Ait Blal).

Le diagnostic de l'évolution de l'état du couvert forestier dans notre zone d'étude permet de conclure sur l'enclenchement d'une dynamique de tendance régressive, qui s'est accentué depuis 1984 aux années 2000. Ce recul de la densité et de la superficie de l'espace forestier, montre un vrai déséquilibre du couvert végétal à Ouelтана amont. Cet état de dégradation est dû à la conjonction de plusieurs facteurs physiques et anthropiques.

Les modes de l'utilisation de l'espace « *sont influencés par de nombreux facteurs, dont les structures agraires, les caractéristiques du milieu physique, ainsi que les interventions anthropique sur le milieu restent les plus importants. Les structures foncières, ébranlées par divers événements historiques, introduisent des variétés d'occupation dont certaines sont incompatibles avec les données du milieu physique. Les tailles des exploitations, très diverses, influencent de leur côté les modes de faire valoir existantes ainsi que les rapports entre les paysans et la terre qu'ils mettent en valeur* » (Tribak.2000)

Les milieux naturels marocains ont subi au cours des 20 siècles des dégradations intenses liées à la forte pression que la population locale a exercée sur les ressources naturelles (le labour, le surpâturage et le défrichement des forêts). (El khalki et al,2017)

Globalement, l'action de l'homme avant le protectorat se limitait à des activités de subsistance, aux effets lents, faibles et en inclusion dans la tendance générale de la stabilité dynamique de tout système territorial d'Ouelтана amont

Cependant, particulièrement depuis le protectorat l'action anthropique a eu, et a toujours un effet brutal, intense dans le temps et dans l'espace. Les activités humaines et singulièrement celles marchandes ont entraîné à Ouelтана amont, la rupture de l'équilibre systémique (stabilité dynamique des systèmes en équilibre) du couvert forestier, et pour cause, l'action anthropique a dépassé largement la capacité d'autorégulation de l'écosystème.

Parmi les facteurs essentiels de la forte régression du couvert forestier à Ouelтана amont depuis 1984 aux années 2000 on cite :

- La coupe du bois pour des fins économiques

L'absence d'activités agricoles habituelles suite à de mauvaises conditions pluviométriques dans Ouelтана amont contraint les personnes qui ne peuvent émigrer à la recherche d'une activité de substitution dans les capitales régionales, à user d'autres moyens de survie que leur environnement peut encore leur assurer.

C'est ainsi que le reste du couvert forestier est mis à contribution, l'instinct de survie des familles dépassant toute autre considération. Les meilleurs arbres sont repérés puis abattus et leur bois est vendu de préférence à l'état brut dans les petits centres urbains de la région,

voire dans les villes environnantes. Car la transformation du bois brut en charbon demande beaucoup de temps et d'énergie et comporte surtout beaucoup de risques de se faire verbaliser par les services des eaux et forêts.

- Le défrichage pour l'extension annuelle des parcelles cultivées

Dans le cas d'un défrichage partiel consistant à élargir une parcelle cultivée déjà existante, l'opération est réalisée de façon proportionnée (relativement à la surface de la parcelle). Elle consiste à accroître annuellement les parcelles de quelques mètres seulement. Pour cette raison, on trouve que l'espace cultivé à Oueltana amont est passé de 1049, 22 ha en 1984 à 3541,28 ha en 2000, avec une augmentation annuelle de 155 ha/an. C'est donc une tactique d'expansion progressive aux dépens du domaine Mahroum (Diyari, 2003). Là encore, les arbres ou les buissons, quand ils existent, sont coupés puis dessouchés pour éliminer tout indice qui pourrait témoigner de l'histoire du milieu. Le défrichage est plutôt considéré comme une réappropriation indirecte de l'espace collectif, dans la mesure où les terres cultivées constituent généralement, en dehors de la saison agricole comme en jachères, des terrains de parcours collectif.

La population durant cette période traite l'arbre naturel comme un facteur de risque qu'il faut abattre car sa présence peut constituer une raison d'expropriation

- L'alimentation du bétail

Un autre facteur qui témoigne la régression de couvert forestier depuis 1984 aux années 2000 est l'alimentation de bétail, car, au cours des saisons agricoles sèches, l'herbe des espaces de parcours ainsi que le chaume qui sert de pâture estivale dans les champs cultivés sont insuffisants pour nourrir les troupeaux. Pour pallier cette déficience, « *les éleveurs coupent les branches des arbres dont les feuilles et les brindilles servent de source alimentaire complémentaire, voire principale, pour leur bétail. L'alimentation des troupeaux à base de feuillage est une pratique très répandue dans la moyenne et haute montagne particulièrement en hiver mais, en période de sécheresse, c'est durant plusieurs saisons que la forêt est mise à contribution et ce jusqu'au retour éventuel d'une herbe suffisante sur les aires de parcours* » (Diyari, 2003).

Planche de photographies N° 1 : La surexploitation des ressources ligneuses pour la satisfaction de la demande en énergie traditionnelle constitue une forte menace pour les ressources forestières qui connaissent déjà un taux annuel d'accroissement faible. Ainsi la couverture végétale de nombreuses zones est chaque année transformée en bois et charbon de bois, laissant des terrains nus exposés à toute forme d'érosion.



Photo 1: La femme pourvoit la maison en combustible par prélèvement direct sur la végétation environnante, en ramassant le bois mort. Les femmes vont chercher du bois deux à trois fois par semaine et le rapportent sur leur tête (le chargement peut atteindre jusqu'à 18 kg). une charge transportée sur plusieurs kilomètres est dangereuse (dénivelés importants, sentiers périlleux)
(CI, El Bakkari- le 05/10/2016 dans la commune Ait Blal.



Photo 2 : Au cour de la saison sèche, les femmes coupent les branches des arbres dont les feuilles et les brindilles servent de source alimentaire complémentaire pour le bétail

(CI, El Bakkari - le 12/01/2015 a douar Tissninass (commune Tifni)



Photo 4: un stock des branches d'arbres séchées pour le chauffage et la cuisson des aliments.

(CI, El Bakkari - le 01/09/2015 à douar Ait lbour (commune Ait Blal)



Photo 5: avec un défrichement annuelle de genévrier, l'agriculteur élargie la superficie de ses parcelles cultivées.

(CI, El Bakkari - le 03/12/2015 à douar Achaouikh (commune Ait Blal)

4.3.2.2 La santé végétale par « l'indice de végétation normalisé » NDVI

L'indice de végétation par différence normalisée, appelé aussi NDVI, est calculé à partir du canal visible rouge (R) et du canal proche infrarouge (PIR) et met en valeur la différence entre ces deux bandes. (Jiang et al 2006). Le résultat d'un NDVI prend la forme d'une nouvelle image, la valeur de chaque pixel étant comprise entre 0 (sol nu) et 1 (couvert végétal maximal) (Yvon-Carmen et al. 2004).

Nous nous sommes appuyés sur cet indicateur afin de suivre l'évolution de l'état de santé végétale dans notre zone d'étude entre 1984 et 2016

l'indice NDVI a été calculé (selon les images satellitaires disponibles) pour deux saisons : hiver et été des années 1984-1995-1998-2000-2003-2006-2011-2016. cet exercice nous a amené à une observation globale qui veut que l'activité végétale de toutes les formations végétales locales tend vers la régression. Néanmoins, cette tendance générale enregistre des taux qui varient d'une période à l'autre et d'une saison à l'autre. L'activité chlorophyllienne de la végétation dans l'aire d'étude pour les deux saisons l'hiver (mois 2) et l'été (mois 7) a connu un recul depuis 1984. La zone connaît une diminution de son activité biologique durant la période de 1984 à 2006. Alors que 2006 à 2016 elle a connu une timide augmentation, mais garde toujours la même tendance régressive.

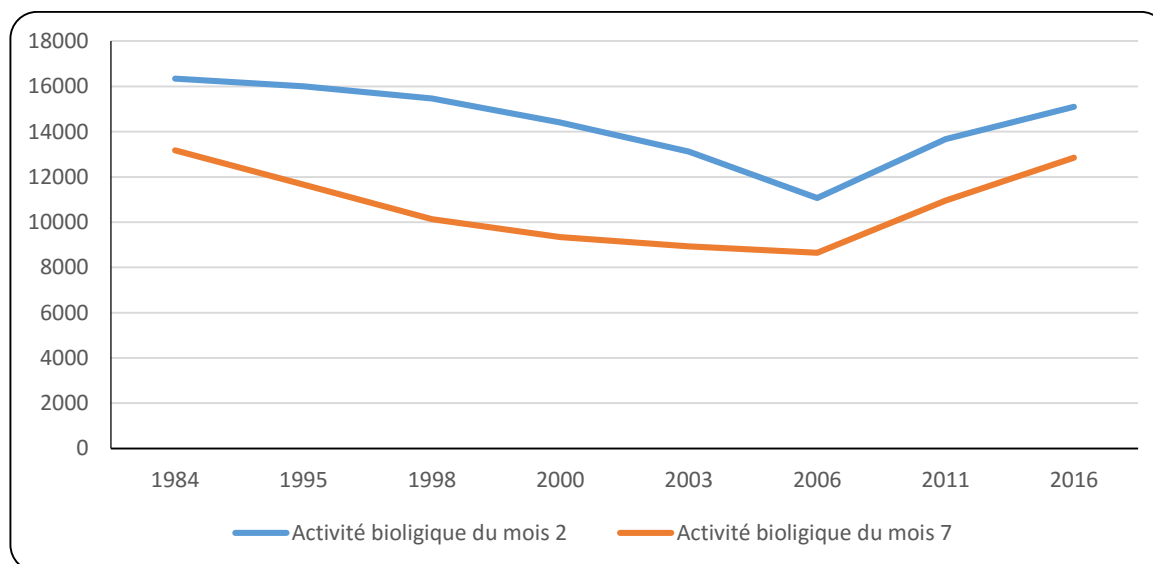


Figure 21: la dynamique de la superficie de l'activité biologique (mois 2 et 7) par période dans la zone d'étude

Les cartes du changement de l'activité chlorophyllienne issues de l'analyse de l'INDVI durant la période 1984 à 2016 illustrent clairement ce phénomène. La période allant de 1984 à

2006 enregistre la plus grande superficie à activité biologique en diminution (il correspond à une forte surexploitation du couvert forestier), alors que depuis 2006 à 2016, ce phénomène s'est atténué.

Il s'est atténué parce que les agriculteurs ont commencé d'une part à planter des arbres fruitiers (l'amandier, l'olivier, le caroubier..) et d'autre part, la substitution des arbres naturels par des arbres fruitiers. Grace à cette substitution, la superficie de l'arboriculture a passé de 4226,87 ha en 2000 à 47323,06 ha en 2016, avec une augmentation annuelle de 2693,51 ha/an. Cette substitution est réalisée en général avec des amandiers ou, si les conditions locales le permettent (cours d'oueds ou possibilité d'un arrosage ponctuel), avec des noyers, et des oliviers. Dans certaines parcelles, les agriculteurs procèdent par étapes : d'abord par un mélange raisonné des arbres fruitiers avec les arbres naturels, puis par l'élimination progressive de ces derniers au fur et à mesure que les premiers commencent à produire. La partie ainsi annexée peut être labourée et les arbres fruitiers assurent un revenu complémentaire. Cette stratégie est adoptée en particulier par les agriculteurs qui n'ont pas de titre de propriété et qui exploitent des parcelles héritées ou récemment défrichées.

Aussi durant cette période (2006-2016), la population a commencé d'utiliser les bouteilles de gaz aux usages domestiques. Cette nouvelle conversion dans le système de la cuisine a réduit sans doute le taux de consommation du bois de feu. Ainsi, si on compare la superficie de l'activité biologique de notre zone d'étude avec les résultats de la dynamique de son couvert arboré on constate qu'il y a une certaine similarité très claire car les zones qui correspondent à la régression de couvert arboré présentent une régression de leurs activités biologiques. (Figure N°22)

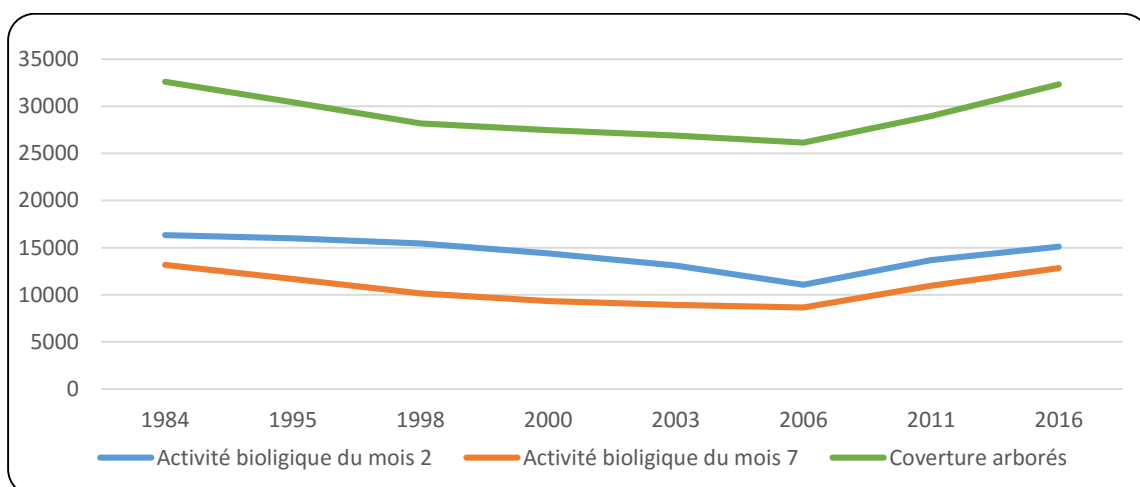


Figure 1: la dynamique de la superficie du couvert arboré et de l'activité biologique (mois 2 et 7) par période dans la zone d'étude

4.3.2.3 L'érosion une rétroaction à la dégradation du couvert végétal

Dès que l'homme s'est attaché à cultiver la terre, il a défriché la couverture végétale, exposé le sol nu à l'agressivité des pluies et provoqué la dégradation de l'horizon humifère du sol ainsi que l'accélération de l'érosion et du ruissellement. De par la diversité du milieu naturel et suite aux activités humaines, les phénomènes d'érosion sont très variables dans le temps et dans l'espace. (El garouani et al, 2003)

La fragilité du système biophysique d'Oueltana amont « *peut aussi être appréhendé par les rétroactions vicieuses entres ces éléments composants. Dans les terrains très accidentés des montagnes le sol est l'une des composantes biophysiques la plus affectée par la dégradation du couvert végétal. Les paysages de désertification des pâturages de l'altitude témoignent de la gravité du recul des forêts et des matorrals sur la fixation des sols* » (baali, 2011).

Le sol d'Oueltana amont est un élément fragile du système biophysique et subit aussi les conséquences du déséquilibre atteignant la couverture végétale. Le sol est affecté par un processus de dégradation brutale qui gagne tout l'espace, mais qui enregistre des disparités relativement significatives entre sous bassins versants. La forme d'érosion la plus dominante dans la zone de l'étude est : l'érosion hydrique. Cette dernière constitue « *une menace environnementale majeure pour la durabilité et la capacité productive de terres agricoles. Elle constitue le processus de dégradation des terres le plus actif et elle dégrade également la ressource la plus importante pour la survie de l'humanité : l'eau. L'érosion par ruissellement provoque, en particulier, une perte irréversible des surfaces cultivables, une perte de la capacité de stockage des lacs naturels et artificiels et une pollution de l'eau par les matériaux transportés au cours des crues. Les fortes pluies sont également à l'origine d'évènements chroniques, parfois catastrophiques, les inondations de zones situées à proximité des cours d'eau par des crues turbides* » (Hammouda, 2010). Au Maroc, d'après les estimations de la FAO, 12,6 millions d'hectares de terres cultivées et pâturées sont menacés par ce phénomène. (FAO ,1995)

Personne ne peut nier que, L'érosion hydrique est causée principalement par la pluie, mais l'ampleur de ce phénomène est régie par d'autres facteurs tels que le type de sol, la topographie du terrain, le couvert végétal et les activités humaines (Wischmeier et Smith, 1978 ; King et al, 1992).

A l'échelle de la parcelle, la perte en sol est fortement affectée par deux paramètres : l'inclinaison de la pente et sa longueur. Pour notre zone d'étude, 25% de la superficie est

occupée par des pentes de plus de 15°.Rosse affirme que « *au-delà d'une pente de 20 %, les rigoles se creusent et deviennent de plus en plus profondes (5 à 20 cm), ce qui se traduit par une surface très accidentée* » (Roose, 1994).

Plus la pente est longue, plus le ruissellement s'accumule, prend de la vitesse, acquiert une énergie propre qui se traduit par une érosion en rigoles puis en ravines plus importantes (Roose, 1994). La topographie intervient aussi par sa forme, selon que le versant est concave ou convexe. Sur les versants de forme convexe, le ruissellement et l'érosion sont très minimes en haut du versant, mais augmentent très rapidement vers l'aval, alors que sur les pentes de forme concave, le ruissellement et l'érosion sont très élevés en amont puis diminuent graduellement en aval (Mayer et al, 1992, cité par Hammouda, 2010).

L'homme d'Ouelтана amont a exercé des pratiques culturelles inadaptées sur les versants ce qui a conduit à la modification de l'état de surface. Il a modifié profondément le comportement hydrologique des sols. De ce fait, il a aggravé et accéléré le déclenchement de l'érosion à cause de défrichement qu'il a opéré sur les forêts, le surpâturage, les pratiques culturelles de labour.

Dans notre zone d'étude, le défrichement des forêts pour l'installation des cultures a envahi sur une période de 16 ans, presque 4856,74 ha de forêt et de matorral. Sur les parcelles cultivées, le sol est périodiquement mis à nu et fragilisé par les labours et les sarclages successifs. Ces terres cultivées sont sujettes à des réseaux d'incisions en rigoles qui peuvent causer des pertes en terre impressionnantes sous certaines conditions. Elles ont cependant des comportements différents vis-à-vis des processus d'érosion linéaires en fonction des cultures pratiquées. Le caractère saisonnier des cultures annuelles fait que les risques d'érosion restent très élevés sur la majorité des sols cultivés de cette façon. Les cultures semées à l'automne (céréales, légumineuses) ne commencent à couvrir le sol qu'à partir du mois de janvier, plus tard quand la sécheresse persiste jusqu'au mois de novembre ou décembre, ce qui engendre un retard du recouvrement des sols. Les terrains de culture restent donc nus pendant une bonne partie de l'année et sont directement exposés aux agents dégradants (Tribak et al, 2004). Selon Le Bissonnais et al. (2005), les cultures ne couvrent pas plus que 20% de la surface du sol pendant la période au cours de laquelle les précipitations sont les plus agressives.

Suite aux énormes dégâts qui se sont manifestés sur les terres agricoles à cause de l'érosion hydrique, plusieurs études ont cherché à comparer l'aptitude de certaines cultures à protéger les sols de l'effet érosif des pluies. « *L'orge, par exemple, présente un taux d'érosion inférieur de 26% à celui du blé. Cette plus grande aptitude de l'orge à protéger le sol de l'érosion est expliquée par son pouvoir de tallage important et sa meilleure tolérance à la*

sécheresse. L'orge est donc considérée comme une culture moins érosive que le blé. D'une manière générale les terres cultivées par des céréales sont extrêmement sensibles à l'érosion hydrique. Si les précipitations annuelles sont supérieures à 700 mm, le ruissellement à l'échelle de ces terres peut dépasser 24% du total des précipitations» (García-Ruiz, 2010 cité par Hammouda, 2010).

La majorité des agriculteurs d'Oueltana amont pratiquent la jachère, cette dernière qui favorise la restitution de la matière organique et d'éléments chimiques nécessaires pour stabiliser la structure des sols .sauf que cette pratique, réduit la capacité d'infiltration et favorise le ruissellement. Car, les terrains en jachère, dépourvus de toute végétation après leur déchaumage en été, durcissent et se compactent avec la sécheresse estivale qui se prolonge parfois jusqu'au mois de novembre. De ce fait, la naissance de multiples rigoles sur ces terrains lors des premières pluies d'automne qui sont souvent intenses et violentes. « Des essais d'infiltration menés à Douar Ali Lafhal situé dans les montagnes du Prérif Oriental (Maroc), montrent que l'infiltration sur des sols issus des marnes et marno-calcaires miocènes, passe de 2,8 cm/h sur une parcelle en jachère non travaillée à 4cm/h sur une parcelle fraîchement travaillée » (Tribak et al, 2004). Il est important de signaler que les terrains en jachère ne se comportent pas tous de la même manière; leur dynamique reste contrôlée par des paramètres liés aux caractéristiques des sols, de la pente et des aspects géomorphologiques des versants.

L'utilisation dense de tracteur dans le travail du sol conduit au tassement de sol ce qui réduit l'infiltration. Ainsi que, Le labour le long de la pente favorise le ruissellement des eaux et par conséquent augmente le détachement des particules du sol et son érosion. « Au Maroc, dans la région du Prérif occidental, les pertes en terre sur un sol labouré au tracteur sont de l'ordre de 543 T/km², alors qu'elles ne sont que de 112 T/km² sur un sol labouré à l'araire » (Heusch, 1970, cité par Hammouda). Certains auteurs affirment que le labour augmente la porosité des sols et, par conséquent, leur capacité d'infiltration. Il permet de casser les croûtes superficielles et de renforcer la rugosité. De telles conditions contribuent à retarder la naissance du ruissellement, voire à l'empêcher totalement en cas de pluies de faible intensité (Tribak et al, 2004). D'autres estiment que si le labour améliore temporairement l'infiltration, il accélère la minéralisation de la matière organique et affaiblit la résistance des agrégats à l'énergie des pluies (Sabir et al, 2004).

Un autre facteur déterminant dans le processus de l'érosion est le pâturage, ce dernier était autrefois dans notre territoire d'étude saisonnier et le bétail se déplace sur des distances considérables pour assurer son alimentation. Actuellement, les éleveurs sont devenus

sédentaires. Ils exercent donc une forte pression sur les terrains de parcours proches des douars. La charge animale supportée par les parcours est couramment supérieure à ce qu'elle devrait être. Cela se traduit par une modification des caractéristiques hydrologiques du sol et une augmentation de la perte en terre. La relation est inversement proportionnelle entre la charge animale et le taux de variation annuel du couvert arboré, le coefficient de corrélation est d'environ -0,599. (Baali, 2011)

Les éleveurs pratiquent la transhumance depuis des décennies, mais ce mode d'exploitation des ressources est en mutation avec notamment la sédentarisation accrue et l'appropriation des terres collectives. Il en résulte une surexploitation des ressources, notamment végétales. Naggar (2000) décrit ces mutations en insistant sur le fait que « *le pastoralisme tel qu'il est anciennement pratiqué subit des mutations profondes en raison de « de l'ampleur de l'essor démographique, la sédentarisation des pasteurs, la progression de l'économie marchande, les modes et pratiques d'utilisation des ressources pastorales par les éleveurs* » (Naggar, 2000)

Le surpâturage a causé la disparition de la couverture végétale, laissant ainsi des surfaces importantes du sol exposées aux effets érosifs des pluies et du ruissellement. Selon (Rey et al., 2002), la végétation peut intervenir pour lutter contre l'érosion de deux manières principales : d'une part elle peut empêcher l'érosion de se produire, jouant ainsi un rôle de protection « active » contre l'érosion et d'autre part elle peut piéger et retenir les sédiments érodés à l'amont du versant en jouant alors un rôle « passif » contre l'érosion en piégeant les sédiments à l'amont d'un recouvrement végétal dressé ou couché à la surface du sol « *la densité du couvert végétal passe d'un état initial de 33 % de recouvrement à 30, 28, 25, 21 puis 19 %, respectivement pour des niveaux de charge animale égaux à 1, 2, 4, 8, et 12 brebis/ha/an. D'autre part, le passage répété des animaux entraîne un tassement du sol qui provoque une diminution de l'infiltration à la surface du sol, augmentant ainsi les risques de ruissellement et de ravinement* »(Sabir et al. 1996).

Face à ce phénomène, les agriculteurs d'Oueltana amont ont procédé à des techniques traditionnelles héritées et pratiquées de père en fils. « *Certains aménagements traditionnels auxquels procèdent les paysans, manifestent une grande adaptation aux conditions du milieu et jouent, par conséquent, un rôle important en matière de gestion conservatoire des eaux et de sols. Il s'agit de techniques mises en place et développées par les populations locales dans l'objectif de gagner des aires cultivables et de réduire les processus de dégradation* ». (Tribak et al, 2004). Pour réduire la longueur de la pente et déminer la concentration du

ruissellement, les agriculteurs ont procédé à la construction des terrasses et des talus. Ces derniers, piègent des quantités importantes d'eau et de sédiments.

Pour pratiquer la culture de l'orge et du blé, produits de base de l'alimentation des populations d'Oueltana amont et de leurs troupeaux, sur des reliefs très escarpés, les agriculteurs ont littéralement sculpté la montagne. Les petites terrasses et la présence d'arbres utiles (amandiers, olivier) permettent à la fois de retenir le sol (et donc de lutter contre l'érosion), et de conserver l'eau en favorisant sa pénétration, ce qui réduit le ruissellement.

Les terrasses de « bour » sont les plus répandues dans notre zone d'étude, le soutènement de ces champs en terrasses peut prendre deux formes principales ; on y distingue des terrasses construites avec une vraie armature de pierres ; c'est la forme la plus représentée dans notre zone, mais il existe également des terrasses à talus « nus » ou enherbées faiblement consolidées que l'on peut rencontrer sur les versants les moins pentus. La différence de forme entre les deux types de soutènement tient à une différence essentielle dans le degré d'inclinaison de ceux-ci.

En comparaison avec les terrasses irriguées dont on trouve aux douars installés proche du lit d'oued Ghezaf, le mur de soutènement est construit uniquement avec de la pierre sèche sans faire appel aux matériaux de cimentage. La charge caillouteuse des versants couvre largement les besoins de construction. De fait et en l'absence du liant, la construction des terrasses "bour" nécessite un savoir-faire assez affirmé pour assurer la stabilité du mur contre tous les dangers qui peuvent survenir : la poussée de la terre, l'érosion, l'eau, les animaux, etc.

Les paysans mettent en œuvre également un ensemble de procédés mécaniques et biologiques susceptibles de mieux gérer les ressources et limiter les méfaits de l'érosion. Le traitement des ravins par des seuils en pierres ou des espèces végétales permet de réduire l'évolution des ravins tout en valorisant des espaces dégradés. Les clôtures en haies vives, composées d'espèces épineuses ou d'alignement d'agave, jouent un rôle anti-érosif important bien qu'elles soient destinées prioritairement à délimiter les parcelles, à protéger les vergers et produire des fruits ou du bois. Ces aménagements font face actuellement à une dégradation accrue à cause du coût élevé d'entretien, du manque d'eau liée à la sécheresse et de la déprise rurale qui affecte plusieurs secteurs de la région. » (Tribak et al, 2004) on peut dire que la technique de terrassement a permis à ces paysans à la fois de conserver le sol support indispensable pour toute agriculture, d'augmenter les surfaces cultivables peu étendues dans cette région montagneuse, mais aussi, d'utiliser facilement et de mieux répartir l'eau dans

l'espace cultivable, quelle que soit son origine. Sans ces champs en gradin, il est impossible d'utiliser les eaux sur ces terroirs pentus.

En matière d'aménagement, l'arboriculture ainsi que certaines opérations qui lui sont associées, constituent un moyen important de gestion conservatoire des sols (Tribak et al, 2004). Les surfaces implantées d'olivier et de noyer ont connu pendant les deux dernières décennies une extension importante. De même, sur les berges d'oued Ghezaf, les terrasses fluviales constituent un apport en sol riche, exploitable par l'agriculteur pour concrétiser ses activités agricoles (céréaliculture, arboriculture fruitière). Ces terrasses aménagées sur les formations alluviales sont généralement de petite taille et restent réservées essentiellement aux cultures maraichères, elles bénéficient d'un grand soin de la part des propriétaires du fait du rendement important qu'elles assurent (Tribak et al, 2013). Les agriculteurs accordent une attention particulière à la plantation de noyer dans ces rives. Cette dernière est généralement accompagnée par la mise en place de terrasses « irriguées ». Les agriculteurs aménagent des places dans les lits des affluents ou le long des canaux d'irrigation. Il n'existe aucune plantation régulière de noyer. Selon notre enquête de terrain, les agriculteurs de douars (Almssa, Tighmort, elhart, Ougougen, Ait wakrim, Ait ouchkrad et Tighli) souffrent des torrents de mois juillet et Août provoqués par oued Noufad qui prend sa source de Jbel Rat et se jette dans la vallée de Ghezaf . Les berges d'oued Ghezaf subissent une forte érosion associée à trois situations:

Le sapement entier des berges : ce sont des berges verticales, nues, qui ont subi une dynamique importante, ce qui a provoqué un recul visible. Elles sont souvent situées en rive concave où leur apparition est facilitée, surtout pendant la période hivernale et lors des crues, lorsque le débit d'eau est important. (El Ghachi et al, 2005)

Le glissement des berges : c'est une étape ultérieure à la dégradation de la berge. Il y a deux cas :

- Les berges hautes (supérieures à 2 m) : après avoir été sapées à la base, et en raison d'une forte dynamique, leur forme quasi verticale favorise le glissement et l'éboulement des matériaux de la partie haute de la berge.
- Les berges basses (inférieures à 1,5 m) : les mêmes dégradations déterminent quelquefois un glissement de la berge dû, outre la dynamique fluviale, au piétinement du bétail.

La dégradation des berges : cette situation concerne souvent « les berges qui ont une faible hauteur (moins de 1 m), ce qui favorise le débordement du cours d'eau pendant la période hivernale. Ceci finit par provoquer une dégradation totale de la berge (affaissement

des matériaux, déchirure du couvert végétal), lui conférant un profil convexe ».(El ghachi et al,2005)

Malgré les efforts déployés et les techniques traditionnelles pour lutter contre le sapement des berges, chaque année l'agriculteur perd des arbres de noyer à cause des crues d'oued Ghezaf, une perte qui influence directement sur le revenu annuel de l'agriculteur. Les dégâts d'inondations ne s'arrêtent pas à la perte des arbres de noyer, et du sol, mais ils peuvent être très dévastateurs. Suite aux inondations dues aux crues d'oued Ghezaf, le pont qui relie les douars Ait wakrim et 8 douars dans la commune de sidi Boulkhalif s'effondrait en 2010, dans une absence totale de réaménagement ou de programmation de la part de la commune nos jours. Ce qui a perturbé la connexité entre les douars de la commune, et surtout lors de la période hivernale. De ce fait, il faut croire et admettre que, les composantes principales du système biophysique de vie sont : l'eau, le sol et la végétation. La végétation est la composante principale de l'équilibre de l'écosystème montagne. Tout déséquilibre affectant cette composante, induit le déséquilibre systématique de l'ensemble du reste des composantes du système biophysique.

Pour relever ces défis, les risques que font courir les activités humaines et les aménagements aux milieux fluviaux doivent être identifiés et circonscrits. Les études prospectives d'impacts de toute intervention humaine en milieu fluviaux doivent être réalisées et exploitées dans l'optique d'y protéger les biodiversités et équilibres environnementaux. (Taous, 2013)

4.3.3 L'état et la dynamique d'état de la réponse du sous-système organisationnel

L'état de satisfaction des besoins d'existence de la population locale, qu'ils soient physiques, sociaux est en majeure partie dépendante à l'état de la mise à niveau en infrastructure, équipement et services territoriaux.

La nature de l'enclavement que la population locale au Haut Atals Central n'est pas très différente de celle expérimentée par la majorité des communautés des montagnes des pays en développement. Ainsi l'évaluation du niveau d'efficacité de l'environnement de désenclavement local, revient d'abord à décrire la situation actuelle des services de la régulation que sont les prestations en services administratifs, économiques, sociaux ... , ensuite à suivre leur évolution et enfin à vérifier leurs fonctionnalités pour l'ensemble des communes et de décrire la disparité locale de cette situation entre communes.

4.3.3.1 État et dynamique des prestations en services communaux de proximité

L'un des niveaux importants de la réponse corrective organisationnelle du système territorial local est le niveau des prestations en services de proximité que pourvoient les communes. En plus des services administratifs, la commune doit fournir des services économiques, sanitaires, sociaux et culturels. La commune doit aussi répondre par son centre communal à un certain niveau d'accessibilité et d'équipement en réseau d'infrastructure de base.

Pour la vérification des niveaux de cette offre, nous nous appuyons sur une évaluation par score d'existence ou non des services et équipements prédéfinis par le haut-commissariat au plan(HCP) dans le recensement de l'équipement communal (REC) de l'année 2000, que nous avons réactualisé par entretien durant l'année 2016 auprès des chefs des communes de la zone de l'étude. La réactualisation de ce recensement a pour objectif l'évaluation de la dynamique de l'offre en prestations des services de proximité et aussi de la mise à niveau des centres communaux de par l'accessibilité et la dotation en réseaux d'infrastructure de base.

Les services de recensement retenus par REC de l'année 2000 sont : la maison communale, caïdat, la gendarmerie royale, l'agence de Crédit Agricole, le bureau de poste, le centre de travaux agricoles et le souk hebdomadaire comme équipement administratif et économique de base. Alors que comme équipement et services socioculturels et sanitaires, il a été retenu que la commune doit être dotée d'un dispensaire rural, un centre de santé communal, une infirmerie privée, une pharmacie, un mécanicien dentiste, un foyer féminin et une maison des jeunes. Tandis qu'en matière d'éducation et de formation pour chaque commune, l'attention a été portée sur les écoles coraniques ou Msids, les écoles primaires autonomes, et les écoles primaires satellites. Il a été retenu aussi la vérification de sa dotation par un collège, un lycée et un établissement de formation professionnelle publique. Or, pour la vérification de la mise à niveau du centre communale, il doit d'une part être accessible au moins par l'un des moyens de transport commun suivant : le grand taxi, le minibus. D'autre part, être relié aux réseaux d'électricité, d'eau potable et d'assainissement.

Comme indiqué précédemment, la dynamique positive de l'établissement des prestations en services, équipements et infrastructures qui soit efficace et fonctionnelle, est la réponse régulatrice du système territorial local face audéséquilibre territorial mentionné dans les deux premières sections du présent chapitre.

La réponse communale en services, équipements et infrastructures n'enregistre pas une variabilité très grande entre communes. Toutefois, la commune d'Ait Blal enregistre la plus basse valeur de la réponse en services, équipements et infrastructure, et qui est de

0.13équi/hab, alors que la moyenne locale est de 1,03équi/hab. La commune Tifni enregistre la plus forte valeur et constitue la commune à plus forte réponse.

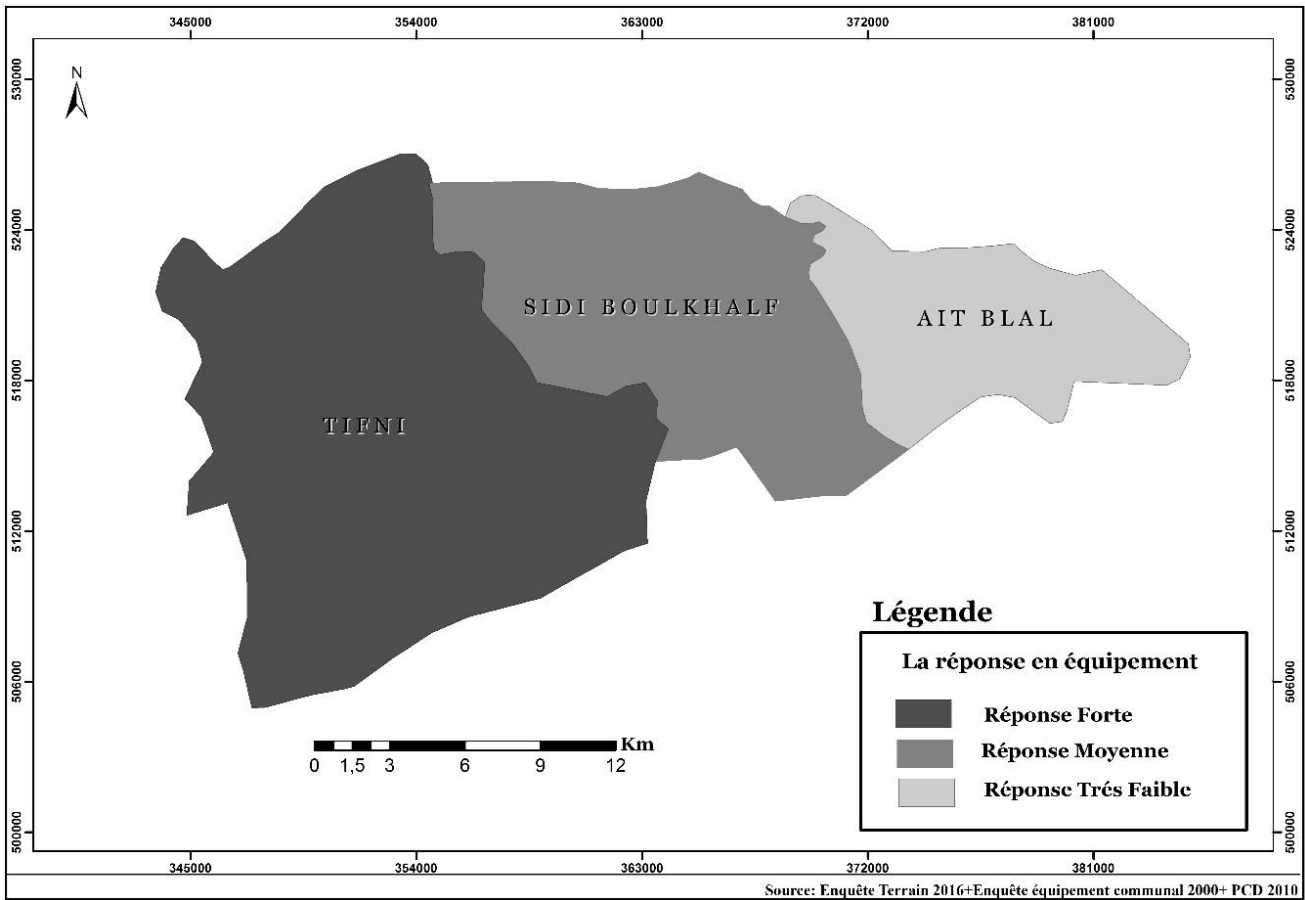


Figure 23: la réponse en équipement de la zone d'étude (2016)

À partir de l'analyse de cette réponse selon les secteurs, nous avons remarqué qu'elle présente des différences remarquables. Le secteur de l'équipement pour l'instruction et la formation présente la plus forte réponse. Le tableau suivant trace ces différences

Tableau13: la réponse en équipement et services à la population 2000 (source : enquête terrain 2016)

| commune | Existence des équipements administratifs | | | | | | Souk hebdomadaire | Nombre d'équipements et services sanitaires | | | | | Nombre d'équipements socio_culturels | | Nombre d'établissements d'enseignement et de formation | | | | | | dispose-t-elle d'un plan de | La commune est accessible par | | | | Réseaux d'infrastructure | | | | |
|----------------------|--|--------|--------------------|---------------------------|-----------------|-----------------------------|-------------------|---|--------------------------|-----------------|-----------|---------------------|--------------------------------------|------------------|--|-------------------------|-------------------------|--------------------------|---------|-------|-----------------------------|---|------------|---------|-------|--------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|---|
| | Maison communale | Caïdat | Gendarmerie royale | Agence de crédit agricole | Bureau de poste | Centre de travaux agricoles | | Dispensaire rural | Centre de santé communal | Infirmier privé | Pharmacie | Mécanicien dentiste | Foyer féminin | Maison de jeunes | Ecole coranique ou Msid | Ecole primaire autonome | Ecole primaire centrale | Ecole primaire satellite | collège | lycée | | Etablissement de formation professionnelle publique | Grand taxi | Autocar | Train | Autre moyen | Réseau d'électricité | Réseau d'eau potable | Réseau d'assainissement | |
| Sidi Boukhalf | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 2 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tifni | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 35 | 0 | 4 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | |
| Ait blal | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 1 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |

L'analyse de la dynamique de cet indicateur, nous a fait découvrir aussi l'hétérogénéité de la dynamique de cette réponse. Nous avons procédé à la catégorisation des communes locales selon la dynamique de leur réponse en services, équipements et infrastructures. Cependant, nous avons remarqué que selon la variation temporelle de cette réponse, la commune d'Ait Blal a connu une dynamique progressive très faible, sinon régressive quant aux prestations en services, équipements et infrastructures. Toutefois, la commune Sidi Boukhalf a connu une dynamique moyennement progressive, et la commune Tifni connaît une réelle dynamique progressive en performance des prestations en services, équipements et infrastructures communaux.

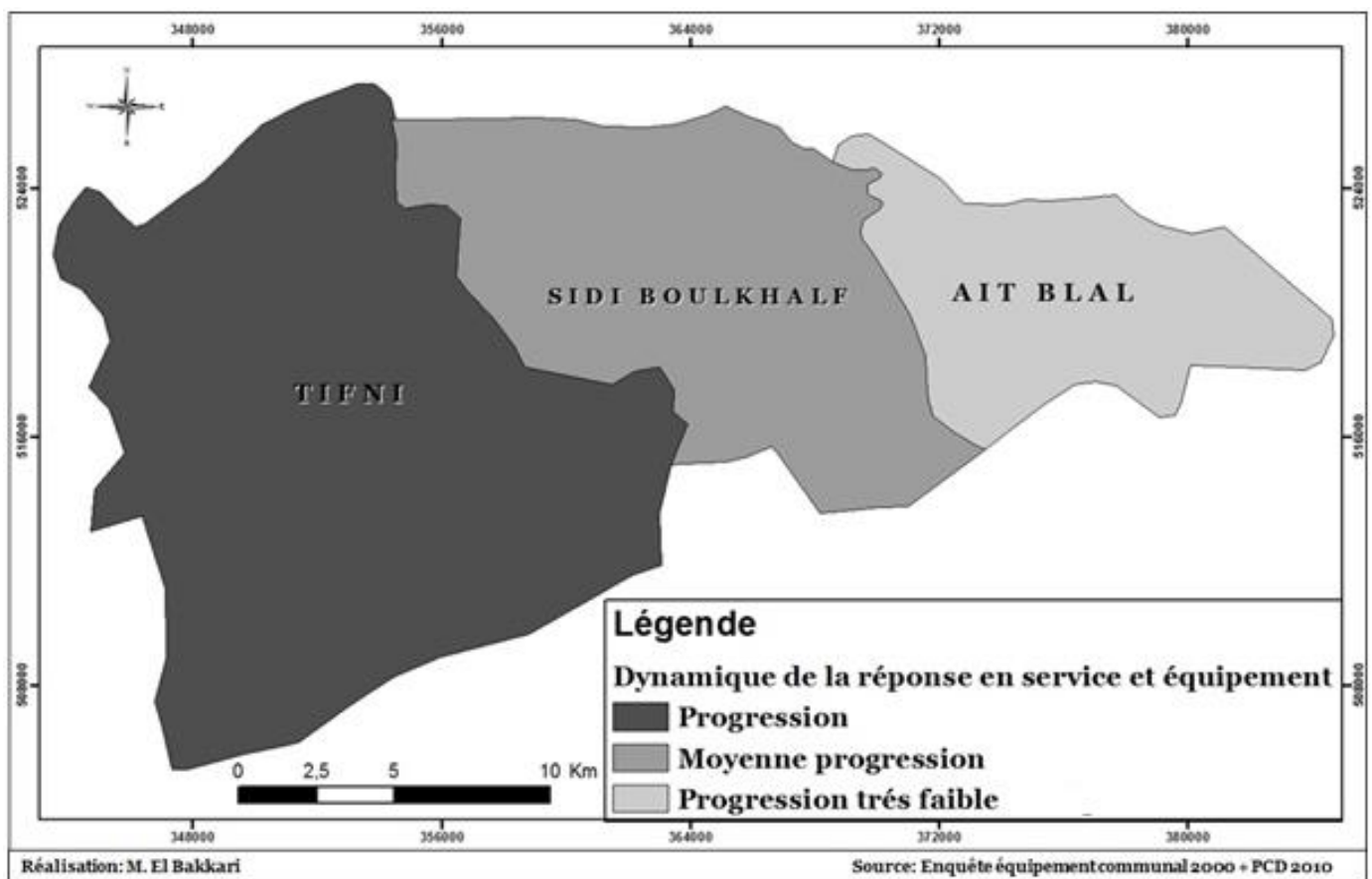


Figure 24: la dynamique de la réponse en prestations des services et équipements communaux entre 2000 et 2016

Le vrai problème que connaît la réponse régulatrice de l'équipement collectif. C'est celle de leur difficile accessibilité par la population locale. Cela est surtout dû à l'inadéquation entre les lieux de leur édification et la distribution des concentrations des habitants. Nous avons choisi le temps d'accès aux différents services de proximité suivants : l'école, le centre

de santé, le souk et le chef-lieu de la commune comme indicateur pour décrire l'état de la fonctionnalité des services collectifs.

Le temps moyens d'accès au souk et au centre communal est respectivement de 85min et 66.6 min. Le tableau suivant présente le temps moyen de l'accès aux différents services pour toutes les communes de la zone d'étude.

Tableau 14: le temps moyen de l'accès aux services essentiels de proximité(en mn)

| La commune | Le temps moyen d'accès aux services de proximité (mn) | | | |
|----------------------|---|--------------------|---------|---------|
| | Le centre communal | Le centre de santé | L'école | Le souk |
| Tifni | 60 | 47 | 15 | 110 |
| Sidi Boukhalf | 85 | 40 | 20 | 90 |
| Ait Blal | 55 | 55 | 35 | 55 |

Source : Enquête de ménage 2016

4.3.3.2 État et dynamique de la mobilité locale

Par les services de la mobilité locale, nous voulons décrire le réseau routier et les moyens de transport. Il n'est plus nécessaire de démontrer de nos jours l'impact de toute amélioration du réseau routier sur le développement territorial, pourtant il n'est pas judicieux d'ignorer le contre coup que peut générer un réseau routier sur les systèmes écologiques et communautaires.

Le réseau routier est de loin le facteur le plus influant sur la réduction de la pauvreté rurale. Les niveaux d'activité économique, le revenu agricole, les investissements, la consommation et la scolarisation, sont positivement corrélés au niveau d'évolution des réseaux routiers ruraux. L'amélioration de la gouvernance locale se retrouve aussi renforcée par l'amélioration du désenclavement.

La transparence, l'équité, la participation s'expérimentent plus facilement quand la localité est facile d'accès aussi bien sur le plan intra-local que sur le plan extra-local. Les services de la mobilité locale sont en rapport avec deux services : la desserte routière et les moyens de transport. Cependant, nous focaliserons notre analyse sur la desserte en routes goudronnées.

Nous procéderons à l'analyse de la desserte routière en trois étapes. En premier lieux nous décrirons l'état du réseau routier local actuel en termes de Km/Km², afin de décrire la variabilité de cet état entre commune en termes de densité routière. Nous calculerons cet indicateur pour les deux années 2000 et 2016, afin de présenter une comparabilité de l'évolution de la construction des routes rurales entre communes. Ensuite nous ferons usage d'un deuxième indicateur afin d'interpréter au mieux la réalité de l'accessibilité locale. Cet

indicateur est la distance moyenne parcourue par les habitants pour accéder à la route goudronnée calculée pour deux temps. Ce dernier va nous permettre la comparabilité spatio-temporelle de la situation de la desserte routière.

Concernant le premier indicateur, les communes locales présentent selon la densité routière locale une grande homogénéité. La moyenne locale de la densité routière est de 0,59 Km/Km², La densité routière maximum est de 0,7 Km/km² elle est enregistrée par la commune Tifni. La densité routière minimum est de 0,5 Km/km², elle est enregistrée par la commune par ait blal.

Figure 25 : le réseau de la commune de Tifni

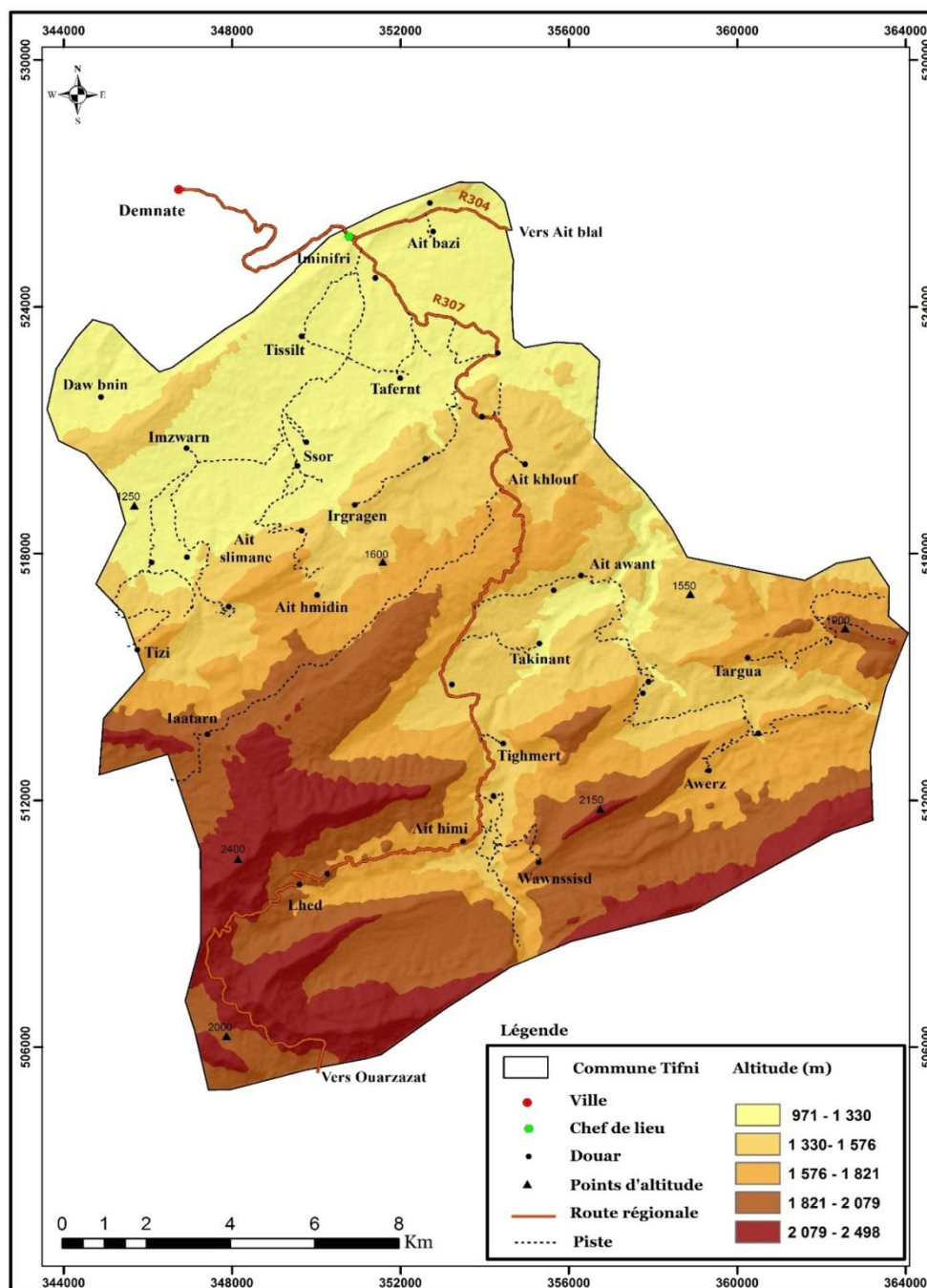


Figure 26 : le Réseau routier dans la commune de Sidi Boukhalf

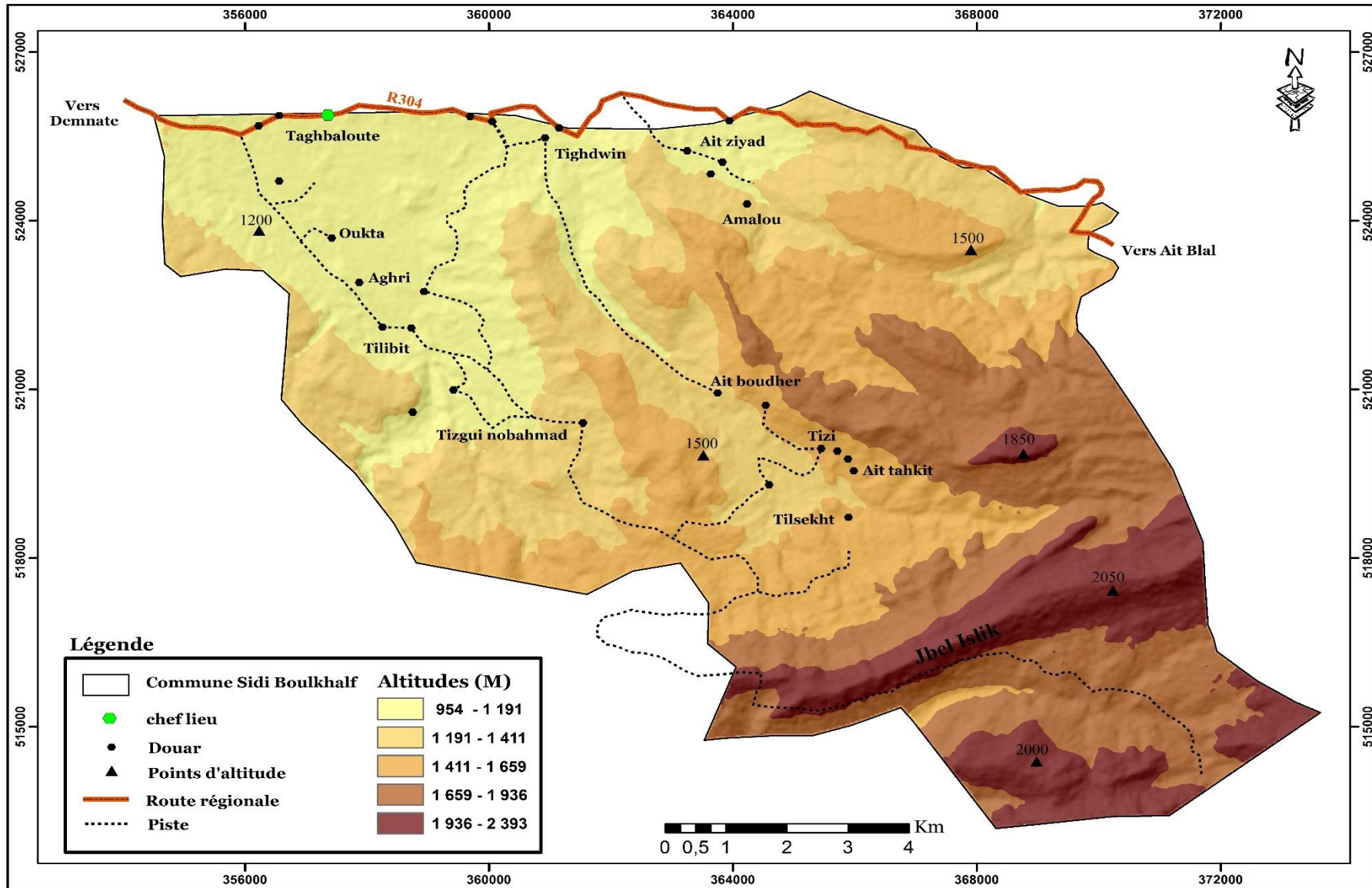
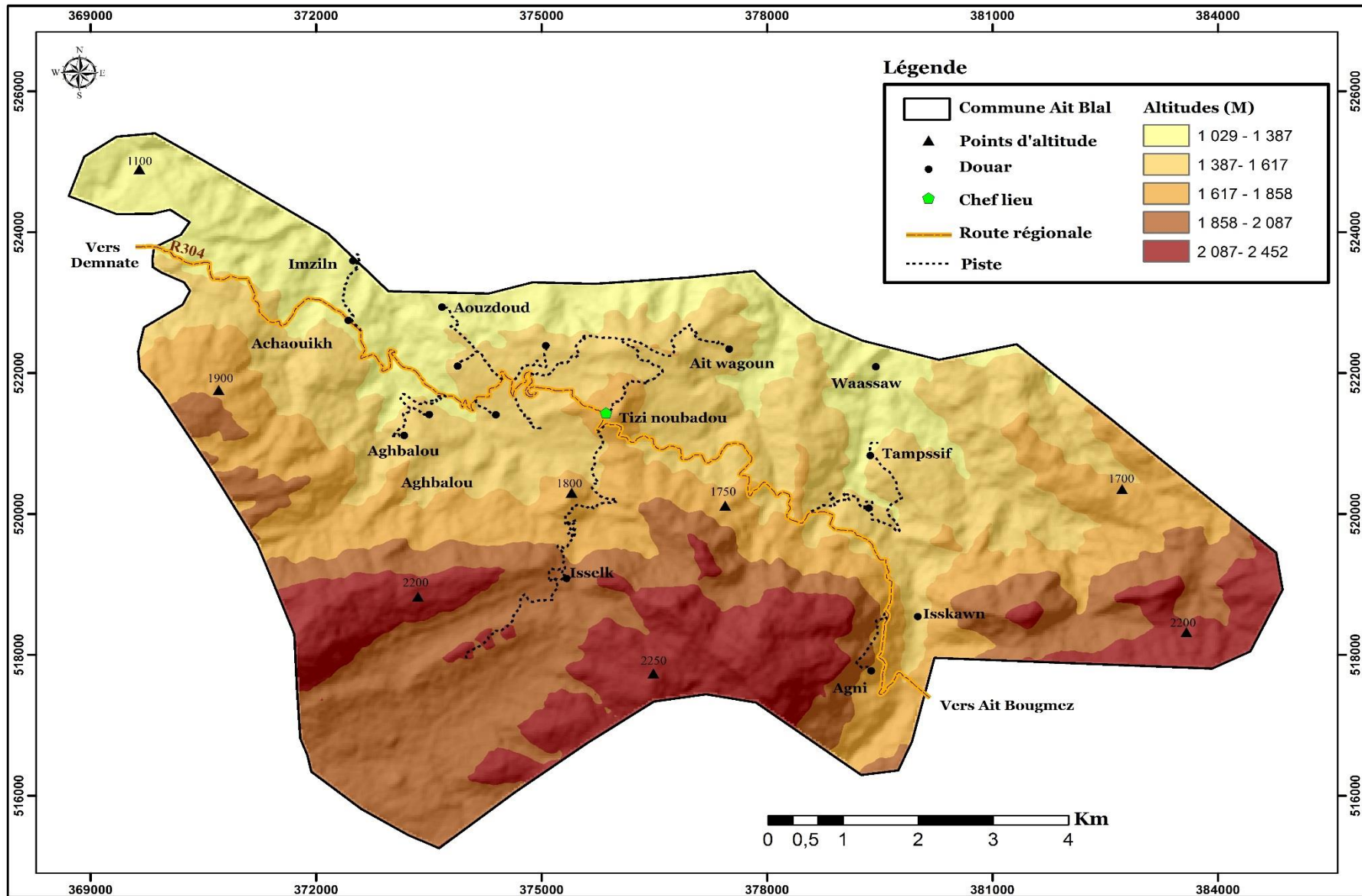


Figure 27: Réseau routier dans la commune d'Ait Blal



Nous avons cartographié la classification des communes de la zone d'étude selon cet indicateur. La commune d'Ait Blal à une densité routière faible, toutefois, la commune Sidi Boukhalf a une densité routière moyenne, et la commune Tifni connaît une densité routière élevée.

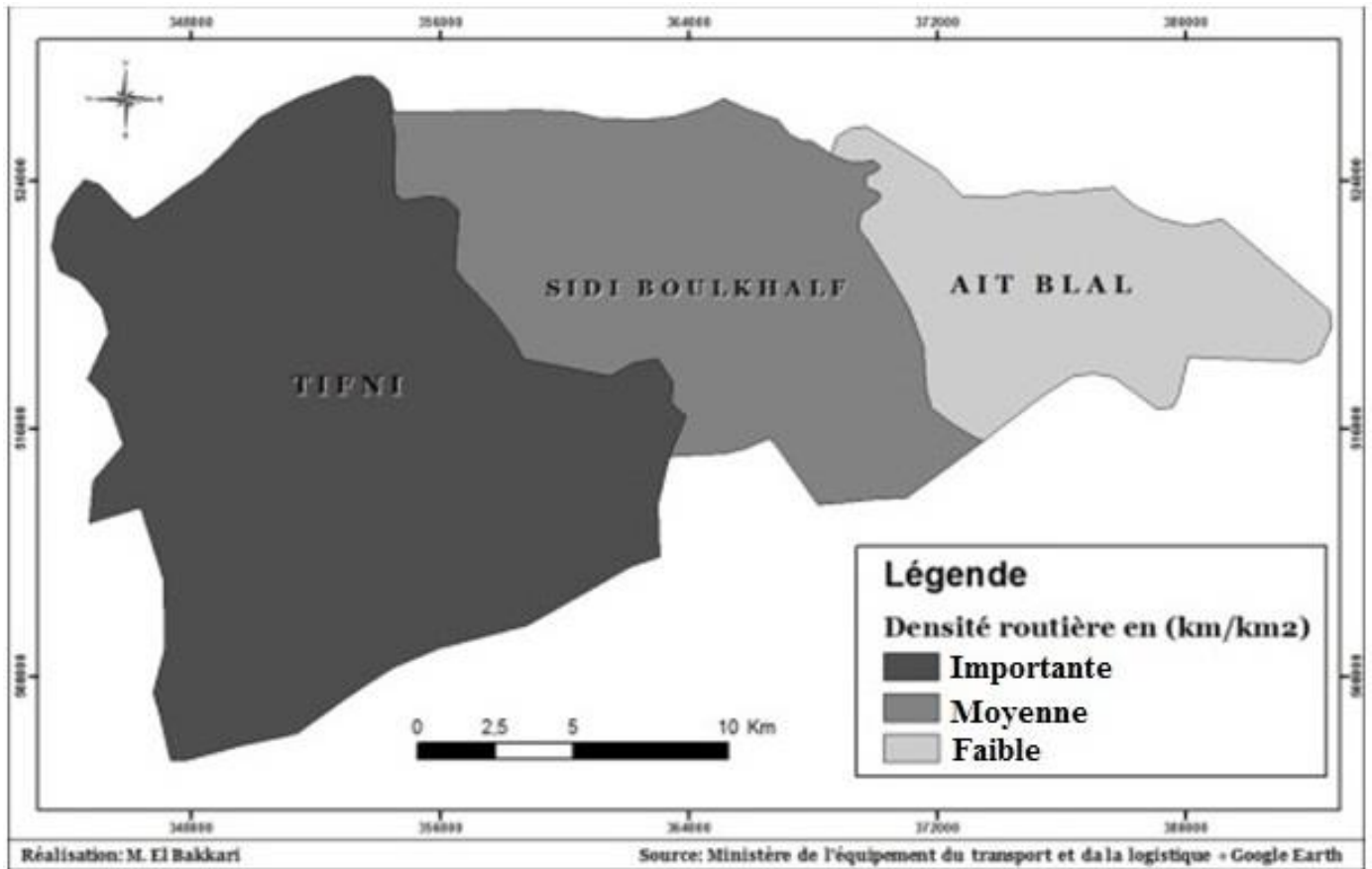


Figure 28 : la densité routière des communes de la zone d'étude en Km/km².

Quant à la dynamique temporelle de la densité routière, elle est dans la moyenne positive mais reste peu importante. Elle est de 0,20 Km/km² dans une plage temporelle de 14 années. L'ensemble de la route goudronnée édifée durant 14 années est de 16 Km. Elle a été de 90 Km en 2012, alors qu'elle est aujourd'hui de 106 Km.

La dynamique de la réponse locale en infrastructure routière est aussi sujette à une grande variabilité. La comparabilité de la dynamique de la densité routière dans le temps et dans l'espace, nous a fait découvrir que la commune Sidi Boukhalf connaît une dynamique moyenne de construction des routes. La commune Ait Blal connaît une dynamique faible à nulle, alors que la commune de Tifni connaît une importante dynamique car d'une part, elle est édifée à l'intersection de deux routes régionales 307 qui mène à Ouarzazate et 302 qui mène à Ait bougmaz et D'autre part, elle est proche de la ville de Demnate. La représentation cartographique suivante illustre bien cette variabilité.

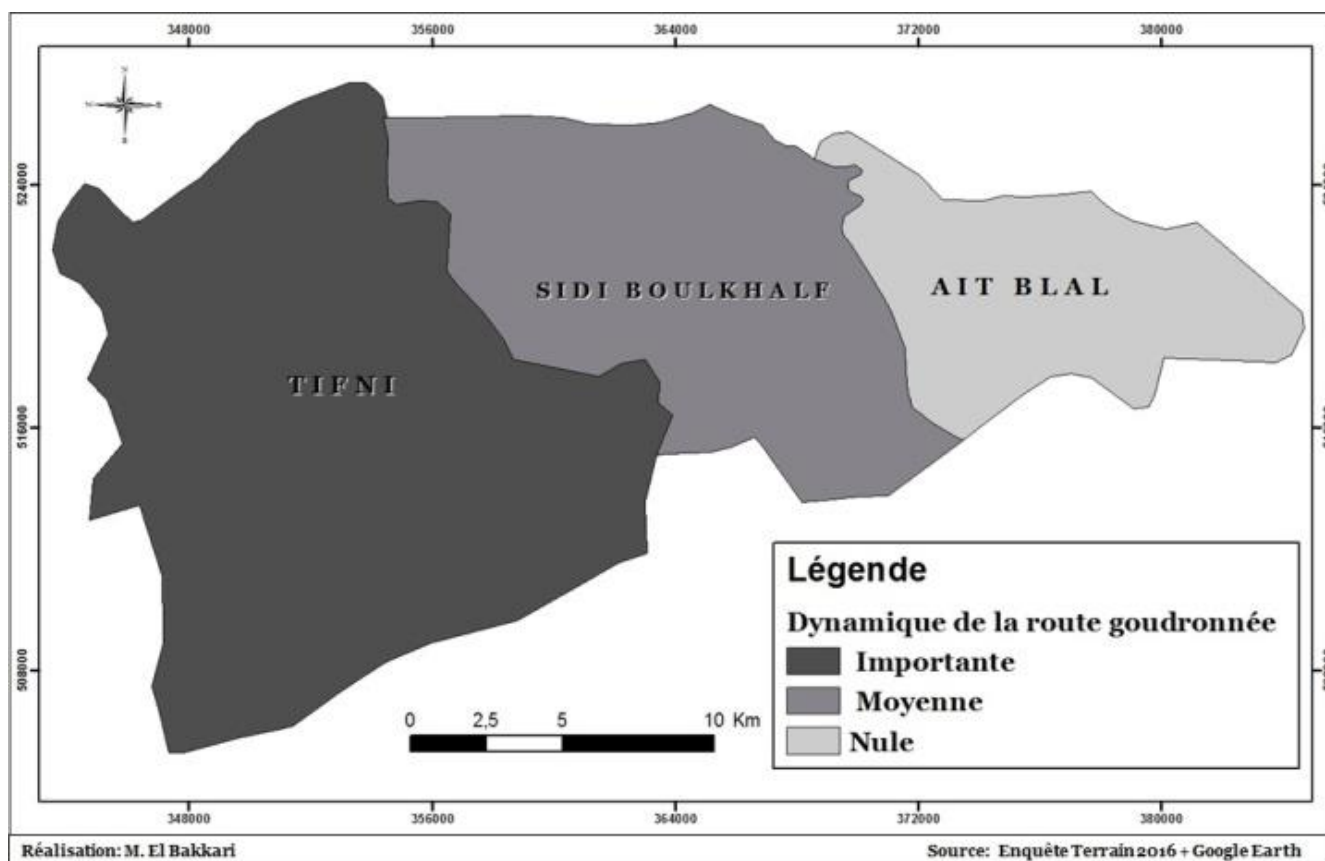


Figure 29 : l'évolution de la densité routière par classe de commune entre 2000 et 2012.

Quelle que soit l'importance du réseau routier, sa fonctionnalité quant à elle dépend de la desserte de la population locale. Ainsi l'optimisation de l'utilisation de cette infrastructure dépend de la possibilité financière, de la facilité et de la vitesse de son accès.

Nous avons évalué cette fonctionnalité à travers la distance parcourue nécessaire pour pouvoir accéder à la route goudronnée. On a enregistré 7 Km. Cette distance varie entre communes, alors que la distance retenue pour être comptée desservie est de 1 Km. La plus longue distance est enregistrée pour la commune de Sidi Boukhalif et qui est de 9.1 Km, alors que la plus courte distance est de 3.3 Km, et s'enregistre pour la commune d'Ait Blal. Globalement, nous pouvons affirmer que le réseau des routes goudronnées est faiblement opérant parce que toutes les communes de la zone de l'étude se situent de par cet indicateur en dessous du seuil de 2 Km². Il s'observe aussi qu'il y a une disparité locale entre communes par rapport à cet indicateur. La commune de Tifni s'individualise d'autres communes d'Ouelтана amont par une densité routière importante grâce à ses potentialités touristiques connus au niveau local et national (le pont naturel d'Iminifri, la forêt d'Aghri...etc.).

A titre de comparaison, la distance parcourue nécessaire pour pouvoir accéder à la route goudronnée dans le Moyen Atlas nord oriental est 10,7 Km (Baali, 2011), et que la plus longue distance est enregistrée pour la commune de Berkine et qui est de 25 Km. De ce fait, on

peut conclure que le réseau des routes goudronnées est faiblement opérant dans les deux zones montagneuses et reste en deçà des attentes de la population.

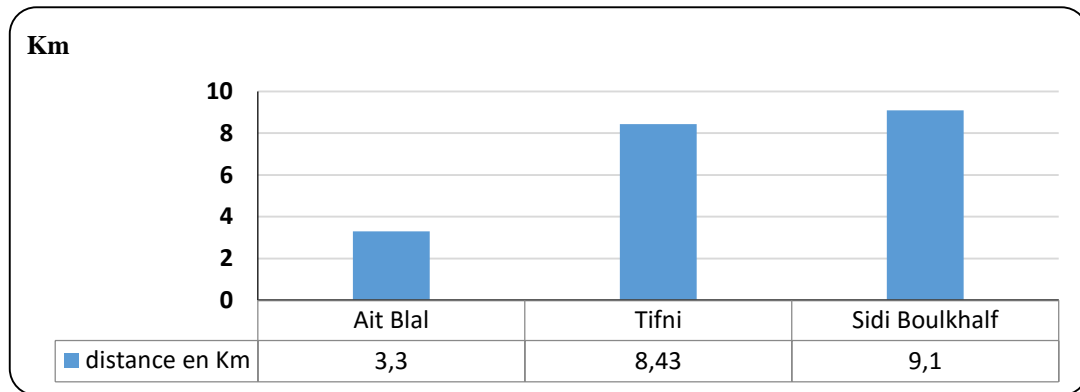


Figure 30 : Distance moyenne parcourue par individu pour accéder à la route goudronnée par communes de la zone d'étude 2000/2016.

Planche de photographies n°2 : Etat des infrastructures



Photo 6: effondrement de pont qui relie entre le douar d'ait ouakrim et 8 autres douars de la commune sidi boukhalif, ce qui entraîne un isolement total dans la période pluviale.

(Cl, El Bakkari -20/06/2017)



Photo 7 : dégradation de la route régionale 304 qui traverse le territoire d'Oueltana amont et mène vers Ait Bougmez

(Cl, El Bakkari - le 14/04/2015)

Conclusion

L'analyse de l'état et de la variation de l'état de développement de la population de la zone d'étude s'est appuyée sur trois indicateurs: la dynamique de la démographie, l'état sanitaire, l'instruction. A travers cette analyse nous avons pu conclure que dans l'ensemble l'état de développement de la population locale est affecté par une profonde et persistante précarité.

Le territoire d'Ouelтана amont est marquée par un déficit important en services, équipements, ainsi qu'en infrastructure, et ils souffrent d'une faible fonctionnalité et ne profitent que très peu à la population locale. De ce fait, la majorité de la population immigre vers des grandes villes Agadir, Jerada et Demnate.

Nous avons pu conclure que les réponses correctives des sous-systèmes organisationnels ; endogène et exogène sont très dérisoires et demeurent incapables de garantir le rétablissement de l'équilibre au niveau du système socioéconomique local. Ainsi ces réponses correctives sont inopérantes pour interrompre le cycle vicieux du déclin démographique, de la vulnérabilité sociale et de la précarité et de la pauvreté matérielle et intellectuelle dont lequel la population locale se trouve piégée. Plus encore la plupart des équipements, des infrastructures et des routes sont dans un état insalubre et très dégradé et représentent de grands risques pour la population locale. Les résultats obtenus nous ont décidés à affirmer la première hypothèse de la problématique qui suppose que le renforcement des infrastructures de base du système territorial d'Ouelтана amont, pourrait fonder une assise solide pour le lancement d'un développement territorial.

Cette conclusion nous renvoie au constat de l'insuffisance de la réponse correctrice ou régulatrice qu'essaie d'entreprendre le système territorial local à travers les différentes politiques publiques afin d'assurer un environnement propice à l'amélioration des conditions du niveau de vie local et du développement local en ensemble

L'exercice d'évaluation du sous-système biophysique c'est appuyé sur l'analyse de deux indicateurs, d'abord le NDVI indicateur de la santé végétale, ensuite la dynamique du couvert forestier. Nous avons conclu que le sous-système biophysique de la zone d'étude est sujet à un profond et tendanciel déséquilibre, et que ce déséquilibre s'atténue par endroit et s'accroît en d'autres.

L'indice NDVI a été calculé (selon les images satellitaires disponibles) pour deux saisons : hiver et été des années 1984-1995-1998-2000-2003-2006-2011-2016. cet exercice nous a amené à une observation globale qui veut que l'activité végétale de toutes les

formations végétales locales tendent vers la régression. Néanmoins cette tendance générale enregistre des taux qui varient d'une période à l'autre et d'une saison à l'autre. L'activité chlorophyllienne de la végétation dans l'aire d'étude pour les deux saisons hiver (mois 2) et l'été (mois 7) a connu le recul depuis 1984. La zone connaît une diminution de son activité biologique durant la période de 1984 à 2006. Alors que de 2006 à 2016 elle a connu une timide augmentation, mais garde toujours la même tendance régressive.

D'autre part, le suivi de la dynamique surfacique du couvert forestier a montré que les superficies du couvert forestier tendent à la diminution depuis 1984 avec une perte annuelle estimée à environ 319 ha. De même, l'examen de l'état et la variation de l'état des conditions biophysiques, confirme que le système biophysique d'Oueltana amont subit un processus de dégradation complexe et globale. Par l'investigation des facteurs responsables de ce déséquilibre du système biophysique, nous avons relevé que les facteurs anthropiques et les facteurs hydro climatiques ouvrent conjointement pour enclencher, soutenir et amplifier le processus de déséquilibre du sous-système biophysique de notre système territorial.

Il convient par conséquent de nuancer nos propos et affirmer que le système territorial (humain, biophysique, environnementale et organisationnel) d'Oueltana amont, présente un état de déséquilibre ce qui traduit un retard dans l'échelle de développement territorial de notre zone d'étude. De ce fait le chapitre qui vient cherche à comprendre la typologie et les actions des acteurs territoriaux, leurs participations, et leurs capacités à corriger ou d'atténuer le déséquilibre territorial d'Oueltana amont.

DEUXIEME PARTIE
LA MOBILISATION DES RESSOURCES
TERRITORIALES ET LES ACTEURS
LOCAUX DE DEVELOPPEMENT
D'OUELTANA AMONT

Introduction

Après la compréhension des différents signes par quoi se manifeste le déséquilibre du système territorial local d'Ouelтана amont, on va se contenter d'appréhender notre territoire comme étant le fruit d'une construction par différents acteurs. Ces derniers se mobilisent de façon individuelle et/ou collective afin de donner plus de visibilité et de qualification pour l'ensemble des atouts et des potentialités qui constituent la marque de fabrique identitaire de ce territoire. Ainsi, la ressource territoriale n'est plus conçue comme « un simple intrant (stock de matière) mobilisé dans les processus productifs, mais bien un résultat d'une mobilisation, d'une concertation, et d'une coordination des acteurs autour d'un objet, pas nécessairement matériel, qui peut être une histoire, un mythe une identité ou une valeur commune. (LAMARA, 2010). L'acteur se situe donc au centre de tous ces processus de mobilisation pour en rester le facteur déterminant. Pour cette raison, nous commençons cette deuxième partie par un chapitre qui suppose de reconnaître les acteurs, dans leurs diversités, dans leurs rôles et au-delà dans leurs différentes dimensions car l'acteur n'est jamais univoque : les acteurs sont caractérisés par des désirs, des intérêts, des ressources cognitives et affectives auxquels ils font appel pour agir. (Corcuff, 1999).

Dans le deuxième chapitre, nous allons essayer, d'une part, de présenter comment les communes d'Ouelтана amont mènent leur développement et d'autres part, d'analyser les perceptions des acteurs locaux sur les actions de leurs communes en matière de développement. En étudiant les actions des communes d'Ouelтана amont principalement celles qui sont exécutées ou planifiées, et celles qui ont échoué ou réussi, on peut évaluer la portée de sa participation et son aptitude à impliquer les autres acteurs dans le processus de développement. La deuxième partie de la thèse, dans son troisième chapitre, elle répondra à une série de questions de la problématique afin de savoir la capacité du système territorial local à soutenir son propre développement. Ces questions sont : Ouelтана amont, dispose-t-il des ressources nécessaires pour soutenir son propre développement ? Quelles sont alors ces ressources locales ? Et quels sont leurs niveaux de disponibilité et de viabilité ? Et de quelle manière ces ressources sont-elles disposées spatialement ? En d'autres termes, Ces ressources assurent-elles alors le seuil minimum de conditions/facteurs de développement territorial ?

Le quatrième chapitre, quant à lui il est l'aboutissement de cette aventure d'analyse de la dynamique du système territorial étudié, parce que nous tenterons de proposer les pistes stratégiques d'action pour concrétiser une dynamique de développement local pouvant aboutir dans le futur à la configuration souhaitée pour le système territorial d'Ouelтана amont.

**PREMIER CHAPITRE
ACTEURS LOCAUX,
INSCRIPTION ET ANCRAGE
TERRITORIAL**

Introduction

Actuellement, la relation entre l'acteur et le territoire fait l'objet de débats au sein de l'ensemble des sciences sociales. L'acteur et le territoire sont structurellement liés; nous ne pouvons pas aborder la question de l'acteur sans faire référence au territoire puisque tout processus d'objectivation et de socialisation fait partie d'un cadre spatial. Et, incontestablement, la dynamique des acteurs invente des territoires: toute action implique une territorialité individuelle ou collective, un sens et une connotation au territoire. (Gebrati,2004)

La compréhension des actions sur le territoire Oueltana amont implique également une prise en compte des acteurs, de leur comportement, de leurs logiques, de leurs stratégies, de leurs positionnements, de leurs capacités de « jouer », etc.

Cette perspective suppose de reconnaître les acteurs, dans leurs diversités, dans leurs rôles et au-delà dans leurs différentes dimensions, car l'acteur n'est jamais univoque : les acteurs sont caractérisés par des désirs, des intérêts, des ressources cognitives et affectives auxquels ils font appel pour agir (Corcuff, 1999).ils sont dotés, suivant les contextes, de capacités d'agir dans des temporalités, des modalités et selon des intentions différenciées.

Les acteurs sont donc les clefs de compréhension du territoire, son organisation et son système en général. Pour G. Di Méo (1998), le territoire est associé aux acteurs. Pour lui « *Le territoire, en tant qu'espace de l'action, espace tissé d'un entrelacs de transactions, de stratégies, d'intentionnalités, de débats, d'interactions innombrables est bien, essentiellement, une affaire d'acteurs* »

Dans ce chapitre, nous tenterons de mettre en exergue les types d'acteurs impliqués dans la dynamique territoriale locale d'Oueltana amont. Il sera ainsi question d'examiner leur(s) participation(s) et leur(s) apport(s) dans le développement territorial de la zone d'étude.

1.1 La typologie des acteurs locaux à Oueltana amont

Le géographe G. Di Méo (1991) se base sur la position géographique pour la classification des acteurs, il propose la catégorisation suivante :

- les acteurs endogènes issus du territoire dans lequel ils vivent et agissent, comme (associations locales, groupements de producteurs etc.)
- les acteurs exogènes qui l'investissent de l'extérieur, ils sont représentés par les acteurs internationaux, tels que les ONG ou les organisations de développement, qui financent des projets et apportent leur appui technique dans les zones rurales (FAO, FIDA, Banque Mondiale, PNUD etc.).
- les acteurs transitionnels qui illustrent des situations intermédiaires : enfants du territoire installés à l'extérieur mais y conservant des attaches, des intérêts économiques et stratégiques, habitants très mobiles l'intégrant dans leurs réseaux d'habitation et de vie, résidents secondaires, etc., (Bouedja, 2013)

Cependant la classification des acteurs pour les économistes spécialistes du développement, (Campagne et al, 2009) se basent sur la position politico-administrative des acteurs : les acteurs publics (Etat), les acteurs civils (population) et les acteurs privés.

Il nous semble que les deux classifications sont complémentaires et opérantes. De ce fait, les différents acteurs qui interviennent dans les actions de développement territorial de notre zone d'étude sont classés en deux catégories : les acteurs étatiques et les acteurs civils.

1.1.1 Les principaux acteurs de développement territorial à Oueltana amont

Pour comprendre les relations et les actions de développement territoriales à Oueltana amont, il est nécessaire de prendre en compte les différentes formes de regroupement d'acteurs, autrement dit il faut distinguer les différents groupes d'acteurs définis par leur statut et leur rôle ; ainsi il faut aussi faire une catégorisation des types d'acteurs institutionnels, politiques, socioéconomiques, porteur de projet, associations, groupement professionnels, etc. De ce fait, les principaux acteurs intervenants dans les actions de développement territorial d'Oueltana amont sont classés en deux catégories :

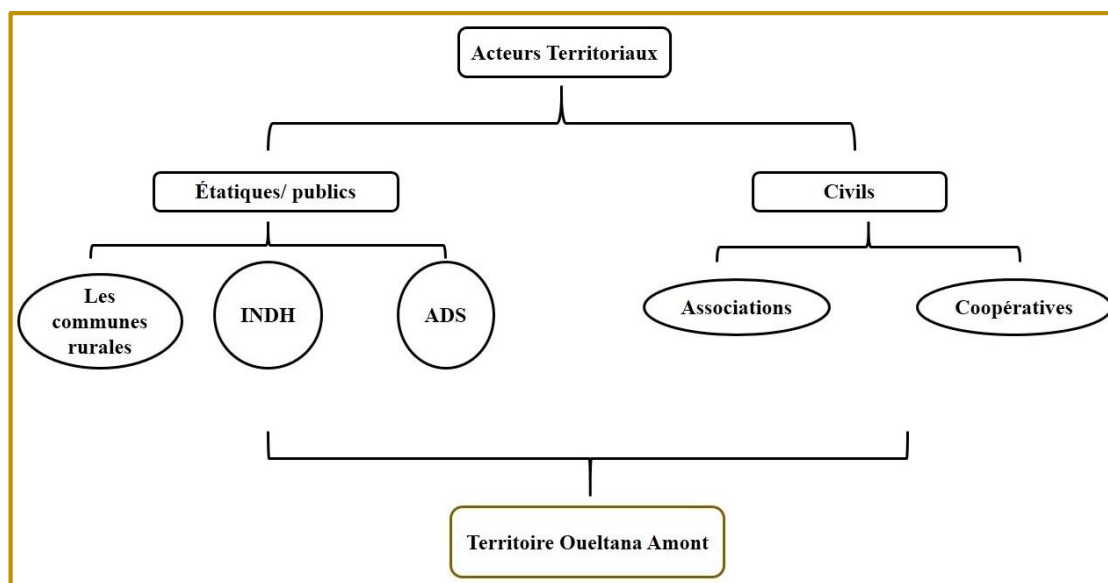


Figure 31 : les principaux acteurs intervenants au développement territorial d’Oueltana Amont.

1.1.1.1 Les acteurs publics

Le Maroc a entrepris des réformes concernant ses structures territoriales tant au niveau central que local. Œuvre de longue haleine, œuvre complexe, le processus de décentralisation est entamé dès 1960 et renforcé à partir de 1976. Il a été déclenché par le transfert du pouvoir décisionnel au profit des structures publiques territoriales. Sa finalité est de mettre en avant les compétences du local avec de nouvelles pratiques institutionnelles et administratives. Il s’agit d’un projet consensuel de transfert de pouvoir et de légitimité du centre vers la périphérie. Dans ce cadre, les collectivités territoriales sont censées être le lieu privilégié de l’expression et de la réalisation du développement de la population locale. Elles s’inscrivent dans un objectif « ambitieux », celui d’être des espaces d’articulation des projets de développement pour l’homme et la société. (Gebrati, 2004)

La réflexion autour du processus de décentralisation et ses corollaires, « *tend à explorer la complexité territoriale issue des dynamiques des acteurs porteurs de projets. Cette mobilisation légitime, en quelque sorte, des « périmétrages » circonstanciels et ambivalents : chevauchement des échelles, des pouvoirs, des compétences, des intérêts et des enjeux. Des mailles hétérogènes fonctionnent à partir de nombreux dispositifs d’intervention dans des configurations spatiales diverses. Actuellement, les collectivités territoriales, au sein de chacune de ces échelles (commune, province, région), se trouvent aux prises avec une complexité territoriale grandissante, fruit de la multiplication des acteurs et des procédures qui fonctionnent différemment. La pluralité des dynamiques territoriales ne constitue pas un*

problème en soi, mais l'absence d'articulation entre elles, peut le devenir facilement ». (Boujrouf et Giraut, 2000 cité par Gebrati.2004).

Après l'indépendance, le Maroc a été confronté au problème de la maîtrise de l'espace national et tenu de mettre en place un dispositif territorial permettant à son autorité de s'exercer effectivement. L'Etat s'est trouvé brutalement devant la nécessité d'initier des réformes pour le développement et la gestion de son territoire. Pour ces raisons, qui sont d'ordre organisationnel et gestionnaire, le territoire national va connaître un découpage en plusieurs entités administratives : préfectures, provinces et communes. (Naciri, 1999)

Les communes constituent l'échelon décentralisé le plus ancien. La chronologie de son développement est caractérisée par trois étapes majeures :

- Le premier découpage communal remonte à 1959 (décret du 2 décembre 1959 ; suivi par la charte communale de 1960). Ce découpage a créé et a fixé le nombre de communes à 801. Il avait comme objectif la modernisation des structures administratives du pays et la maîtrise du territoire.
- 1976 constitue la deuxième étape d'un début de décentralisation. Inscrite dans la volonté de démocratiser la vie politique du pays, la charte communale de 1976 visait à faire revivre l'institution communale. Cela tend à l'inclure dans un large mouvement de participation publique à la gestion démocratique des affaires de leurs communautés. À cette fin, l'État a redynamisé les autorités locales en leur dotant des pouvoirs et des moyens propres à leur permettre de devenir un cadre de participation, d'animation de la vie collective locale et de développement. Cette nouvelle dimension de la municipalité a donné un nouveau visage à l'institution communale dans la mesure où celle-ci est désormais chargée de définir un plan de développement économique et social, de décider de la création de services publics municipaux et de leur gestion. Ces attributions ont élargi le champ d'action et le pouvoir des élus.
- La troisième étape se caractérise par l'avènement du dernier découpage de 1992. Avec la mise en place de ce nouveau découpage, le nombre de communes a augmenté considérablement ; certaines d'entre elles ont donné naissance à deux ou trois communes. Le nombre de communes est passé de 801 en 1959 à 1538 en 2014.

Dès l'indépendance, le nombre des communes n'a cessé d'augmenter, surtout avec l'émergence à chaque fois des nouveaux découpages administratifs, et avec le rôle confié à ce type d'organisation administrative dans le développement national.

Tableau 15 : évolution de nombre de communes

| Années | Total communes | Commune d'espace rural | Communes d' espace urbaine |
|--------|----------------|------------------------|----------------------------|
| 1959 | 801 | 735 | 66 |
| 1984 | 859 | 760 | 99 |
| 1992 | 1544 | 1297 | 247 |
| 1997 | 1547 | 1298 | 249 |
| 2006 | 1497 | 1298 | 199 |
| 2004 | 1497 | 1298 | 199 |
| 2014 | 1538 | 1282 | 256 |

Source : ministère de l'intérieur, direction des collectivités locales

Ce tableau montre bien que les communes d'espace rural sont plus nombreuses que les communes d'espace urbaine. Selon le Gouvernement du royaume du Maroc, ce découpage est nécessaire pour adapter le cadre territorial à l'évolution des indicateurs démographiques, spatiaux, sociaux et économiques » afin de renforcer la démocratie locale et la proximité.

Notre zone d'étude, Ouelтана amont se compose de trois communes territoriales : Tifni, Sidi Boukhalf et Ait Blal. La commune d'Ait Blal a été créée en 1959, sa population est issue des tribus Ouelтана. Elle s'étend sur une superficie de 188 km². Alors que la commune de Tifni a été créée en 1965, elle s'étend sur une superficie de 396 km², une grande superficie qui représente un obstacle de contrôle et de gestion pour le conseil communal ce qui pousse à l'apparition de nouveau découpage (en 16 octobre 1992) pour une nouvelle commune qui a pris une superficie de 167 km², c'était la commune territoriale sidi Boukhalf.

Tableau 16 : les communes territoriales d'Ouelтана amont

| Communes | Date de creation | Superficie en Km ² | Nombre de douars | Populations |
|---------------|------------------|-------------------------------|------------------|-------------|
| Tifni | 1965 | 396 | 54 | 11760 |
| Ait Blal | 1959 | 188 | 23 | 7770 |
| Sidi Boukhalf | 1992 | 167 | 44 | 15526 |
| Total | | 751 | 121 | 35056 |

Source: la monographie des communes d'étude

1.1.1.2 Les moyens de l'intervention économique des communes

La commune, en tant que collectivité locale, dispose de compétences propres, de compétences transférées et de compétences consultatives. Dans l'ensemble les missions du conseil communal portent sur le développement économique et social de la commune (PNUD, 2003). Elle possède d'un plan de développement économique et social, et aussi des compétences sur les finances, la fiscalité et les biens communaux : examen et vote du budget et des comptes administratifs, ouverture de compte d'affectation spéciale et de nouveaux crédits, fixation des taux de taxes, des tarifs de redevances et des droits divers, possibilité de contracter des emprunts et de recevoir des dons et des legs, et enfin des compétences en matière de gestion, conservation et entretien des biens communaux. Elle possède en outre le droit d'engager toute action de coopération, d'association ou de partenariat, susceptible de promouvoir son développement. Ainsi, les différents instruments comptables et budgétaires qui garantissent à la commune une certaine autonomie dans son fonctionnement et dans les possibilités d'un développement endogène, les compétences de cet échelon sont relativement étendus.

La charte communale de 1976 a doté les collectivités de larges compétences dans l'ensemble des domaines relevant des affaires locales. *« La charte n'a pas seulement tiré la commune de la longue nuit de veille dans laquelle l'ont tenue les textes obsolètes de 1960 et une pratique en accordéon ; elle l'a dotée d'un statut moderne, d'une assemblée souveraine aux compétences élargies, d'un exécutif élu aux prérogatives étendues et surtout de moyens juridiques humaines et financiers à la hauteur de sa nouvelle dignité ».* (Brahimi, 1996),

1.1.1.2.1 Les moyens humains et matériels

Depuis 1976, la commune possédait des moyens humains et matériels qui les lui permettaient de réaliser une décentralisation et un développement à l'échelle local et national, aussi des moyens financiers avec lesquelles elle peut se développer. Selon Mouchtaray (2000), pour mettre en application les attributions qui leur sont conférés par le législateur, les communes doivent être dotées de personnel communal compétent et en effectif suffisant. D'autre part, *« cette distribution des élus devrait se concrétiser dans les faits par une mobilisation massive des moyens humains à même d'assimiler les objectifs de la décentralisation, d'adapter la gestion à ses exigences et ses principes »*(Bastri, 1994)

➤ Les ressources humaines

Le dahir du 27 septembre 1977 a institué une fonction publique dotant le personnel communal d'un statut propre aligné sur celui des fonctionnaires de l'Etat. L'ensemble de ce personnel constitue la ressource humaine qui reste une composante fondamentale de la décentralisation et un élément intangible de la personnalité juridique de la collectivité locale. (Bachir, 1987). En effet, selon Brahim (1977) en drainant vers le territoire plus de 131.000 cadres et agents qui forment la toute jeune fonction publique territoriale, les collectivités locales n'ont pas seulement éradiqué, en très peu de temps, la sous-administration, particulièrement en milieu rural, elles ont permis d'étendre aussi à toutes les régions du pays le service d'un personnel jeune et compétent, apte à promouvoir leur développement.

La redistribution des pouvoirs au profit des élus devrait se concrétiser par une mobilisation massive des moyens humains qui constituent un facteur de réalisation des objectifs et de la philosophie de la décentralisation entreprise au Maroc. (Mouchtary, 2000)

L'action entreprise visait l'amélioration de l'encadrement des services locaux aussi bien au plan qualitatif que quantitatif et que les opérations engagées de façon conjuguée en vue de satisfaire, à court et à moyen terme, les besoins recensés en cadres administratifs et techniques ont porté sur :

- La création de nouveaux emplois permettent des recrutements d'agents de tous les niveaux ;
- Le renforcement de la qualité des centres de formations des agents des collectivités locales et la mise en place de programmes de formation adaptés aux spécificités des communes ;
- La sensibilisation des différents départements ministériels en vue de faciliter le détachement, auprès des collectivités, de techniciens ayant une expérience professionnelle ;
- Le recours aux départements formateurs pour prendre en compte dans leurs modèles de formation les besoins de l'administration locale ;
- L'effet de ces actions, complété par des recrutements opérés au niveau local, devrait permettre aux administrations communales de se doter d'un nombre appréciable de cadres administratifs et techniques.

Malgré les efforts fournis au niveau des ressources humaines, les collectivités locales souffrent encore d'une manque de professionnalisme. A cet égard, les critiques formulés à

l'encontre de l'administration marocaine sont multiples : elle est abstraite et apparaît comme impersonnelle et peu équitable, envahissante et pléthorique, lente et applicatrice, elle a en plus une tendance naturelle à contrôler au lieu d'innover (Naciri ,1999)

➤ **Les ressources matérielles**

Outre les moyens humains dont disposent les collectivités locales, il existe une seconde catégorie de ressources non moins importante qui constitue le support physique de leur action économique : ce sont les ressources matérielles. Comme les autres personnes publiques, les collectivités locales disposent de biens qui leur permettent d'assurer leurs missions. C'est à travers l'importance du patrimoine immobilier et foncier de la collectivité locale qu'on apprécie son degré d'évolution ; cependant rentrent en considération également les mesures que cette collectivité préconise quant à la gestion, la prestation, le développement et la capacité de ce patrimoine à contribuer efficacement à son essor économique et social. (Mouchtary, 2000)

Dans le monde rural, les biens des communes sont régis par le dahir du 28 juin 1954 et par le décret du 4 février 1958 déterminant le mode de gestion de ces domaines. Et nous pouvons distinguer deux sortes de domaines : publique et privé.

Selon l'article 2 du dahir de 1954, le domaine public des communes de l'espace rural se compose de tous les biens qui y ont été affectés. Et il distingue 3 catégories de biens qui forment le domaine public des communes :

- D'abord les pistes, chemins, rues, places, jardins, les parcs publics, les installations d'éclaircissage, les égouts ;
- La deuxième catégorie est composée des eaux destinées à l'alimentation humaine ou à l'abreuvement du troupeau
- Enfin, il faut citer les immeubles tels que les, souks, abattoirs, monuments historiques....

Le domaine privé des communes de l'espace rural , se compose de tous les biens qui ne sont pas affectés au domaine public. Le dahir de 1954, ne donne pas d'exemples de biens comme il le faut pour le domaine public. Pendant le cinquième colloque des collectivités locales, il a été cité que les textes législatifs et règlementaires qui régissent le patrimoine

immobilier des collectivités locales, sont anachroniques puisqu'ils ne s'accroissent pas aux exigences des mutations récentes en matière de décentralisation.

Les ressources financières actuelles des collectivités demeurent loin de répondre aux exigences du développement local et des ambitions des citoyens. Malgré la promulgation de la loi n° 47-06 relative à la fiscalité locale et la loi n° 39-07 portant la reconduction des droits, redevances et rémunérations au profit des collectivités territoriales, et la réorganisation de l'environnement législatif et réglementaire en la matière, les ressources locales propres restent encore loin de couvrir les dépenses locales. C'est là une situation qui influence lourdement la capacité d'autofinancement des collectivités territoriales et entrave la réalisation de leurs projets d'investissement. L'inadéquation entre les ressources propres et les dépenses des collectivités territoriales fait que la majorité d'entre elles sont largement dépendantes des ressources qui proviennent de leurs parts dans le produit de la TVA, de l'IS et de l'IR. (Lazrak, 2014)

Cette situation de dépendance paraît en déphasage avec les objectifs fixés par la charte communale et la loi organisant les provinces et les préfectures qui précisent que les collectivités territoriales participent à *«la réalisation d'objectifs politiques, économiques et sociaux à travers l'instauration de la démocratie locale, la confirmation de l'autonomie et de la liberté de ces collectivités, l'élargissement de leurs compétences et l'élargissement de son rôle dans le domaine du développement local, de l'aménagement du territoire et la participation dans la diminution des dysfonctionnements et des disparités socioéconomiques»* (Lazrak, 2014)

Selon Lazrak (2014), *«Le cadre budgétaire annuel est dépassé. Il ne répond plus à l'ampleur des enjeux et des défis actuels. Une approche pluriannuelle est devenue un outil obligatoire de la bonne gestion des dépenses locales. Une programmation dans le temps des dépenses locales qui combine les moyens et les actions à réaliser, est nécessaire. Le recours aux partenariats et l'ouverture des collectivités territoriales sur leur environnement pour se procurer davantage de ressources est indispensable. La contractualisation des rapports entre les collectivités territoriales et l'Etat, d'un côté, et entre ces collectivités et ses partenaires locaux de l'autre, permet aux gestionnaires locaux d'instaurer les premiers jalons d'une démarche de performance orientée vers les résultats : une gestion à travers des indicateurs et des tableaux de bord permettant un pilotage efficace des dépenses ».*

Aujourd'hui, La performance est au cœur des réformes des finances publiques. Une culture qui structure l'action publique dans tous les domaines pour assurer une meilleure

utilisation des deniers publics. Les collectivités territoriales sont invitées à adopter cette nouvelle approche axée sur les résultats. Ils doivent faire partie de la nouvelle politique qui vise à « *l'harmonie entre les différents acteurs, afin de construire un système cohérent basé sur un contrat social* » (Bensouda, 2011).

1.1.2 L'initiative nationale pour le développement humain (INDH)

Le 18 mai 2005 est une date qui a marqué un tournant dans l'histoire du développement humain au Maroc. En effet, il s'agit du jour où Sa Majesté le Roi Mohammed VI a lancé l'Initiative nationale pour le développement humain (INDH) dans le but de lutter contre la pauvreté, la précarité et l'exclusion sociale à travers la réalisation des projets d'appui au profit des populations vulnérables. Cette œuvre maroco-marocaine amorce, en effet, une véritable transformation sociale et un changement de paradigme de l'approche du développement économique et social dans notre pays, mettant l'homme au cœur de toutes les préoccupations. S'attaquer au déficit social en élargissant l'accès aux services sociaux de base, promouvoir les activités génératrices d'emplois et de revenus stables, adopter une action créative envers le secteur informel, venir en aide aux personnes souffrant d'une grande vulnérabilité ou ayant des besoins spécifiques, ce sont là les principaux axes que S.M. le Roi a proposés pour une méthodologie d'action en vue de concrétiser les objectifs de l'Initiative nationale pour le développement humain. (Haïti ,2017)

L'INDH traduit un engagement politique au plus haut niveau pour la lutte contre la pauvreté rurale, mais également la lutte contre l'exclusion urbaine et la précarité. Le traitement différencié de l'exclusion et de la précarité est original. Elle est basée sur une démarche ascendante et participative de développement, sur les valeurs et les principes de bonne gouvernance, de planification pluriannuelle, des procédures et un suivi évaluation.

Représenter une expérience pilote d'intégration des politiques publiques de développement local, et d'application d'un « nouveau concept d'autorité » capable de changer les rapports entre l'Etat, les collectivités locales, la société civile et les citoyens. L'INDH constitue une première expérience d'approche ascendante, participative et inclusive associée à une démarche déconcentrée et décentralisée des politiques sociales locales. (CESE, 2013)

Elle se propose en outre de renforcer l'action de l'Etat et des collectivités locales sans se substituer aux programmes sectoriels ou aux Plans de Développement Economique et Social des collectivités locales. A cet effet, elle offre une capacité de financement additionnelle pour

soutenir les actions permettant de hisser de façon rapide et durable les indices de développement humain à des niveaux appréciables.

L'Initiative nationale pour le développement humain (INDH) est le plus grand modèle de développement axé sur le changement et l'innovation (Ismaili,2007) faisant de la population une priorité dans les politiques publiques et reposant sur un système de valeurs, à savoir le respect de la dignité humaine et le renforcement de la citoyenneté. Elle vise à réduire les disparités géographiques et sociales, à éliminer la pauvreté et la vulnérabilité et à lutter contre toutes les formes d'exclusion sociale, reconnaissant ainsi le rôle de l'État et sa responsabilité première de faire face à la crise sociale et d'enrayer toutes les formes de pauvreté et de misère.

Sa mise en œuvre place la lutte contre la pauvreté, l'exclusion et la précarité au centre des priorités de la politique économique et sociale du pays. Elle procède d'une démarche déconcentrée basée sur le ciblage des zones géographiques et des catégories les plus démunies.

L'Initiative nationale pour le développement humain est une nouvelle méthodologie reposant sur deux mécanismes principaux : l'approche participative et l'approche intégrée. Cela donne un nouveau tournant dans la culture de gestion des politiques publiques de l'initiative et donne un plan d'action unifié pour les différents acteurs impliqués dans son activation.

L'approche participative est la seule garantie pour l'intégration directe des citoyens dans le développement et l'exercice du pouvoir. En d'autres termes, la participation des citoyens au développement local à travers leur participation à la prise de décision, ce qui en fait une gestion efficace et parfaite des affaires publiques locales, qui est l'une des conditions les plus importantes de la bonne gouvernance (Abbadi, 2004). Le rôle de l'approche participative réside dans :

- La capacité des acteurs locaux impliqués dans une collectivité territoriale donnée, d'acquérir de nouvelles données et de connaissances autour de chaque projet de développement, reconnaître les problèmes, et de trouver des solutions appropriées.(hajaji,2008)
- Permettre la participation des groupes les plus marginalisés, en particulier des femmes.

Toutefois, L'approche intégrée est un ensemble de moyens et de mécanismes utilisés par les autorités publiques pour mobiliser toutes les ressources matérielles et humaines

nécessaires à la réalisation du développement durable. Il repose sur une politique publique s'inscrivant dans un processus cohérent, un projet global et une forte mobilisation de multiples fronts, intégrant les dimensions politique, sociale, économique, éducative, culturelle et environnementale. (Hanoun, 2009)

Une démarche basée aussi sur les principes de participation effective des populations bénéficiaires, de planification stratégique, de partenariat avec les acteurs locaux pour assurer une meilleure appropriation et viabilité des projets et des interventions et leur convergence avec les programmes sectoriels en cours.

En général, l'INDH est un vaste programme de développement humain dans ses dimensions socioéconomiques et culturelles sur la base d'une bonne gouvernance. Elle vise aussi une consolidation des capacités et l'amélioration des conditions de vie et la création de projets générateurs de revenus. Les communes d'Oueltana amont sont ainsi en relation avec le service de l'Agence sociale de la province d'Azilal.

1.1.3 L'agence de développement social (ADS).

Un établissement public, dont la tutelle est assurée par le Ministère de Développement social, de la famille et de la solidarité, dédié à la réduction de la pauvreté et à la promotion du développement social au Maroc, en complémentarité avec les autres instruments étatiques qui contribuent à réduire le déficit social. Son intervention se fait à travers la consolidation du capital humain et social grâce à des actions de formation et de renforcement des acteurs du développement local ; la promotion et le développement des activités génératrices de revenus et créatrices d'emplois, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des populations ciblées, aussi bien en milieu rural qu'urbain.

Ses actions au sein du territoire d'Oueltana amont pendant l'année 2010 consistait à l'élaboration de nombreux projets (construction de pistes rurales, adduction en eau potable, etc...) via des études préalables permettant l'élaboration d'un document fiable à savoir le PCD.

Depuis 2005, ces deux organisations travaillent en coordination et ont adopté, selon les documents officiels, une approche différenciée et personnalisée dans leurs rapports avec les acteurs locaux. L'ADS s'est alors focalisée sur des missions de formation et de renforcement des capacités des acteurs locaux et la coordination entre les différents partenaires institutionnels pour la création de synergie. Toutefois, ses programmes sont élaborés et exécutés avec d'autres partenaires tels que les collectivités locales et les organisations

publiques. La démarche se veut transversale et l'intervention financière directe est en baisse pour laisser place au financement des organisations locales, notamment les associations locales, qui à leur tour, sont chargées, par exemple, de superviser les activités génératrices de revenus. (Alami et al. ,2005)

1.2 Les acteurs civils locaux dans le territoire d'Ouelтана amont

Durant, les années soixante-dix, le Maroc pouvait apparaître comme un Etat privé de la société civile, entre le Makhzen, l'administration et une pression d'Etat très contrôlée ; il n'y avait guère d'espace pour une réflexion libre et critique (P. Vermeren, 2001 cité par Gebrati, 2004). La faiblesse relative du mouvement associatif au Maroc a souvent été constatée par rapport aux autres pays développés et « avancés » dans ce domaine. Cela s'explique généralement par un État centralisé et son rôle dans le contrôle de la société civile, ce qui laisse peu de place à l'initiative citoyenne. L'État s'est constamment battu contre toutes les formes de structures intermédiaires qui pourraient fragmenter la société et se situer entre l'autorité centrale et les simples citoyens.

L'expérience associative au Maroc aujourd'hui est relativement jeune. Il n'est pas encore structuré par rapport aux autres pays. L'émergence de cet espace public est le résultat de plusieurs facteurs.

Au début des années quatre-vingt la situation de crise économique met en péril les équilibres sociaux. La nouvelle orthodoxie du développement, de la libéralisation économique dictée par les grands bailleurs de fonds comme le Fonds Monétaire International et la Banque Mondiale va restreindre la capacité distributive de l'Etat marocain.

La seconde raison tient à l'impossibilité de satisfaire une demande qui s'accroît et se diversifie. Les décalages entre les attentes d'un plus grand nombre de citoyens et la capacité d'un Etat mobilisateur de ressources est patente.

L'éloignement de l'État par rapport à la société civile est une des causes de fragilité accrue par l'insuffisance de systèmes de représentation anciens et modernes. Les contraintes économiques et les pressions intérieures et extérieures apparaissent donc comme une des explications principales et parfaitement évidentes d'une croissance aussi exceptionnelle du secteur associatif depuis les années quatre-vingt-dix.

Un second grand facteur explicatif tient aux institutions de la coopération internationale bilatérale et multilatérale qui voient dans la promotion de la société civile par le biais de la création des associations et des ONG, une grande opportunité pour échapper à la bureaucratie des administrations centrales et utiliser au mieux l'argent de la coopération qui s'évanouit

dans des projets de développement dont le rendement et la durabilité n'ont pas été toujours prouvés.(Gebrati ,2004)

Enfin, c'est la volonté de la population locale elle-même de s'organiser en groupes et en espaces d'expression d'une demande sociale. « Le mouvement associatif s'inscrit dans un contexte légitime, son existence et sa contribution au développement. Des domaines déjà constitués de systèmes de gestion des infrastructures, de gestion des espaces publics, de gouvernance, de santé publique, etc.» l'Etat lui-même fait l'objet d'un remaniement d'une redéfinition de ses relations avec la société civile.

En somme, le cadre socio-économique, institutionnel et politique marocain semble traverser actuellement une phase de métamorphose dans la mesure où la problématique du développement s'inscrit désormais dans une logique et dans une approche de partenariat et de coresponsabilité. De ce fait, les associations se développent pour remplir les vides laissés par l'Etat, particulièrement dans les territoires ruraux périphériques et en difficulté. Elles se sont constituées pour répondre à un besoin social nouveau et contribuer à son expression.

Le tissu associatif marocain a connu une importante éclosion ces dernières années confirmant la place particulière qu'il occupe en tant qu'acteur incontournable de tous les chantiers socio-économiques d'un Maroc en plein mouvement. Cette évolution est le fruit d'un effort soutenu des associations de la société civile, mais aussi des autorités publiques qui, à travers l'actualisation de l'arsenal légal et le soutien financier, sont parvenues à ériger le mouvement associatif en élément fondamental du développement socio-économique du Royaume. (Tekki, 2017)

La constitution de 2011 a préservé une place très importante à la société civile en le considérant, outre son rôle consultatif, comme un facteur effectif dans la prise des décisions du développement du pays. Cette place a été consolidée par l'ensemble des acquis accumulés dans différents domaines afin de remplir son rôle de facteur clé pour traduire dans les faits les principes de la démocratie participative.

L'ensemble des interventions s'est articulé principalement autour du diagnostic de la situation actuelle et des défis de la société civile, à la lumière des résultats du dialogue national de la société civile lancé le 13 mars 2013, ayant débouché notamment sur la promulgation de deux lois organiques sur le droit de la société civile à la présentation des motions législatives et des pétitions.

A cet effort juridico-légal s'ajoute le soutien financier alloué par l'Etat au tissu associatif ayant atteint deux milliards de dirhams en 2014, outre des aides tels l'accompagnement, l'encadrement et le soutien technique et logistique. (Tekki, 2017)

Actuellement, dans les espaces montagnards, les associations constituent une issue pour sortir des crises économiques et de la marginalisation sociale et spatiale. Elles sont considérées comme une carte intéressante à jouer, vu les relations de partenariat et de réseaux qu'elles entretiennent et qu'elles ont établi avec différents acteurs. Cette prise de conscience s'est effectuée un peu partout dans le Haut Atlas de Marrakech (Gebrati, 2004), cependant dans notre zone d'étude et avec l'avènement de l'INDH, on a assisté à une explosion du nombre d'associations dans notre territoire .il est latéralement explosé à la faveur de l'INDH. De ce fait, on peut croire que la cause principale de la croissance de tissu associative est due essentiellement à la volonté de se bénéficier des programmes de l'INDH et non pas à la maturité de la société civile.

Le territoire d'Ouelтана amont contient au total 55 associations à son sein. Mais ces 55 associations ne sont pas toutes actives ; on note seulement 25 associations parmi ces 55 qui sont au service de développement dans la zone d'étude.

En détail le tissu associatif des communes d'Ouelтана amont se présente comme suit :

1.2.1 Le tissu associatif de la commune d'Ait Blal

Tableau 17 : le tissu associatif de la commune d'Ait Blal

| Nom | Activités | Date de création | Nombre d'adhérents | Financement |
|--|--|------------------|--------------------|--------------------------|
| 1. Association Tamtsift pour le développement | Développement socioéconomique | 2006 | 61 | Adhérents ; INDH |
| 2. Association Agni pour le développement local | Développement socioéconomique | 2006 | 30 | Adhérents ; INDH |
| 3. Association Iskaouen pour le développement et l'environnement | Développement socioéconomique | 2009 | - | Population |
| 4. Association Aâssaou pour le développement agricole | Développement socioéconomique et agriculture | 2006 | 23 | Adhérents ; INDH |
| 5. Association Tararguelt pour le développement | Développement socioéconomique et culturel | 2008 | 25 | Adhérents ; Bienfaiteurs |
| | | | | |

| | | | | |
|--|-------------------------------|------|-----|-------------------------------------|
| 6. Association des Tapissières de la commune d'Ait Blal | Développement socioéconomique | 2005 | 40 | Adhérents ; INDH |
| 7. Association du Bassin Khellad des usagers de l'eau d'irrigation | Agriculture | 2002 | 273 | Adhérents ; INDH, DPA Azilal |
| 8. Association Ait Blal pour l'eau potable | Eau potable | 2006 | 80 | Adhérents ; INDH |
| 9. Association Tizi n'Tifert des usagers de l'eau d'irrigation et développement social | Socioéconomique | 2007 | 47 | Adhérents ; INDH ; DPA Azilal |
| 10. Association Bassin Tachtouine des usagers de l'eau d'irrigation | Agriculture | 2002 | 50 | Adhérents ; INDH ; DPA Azilal |
| 11. Association des apiculteurs d'Ait Blal | Socioéconomique | 2005 | 48 | Adhérents ; INDH |
| 12. Association Tizi n'Oubadou pour l'eau potable | Eau potable | 2008 | 0 | Adhérents ; INDH |
| 13. Association des parents et tuteurs d'élèves du groupement scolaire Khellad | Education | 2009 | 240 | Adhérents |
| 14. Association des parents et tuteurs d'élèves du groupement scolaire Tizi | Education | 2009 | - | Adhérents |
| 15. Association Assamer n'Ouaâssaou pour le développement | Socioéconomique | 2006 | 80 | Adhérents ; INDH, population |
| 16. Association Tifert pour le développement et l'eau potable | Socioéconomique | 2008 | 50 | Adhérents |

D'après le tableau d'analyse du tissu associatif de la commune d'Ait Blal on constate que :

- La commune d'Ait Blal compte 16 associations qui orientent leurs actions et interventions au profit des secteurs suivants : secteur économique, l'agriculture, la gestion de l'eau potable et l'éducation.

- Le tissu associatif est très jeune (apparition en 2002 de la première association dans le territoire de la commune), ayant des activités très limitée dans des projets généralement réalisés dans le cadre du programme de lutte contre la pauvreté de l'INDH ;
- 1/16 est une association féminine, il s'agit de l'association des tapissières d'Ait Blal ;
- 9 associations gèrent des projets AGR, concernant l'apiculture ou l'élevage,
- La commune ne compte aucune coopérative, qui serait opportun de gérer des projets AGR.

1.2.2 Le tissu associatif de la commune sidi Boulkhalf.

D'après le tableau 18 (annexe 9), on constate que la commune Sidi Boulkhalf a :

- Un tissu associatif développé (avec 8 associations de la gestion de l'eau potable, 3 associations agricoles, 1 coopérative de lait, 1 association féminine qui a bénéficiée de 22 ruches d'abeilles dans Le projet qui a été réalisé dans le cadre de DRI-PMH., 9 associations du développement et 3 associations des parents d'élèves non actives).
- Le tissu associatif est encore jeune dans la commune mais se développe de plus en plus à partir de 2002.
- Présence seulement de trois associations agricoles qui ont été créées pour la réalisation des projets dans le cadre du programme (DRI-PMH), et qui sont inactives pour le moment.
- Les associations qui assurent la gestion de l'eau potables sont les seules à être en activité permanentes.

1.2.3 Le tissu associatif de la commune de Tifni.

Tableau 19 : le tissu associatif de la commune tifni

| Nom d'Association | localisation | Activités |
|--|--------------------|--------------------------------------|
| 1. Association Tizgui pour le développement de la femme rurale | Douar Tizgui | Valorisation des produits locaux |
| 2. Association el fath pour le développement local | Douar Ait Khlouf | Elevage des ovins de type Serdi |
| 3. Association bassin tawjgalt | Douar Ait Lhart | Elevage des ovins de type Serdi |
| 4. Association bassin Tifni | Douar Ait Srgirnt | Elévation de chèvres locales |
| 5. Association amitié de développement de développement local | Douar ait Wachkred | Elevage des ovins de type Serdi |
| 6. Association bassin Tissinass | Douar Ttissinass | Elevage des ovins de type serdi |
| 7. Association el khir de développement local | Douar Almssa | Elevage des ovins de type serdi |
| 8. Association el nahda pour le développement local | Douar Targua | Elevage des ovins de type serdi |
| 9. Association basin oued n'ayt jaaa | Douar Ait jaaa | Apiculture |
| 10. Association iminfri de développement et l'environnement | Douar Ifssfass | Renforcement de tourisme de montagne |
| 11. Association espoir pour le développement local | Douar Ighrem | Elevage des ovins de type serdi |
| 12. Association bassin Taglaoute | Douar Taglaoute | Elevage des ovins de type serdi |
| 13. Association atlas pour le développement local | Douar El haret | Elevage des ovins de type serdi |
| 14. Association du bonheur pour le développement local | Douar Tighmort | Elevage des ovins de type serdi |

D'après le tableau d'analyse du tissu associatif de la commune Tifni on constate que :

- La commune de Tifni compte 14 associations qui travaillent dans les domaines du développement socioéconomique, agricoles.

- 1/14 est une association féminine, il s'agit de l'association Tizgui pour le développement de la femme rurale qui travaille dans le domaine de la valorisation des produits de terroirs.

- 12 associations gèrent des projets AGR, concernant l'apiculture ou l'élevage,

1.3 Synthèse du tissu associatif à Oueltana amont.

Dans le territoire d'Oueltana Amont, On constate que 31 % des associations opèrent dans le domaine d'agriculture et développement socio-économiques. 24 % sont des associations qui assurent la gestion de l'eau potable ; alors que celles liées aux activités éducatives et culture/ tourisme) représentent respectivement 9 et 5 %.

Le **tableau 20** et la **figure 32** présentent le nombre d'associations, ainsi que le domaine d'intervention.

Tableau 20 : Domaine d'intervention des associations d'Oueltana Amont

| Domaine d'intervention | Nombre d'associations | Pourcentage(%) |
|--------------------------------|-----------------------|----------------|
| Gestion de l'eau potable | 13 | 23,64 |
| Educatif | 5 | 9,09 |
| Agriculture | 17 | 30,91 |
| Culture, tourisme | 3 | 5,45 |
| Développement socio-économique | 17 | 30,91 |
| Total | 55 | 100 |

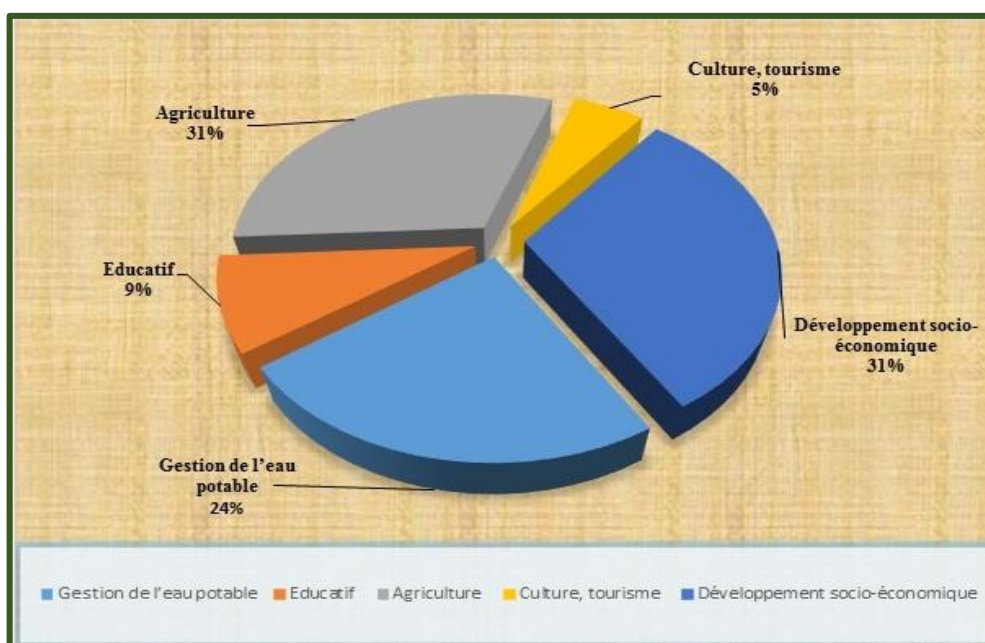


Figure 32 : la répartition des associations d'Oueltana Amont par domaine d'activité

Le tissu associatif d'Oueltana Amont a connu un essor et un dynamisme sans précédent grâce à l'apparition de l'initiative nationale de développement humain en 2005, L'INDH à adopter en effet une véritable politique de proximité et une démarche participative impliquant directement des associations et des populations bénéficiaires.

Les associations constituent une nouvelle forme de « modernisation » des structures socio-spatiales « traditionnelles » (Gebrati, 2004). Elles se présentent comme un nouveau territoire et une nouvelle échelle d'action solidaire. Elles ont tendance à se raccrocher à la dynamique de réseau et de partenariat. Dans cette perspective, leur ouverture peut fournir la base pour élaborer un ensemble de projet de développement puisqu'elle stimule la mobilisation des acteurs par une confrontation des expériences, des savoirs et des intérêts, qui servira à la construction de projets communs.

Conclusion

Les acteurs peuvent se situer à n'importe quel niveau ou position dans la société, depuis le niveau international, national, régional, jusque niveau du ménage. Les acteurs territoriaux d'Oueltana amont sont touchés par les politiques, les décisions ou les actions au sein d'un système particulier. Ils se positionnent selon leurs ressources, leurs statuts et leurs objectifs.

La commune, en tant que collectivité locale, dispose de compétence propre, de compétences transférées et de compétences consultatives. Elle possède d'un plan de développement économique et social, lesquelles doivent toutefois demeurer conformes aux orientations établies par le plan national.

Le tissu associatif dans le territoire d'Oueltana amont est assez jeune, il est né suite à l'avènement de l'initiative nationale de développement humain en 2005.

Les associations dans le territoire d'Oueltana amont en collaboration avec INDH ont un très grand rôle dans le développement local de notre zone d'étude, leurs actions visent surtout le développement agricole en premier lieu et puis le développement rural en général.

La participation de ces organisations est sous forme d'actions de renforcement des infrastructures au sein de la commune (l'installation des canaux, le creusement des puits, etc.), et l'encadrement des agriculteurs pour améliorer leur production.

En général, le territoire d'Oueltana amont abrite une multitude d'associations. Ceux-ci sont caractérisés par leur jeunesse. La majorité de ces associations travaillent dans différents domaines en fonction de leurs projets. Ainsi, les objectifs sont divers mais ils s'inscrivent d'une manière similaire dans le champ de développement. Dans la majorité des appellations

de ces associations, on voit le terme "développement" qui se répète, participent-elles vraiment aux actions de développement? Quel est le degré de synergie (coordination) et de partenariat entre communes et les autres acteurs de notre territoire d'étude ?

Dans cette perspective, le chapitre qui viendra aura pour objectif de ramener quelques éléments de réponse à notre troisième question qu'on avait exprimée ainsi :

Est-ce que la diversité des statuts des acteurs locaux représente-t-elle un frein ou un moteur dans le processus de la mobilisation des ressources territoriales ?

CHAPITRE DEUSIEME :
LA PARTICIPATION DES
ACTEURS LOCAUX ET LA
CONTRIBUTION DES
COMMUNES D'OUELTANA
AMONT AU DEVELOPPEMENT
LOCAL

Introduction

La commune en tant que collectivité locale et de par la promulgation de la Charte communale, dispose d'un large éventail de domaines de compétences. Il convient de rappeler que l'objectif de la charte est de promouvoir la commune comme principal acteur du développement. L'institution communale doit donc être placée au centre de la problématique de développement et doit être le maître d'ouvrage de son propre développement.

Dans ce chapitre nous allons essayer, d'une part, de présenter comment les communes d'Oueltana amont mènent leur développement et d'autres part, d'analyser les perceptions des acteurs locaux sur les actions de leurs communes en matière de développement.

Etudier le rôle de la commune dans le développement local à travers les actions qu'elle entreprend et les limites de celles-ci, permet de comprendre sa disposition à occuper un rôle central dans les réseaux de communication horizontale et verticale. C'est aussi de connaître les conditions actuelles et les besoins de communication dans l'objectif de saisir les facteurs sur lesquels on peut agir afin de remédier aux insuffisances. Cela est certes possible dans l'identification de ces insuffisances par l'étude des expériences passées en matière de projets essentiels (infrastructures de base: réseaux routiers, eau potable et électrifications; scolarisation, santé,...). En étudiant les actions des communes d'Oueltana amont principalement celles qui sont exécutées ou planifiées, et celles qui ont échoué ou réussi, on peut évaluer la portée de sa participation et son aptitude à impliquer les autres acteurs dans le processus de développement.

2.1 Contribution des communes d'Oueltana amont au développement local

La question de la performance des collectivités locales au Maroc se pose en termes extrêmement contrastés selon le type de collectivité concerné. La performance se définit comme la capacité des entités décentralisées à satisfaire les besoins individuels et collectifs des populations dont elles sont en charge dans les limites des compétences légales et des moyens budgétaires à leur disposition. (Zyani, 2002) Comme les autres collectivités locales, les communes d'Oueltana amont jouent un rôle important dans le développement de son territoire.

Afin de participer au processus de développement, le nouveau conseil communal a planifié de nombreuses actions. Quelques-unes de ces actions ont été annulées, d'autres ont été réalisées et certaines sont en cours de réalisation. C'est en réalité ce qu'un élu déclarait en ces termes : « *la commune territoriale a un rôle dans le développement économique et social,*

quand le conseil a été élu, il a élaboré un plan quinquennal où il a planifié des actions et exécuté d'autres qui ont été planifiées par l'ancien conseil ».

2.1.1 L'infrastructure de base une nécessité qui consomme annuellement un budget important de chaque communes.

Selon les membres du conseil communal, le premier objectif du conseil communal est d'équiper la commune en infrastructures de bases nécessaires dont la population a besoin tels que le réseau routier, l'électrification; l'eau potable, etc. Pour arriver à cet objectif, plusieurs actions ont été planifiées et exécutées.

2.1.1.1 Le réseau Routier une priorité qui souffre de mauvaise gestion des entrepreneurs

Lors des entretiens effectués avec les acteurs locaux, nous avons constaté que la grande préoccupation des citoyens est d'avoir une facilité pour se déplacer au sein de la commune. C'est pour cette raison que plus de 60% des élus locaux affirment défendre toujours les projets qui visent la construction d'un réseau routier pour désenclaver les communes.

Pour pallier cette contrainte au développement, le conseil communal a planifié un projet dont l'objectif est de construire un réseau routier au sein de la commune et qui servira à toute la population de cette dernière, certains de ces projets ont été achevés et d'autres en cours d'exécution. (Tableau 21)



Planche photo 3: Aménagement de piste qui relie douar TAGNIT et douar ASLAK facilite le transport et réduit l'enclavement de sa population. (2011)

D'autre part, pour attirer les investissements et faciliter la tâche aux investisseurs, la construction des routes demeure très appréciée. A titre d'exemple, la commune sidi

Boukhalf en 2011 a investi, en ce sens, en réaménageant une piste menant TAGNITE et ASLAK. Ce projet a été financé pour un montant de 472179.00 dhs, dont la commune a participé par 140 000,00 dhs. Le reste est financé par L'INDH soit 332179,20 dhs. (PCD, 2010).

Tableau 21 : les projets de la commune pour renforcer le réseau routier

| Nature du projet | Distance | Coût du projet en Mdh | Echéance | Etat de la route en 2016 |
|---|-----------------|------------------------------|-----------------|---------------------------------|
| Aménagement et renforcement de la Route reliant Tifni et CR. Ait Tamlil | 32 km | 3200 | 2014-2016 | dégradée |
| Aménagement de la piste reliant Iminifri et Ait Bablouz | 3 km | 222 | 2016 | dégradée |
| Aménagement et renforcement de RR 302 reliant Tifni et Sidi Boukhalf | 3 km | 300 | 2014-2016 | bonne |
| Revêtement de la piste reliant Ait Ali et Tizi | 8 km | 3200 | 2012-2014 | dégradée |
| Aménagement de piste reliant Ait Bouzid et RR 307 | 500 m | 50 | 2013 | dégradée |
| Aménagement et achèvement de la piste reliant Daouighil et la RR 307 | 2,5 km | 250 | 2012-2013 | dégradée |
| Aménagement de de la piste reliant Ifard n'wamane - Tafrente | 1,5 km | 150 | 2011 | dégradée |
| Ouverture de la piste reliant Alamsa- Till | 3 km | 450 | 2012-2014 | Très dégradée |
| Ouverture de la piste reliant Tizi et Targua | 4 km | 500 | 2016 | dégradée |
| Aménagement et achèvement de la piste reliant Ait Aouant - iIglassen | 3 km | 240 | 2008 | dégradée |
| Aménagement de piste reliant iwariden et ait toutline par ikhachane au point tassalloumte | 25 km | 620 | 2006 | Très dégradée |
| Achèvement ouverture piste reliant iskifen à tilzoughine | 15 km | 1800 | 2006 | dégradée |
| Aménagement piste reliant imintizi à ait baadi | 10 km | 1700 | 2006 | bonne |
| Aménagement et achèvement de la piste reliant Iglassen - Aourz | 7 km | 900 | 2007 | dégradée |

Source : monographie des communes + PCD des communes, 2010+ Terrain, 2016

Les projets de construction des réseaux routiers sont planifiés et exécutés en coopération avec le Ministère de l'équipement. Malgré les efforts fournis par chaque conseil communal

pour équiper les communes de notre territoire avec un réseau routier très solide, cela reste encore insuffisant puisque le réaménagement des pistes consomme annuellement un budget important. Cela est peut-être dû, à notre avis et d'après les témoignages des membres du conseil actuel, à la mauvaise gestion des anciens conseils communaux car ces projets n'ont pas été bien étudiés, et la planification n'a pas pris en compte la durabilité de ces actions.

2.1.1.2 L'électrification recouvre presque la totalité des douars d'Oueltana amont.

Depuis 2000, les communes ont largement investi dans les programmes d'électrification en partenariat avec l'ONE (80% du budget total), les communes (15% du budget total) et les bénéficiaires (5% du budget total).

Tableau 22 : Les modalités de financement du raccordement des foyers au réseau électrique dans le cadre du PERG

| partenaires | Option de préfinancement | Option paiement au comptant | Support de recouvrement |
|--------------------|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Foyer bénéficiaire | 40 Dhs/mois sur 7 ans | 2500 Dhs (25%) | Quittance mensuelle ou reçu comptant |
| communes | 500 Dhs/mois/foyer sur 5 ans | 2085 Dhs/foyer (20%) | Convention et facturation |
| ONE | Complément | Complément (environ 55 %) | |

Source : ONE, 2004

Actuellement, au niveau de notre zone d'étude, presque 99% de la population locale bénéficie de l'électrification. Exception faite de sous douars (Afla nousdra et Tingnanyin) qui n'ont pas encore bénéficié de ce service suite au nombre réduit de leurs habitants et leur éloignement. Le conseil communal a signé une convention avec l'ONE pour faciliter le paiement des frais par la population ; locale de plus, la commune s'est chargée de l'installation initiale sous les auspices du Programme d'Electrification Rurale Global (PERG).(PCD,2010)

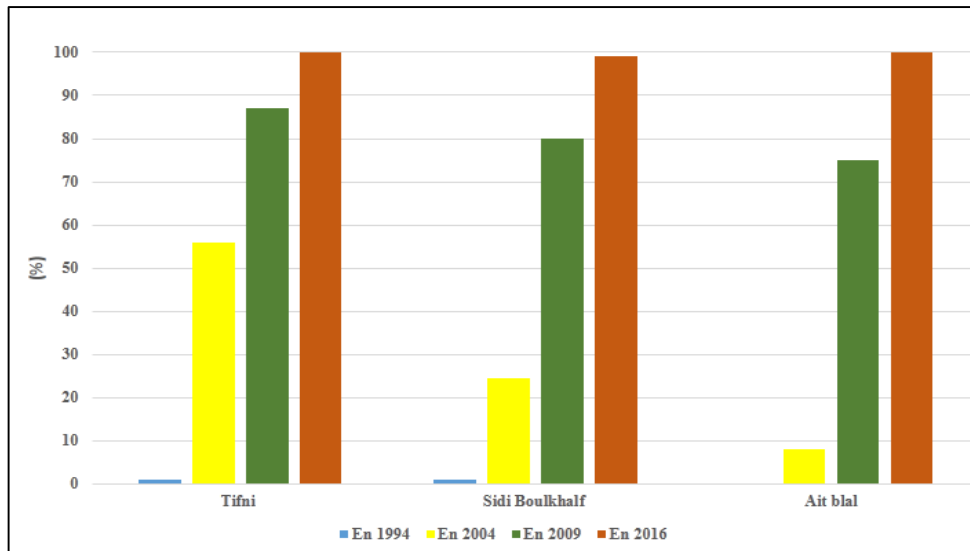


Figure 33: le taux de branchement en électricité (Source : PCD, 2010 et enquête de terrain 2016)

Le territoire d'étude a bénéficié du programme national d'électrification rurale (PERG) car le taux de raccordement des foyers en réseau électrique a connu une évolution importante de 2004 à 2016. Le taux de raccordement le plus élevé s'enregistre à Tifni et Ait Blal avec 100%, alors qu'il ne concerne que 99 % à Sidi Boukhalf. Cette évolution s'explique par les efforts de l'Etat en matière de l'électrification rural.

Les bénéficiaires de l'électricité utilisant les cartes « Nour » sont obligés de se déplacer vers Demnate (loin de plus de 30 Km) pour recharger leurs cartes, c'est aussi le cas pour ceux qui ont des compteurs afin de payer les quittances, soit des frais supplémentaires de déplacement de 40 Dhs (la facture de consommation moyenned'électricité varie entre 50-100 Dhs). Toutefois, A titre de comparaison, « *Le système d'éclairage dans Moyen Atlas Centro occidental est traditionnel, il est basé sur le gaz butane pour les familles aisées et les bougies pour les familles à plus faible revenus, tandis que l'énergie solaire ne représente que des faibles proportions à cause de leur coût d'installation élevé* ». (El Bezzari, 2013)

Quant à l'éclairage public, il n'est pas encore généralisé sur tout le territoire d'Oueltana amont. Nous constatons que le conseil communal des communes, fournissait un effort considérable pour l'électrification, mais cela reste très limité s'il n'y a pas une participation de la population concernée par ce problème.



Planche photo 4: Malgré les contraintes topographiques, les communes ont fourni un grand effort pour généraliser l'éclairage public sur tout le territoire.

2.1.1.3 L'approvisionnement en eau potable une nécessité soldée par un échec

L'alimentation des foyers dans les zones rurales en eau potable est un grand défi à surmonter à l'échelle nationale, de même qu'au niveau de notre territoire d'étude. Depuis 2001, les efforts des communes dans ce secteur sont importants, et pour financer ces projets, elles ont eu recours à leurs excédents budgétaires, et à des partenariats avec le ministère de l'équipement (dans le cadre du programme PAGER) et l'INDH.

Tableau 23 : La participation financière des partenaires dans le projet de branchement individuel

| Année | Douars desservis | Porteur du projet | Financement des partenaires en (DHS) |
|-------|--|---------------------------|--------------------------------------|
| 2001 | Tagnite, Immi Nouaka | ministère de l'équipement | 340 000 |
| 2006 | Adduction en eau potable du douar Tizi | Commune Ait Blal | 100.000.00 |
| | | INDH | 570.000.00 |
| 2007 | Adduction en eau potable du douar Tampsift | Commune Ait Blal | 20.000.00 |
| | | INDH | 100.000.00 |
| 2009 | Aménagement source Khmis Ait blal | INDH | 29989,20 |
| 2003 | Tialaouine | ministère d'équipement | 270635.02 |
| | | la commune sidi Boulkhalf | 16914.70 |
| | | l'association | 50 744.10 |
| 2006 | Tirika, Ait Yahya, Ait Ouakrim et Tilibite | ministère d'équipement | 420 000.00 |
| | | la commune Sidi boulkhalf | 78 750.00 |

| | | | |
|-----------|--|------------------------|------------|
| | | l'association | 26 250.00 |
| 2007 | Ikhachene, Amzaourou, Ilaguate, Ait Hakkou, Tizgui | INDH | 479 555.48 |
| | | Association | 100 000.00 |
| 2007 | Timzughine et Tabahannate | Banque mondiale | 489 991.00 |
| | | Commune Sidi Boukhalif | 86 469.00 |
| 2008-2015 | Ait sarghinte et tighmorte Alasma izmaoun tagdamte | INDH | 600.000.00 |

Source : PCD, 2010+ Enquêtes de terrain 2016

L'approvisionnement en eau potable est géré par les associations, seulement huit associations disposent d'un seul « salarié » (entre 300-700 Dhs/mois selon l'association) chargé de l'entretien du réseau, et des facturations. Les bénéficiaires en eau domestique paient 4 à 5 Dhs/m³. Ainsi que le prix de branchement individuel par ménage varie entre 200 Dhs et 1000 Dhs. Cette stratégie de l'état marocain dans l'approvisionnement en eau potable est similaire à celle de « Bénin ». Selon Hounmenou (2006) « *Le Bénin a opté en 1992 pour une nouvelle stratégie nationale d'alimentation en eau potable. La stratégie a pour objectif l'implication des populations du monde rural dans tout le processus d'appropriation de l'alimentation en eau. Les principes fondamentaux de cette stratégie sont notamment, la décentralisation du processus de prise de décision ainsi que la participation des communautés à l'investissement et à la gestion des points d'eau. La concrétisation de cette volonté d'améliorer les systèmes d'alimentation en eau potable se traduit par exemple, par l'adhésion des communautés à travers leurs contributions financières à la réalisation des ouvrages et la mise en place de structures de gestion chargées de l'entretien et de la maintenance de ces derniers. Les structures de gestion ont entre autres tâches, de mobiliser la participation financière des populations à la construction des ouvrages, de fixer le prix de l'eau, de choisir les vendeurs et de gérer la maintenance des équipements. La nouvelle stratégie se traduit aussi par l'entrée dans le système local lié à la gouvernance de l'eau potable en zone rurale* » (Hounmenou, 2006)

Le conseil communal de chaque commune d'Ouelтана amont a exécuté des programmes d'alimentation des foyers en eau potable, mais il s'est confronté très vite à la résistance de la population locale. Le programme n'a donc réussi qu'au niveau de quelques douars et les douars non desservis (53/121), les femmes et les filles parcourent 0,5 à 1 Km pour chercher de l'eau des sources et divers points d'eau.



Planche photo 5 : la construction de château d'eau à douar Ikhachane, construction destinée à entreposer l'eau, placée en général sur un sommet géographique pour permettre de la distribuer sous pression

Malgré les efforts consentis par les associations pour organiser la population locale et les sensibiliser mais le résultat a été aussi soldé par un échec.

Les causes de cet échec, d'après les élus locaux interviewés, sont multiples :

- le désintéressement de la population vis-à-vis de ce programme puisque l'eau est disponible dans les puits et dans les sources tels Arga N'Tarit, Ait Toutline, Immi n'ouaka, Tissilt et Zrite ;
- Le conflit entre quelques douars, car il y a des cas où le château d'eau est édifié dans le territoire de l'autre douar qui ne bénéficie même pas de ce service. De ce fait, les problèmes dépassent la communication positive à le fait de détruire les engins de l'approvisionnement en eau.
- la participation de la population locale à une telle action est inhabituelle.

De même, la plupart de ces élus confirment que les habitants ne ressentent pas encore le besoin en eau potable puisque l'eau au niveau des puits est abondante. C'est d'ailleurs ce qui a été confirmé par un membre de l'association d'eau d'irrigation lors d'un entretien.



Planche photo6: le conflit entre deux douars a conduit à une destruction partielle d'un château d'eau au douar Ait Srghint.

Après l'analyse, nous pouvons déduire que le projet de l'eau potable dans quelque douars d'Oueltana amont n'a pas été bien étudié, et nous avons constaté qu'il n'y avait pas de participation des concernés dès le début (à l'identification du besoin). En fait, le projet à mal fonctionné à cause d'une communication insuffisante et surtout du fait qu'aucune vraie stratégie n'a été menée en ce sens. Si la population avait bien saisi l'intérêt de l'eau potable surtout dans la prévention de diverses maladies, à travers bien entendu une communication bien établie, ce projet aurait pu réussir.

2.1.1.4 Assainissement et hygiène un élément défaillant dans le territoire d'Oueltana amont.

L'une des infrastructures qui manquent au niveau de notre zone d'étude est l'assainissement, les communes ne disposent plus d'un moyen pour la collecte des déchets. Mais, c'est d'abord l'absence d'un lieu de traitement des déchets (qu'ils soient liquides ou solides) qui fait la contrainte majeure. Un élu local rapportait *«on ne peut se doter d'un camion pour collecter les déchets et les rejeter au même endroit que la population locale, la solution est donc le problème»*

L'absence de cette infrastructure au niveau des communes d'Oueltana amont est peut être due à l'omission du conseil communal lorsque les moyens existaient. De même, les membres de la délégation de santé signalent que pour réaliser un projet d'assainissement et de traitement des déchets collectés, il faut sensibiliser la population locale et les pousser à participer même si durant nos entretiens avec les élus de chaque commune, ce besoin n'a pas été évoqué par les interviewés. Or, il est bien connu que si une campagne

de communication n'a pas été menée pour sensibiliser et faire participer la population à la nécessité de mettre en place des infrastructures d'assainissement, ce projet risque de ne pas être durable rien que par le fait d'une négligence de la population dans le respect des normes de conduite que l'assainissement impose ou même dans l'entretien de ces infrastructures. Par exemple, après avoir installé des dépotoirs dans tous les douars et des camions pour faire la collecte des déchets, la population peut ne pas utiliser ces infrastructures et se contenter de jeter les ordures là où bon lui semble parce qu'elle n'a pas été impliquée dès le départ. Comment demander à une population qui n'a pas participé à la mise en place d'une infrastructure ou qui perçoit mal l'intérêt d'une telle entreprise de concourir à son entretien.

C'est pourquoi là aussi, il est indispensable de toujours prendre en considération l'aspect communication tant au sein des collaborateurs que pour toucher l'ensemble de la population.

En outre, l'infrastructure est une préoccupation de tous les acteurs de développement d'Ouelтана amont (élus locaux, population locale et investisseur), le conseil communal de chaque commune doit encore investir dans ce domaine mais en planifiant des actions qui doivent prendre en considération la durabilité et le besoin réel de la population par le biais d'un plan de communication. Pour attirer des investisseurs, les communes doivent disposer au moins de l'infrastructure nécessaire comme l'a cité un investisseur interrogé où il a signalé que le « *rôle de la commune vis-à-vis des investisseurs est de leur préparer un milieu favorable, ce milieu n'est que l'infrastructure de base: route, électricité, assainissement et téléphone...* »

Toutefois, certains investisseurs interviewés estiment que l'absence d'une infrastructure d'assainissement n'aura pour conséquence qu'un désintéressement des entrepreneurs vis-à-vis de l'investissement au niveau du territoire d'Ouelтана amont.

2.1.1.5 Des initiatives décentes pour l'avancement du secteur de l'éducation

Afin de participer au développement social, les communes remplissent leurs tâches qui visent la valorisation des moyens humains des communes et dont l'enseignement est l'un des plus grandes préoccupations. A titre d'exemple, dans la commune de sidi Boukhalf, les membres du conseil communal assurent que ce dernier programme chaque année dans son budget une rubrique spéciale de 65000dhs pour l'achat des besoins scolaires dont 60000 dhs est financé par l'INDH. Et au cours de cette année, le conseil a programmé les actions suivantes :

- ✓ Mise à niveau des établissements scolaires à travers l'introduction de l'eau potable ;
- ✓ Construction des toilettes pour bâtiments scolaires ;
- ✓ Construction d'un mur de clôture des écoles.

Les actions que les commune mènent pour développer le secteur de l'enseignement au niveau de territoire d'Oueltana amont sont entreprises en coopération avec le Ministère de l'Education Nationale. A ce sujet, Le Ministère d'éducation avait lancé un programme qui a duré de 2011 à 2015 dont l'objectif était la reconstruction et l'entretien de toutes les écoles de la région par ordre prioritaire. A la lumière de, ce programme, le conseil communal fait ses études pour savoir si les écoles de sa commune sont prioritaires.

En outre, la collaboration entre la commune de Tifni et l'INDH a produit un pas démarquant selon certains interviewés de la population qui se matérialise à la distribution des vélos en faveur des élèves qui habitent loin des écoles. Cette initiative a pour objectifs de faire face à la déscolarisation.

Malgré les actions prises par les communes d'Oueltana amont pour lutter contre la déscolarisation dans son territoire, nous avons constaté que ces actions sont encore insuffisantes puisque le territoire d'Oueltana amont ne dispose pas d'un établissement pour l'enseignement collégial ou secondaire. Etant donné que le collège et lycée se trouve dans la ville de Demnate, les élèves qui habitent dans des douars éloignés ont des difficultés à s'y rendre. Aussi, la commune ne participe pas à la lutte contre l'analphabétisme, et la sensibilisation des acteurs et la population sur ce problème qui peut être une grande entrave à son développement.

Quant à la convergence concernant les projets ciblant l'éducation, certains de ces interviewés, qui sont membres du comité local du développement humain, déclarent que tout le monde est sensibilisé sur la nécessité de la coordination. Mais, ce sont les porteurs de projets de développement qui prennent l'initiative de chercher les informations auprès de la délégation avant d'exécuter leurs propres actions de développement dans le domaine de l'éducation. Ils ajoutent que la convergence entre les acteurs locaux de chaque commune s'avère très importante pour le développement, mais c'est le rôle de la commune, de l'autorité locale et des élus vus leurs impacts et leur importance tels que leur maîtrise du terrain, des besoins et des attentes de la population. Pourtant ce n'est pas le cas. En effet, il n'existe pas de stratégie de communication proprement dite visant la convergence des actions. La commune, les élus locaux et l'autorité locale ne met pas à la disposition des acteurs du développement

une information permanente et précise sur les réels besoins en formation-éducation. De même, aucune incitation en ce sens n'est menée par les responsables.

2.1.1.6 La santé des citoyens est un défi que le territoire d'Oueltana amont n'a pas encore soulevé.

Pour le service sanitaire, malgré les efforts déployés par les autorités marocaines pour satisfaire les besoins de santé, l'encadrement médical est faible dans les milieux montagnards, la couverture sanitaire n'a pas encore atteint le niveau escompté. De nombreux obstacles entravent un encadrement médical efficace, il s'agit en premier lieu de la répartition dispersée de l'habitat, l'accès aux établissements médicaux devient difficile pendant les périodes nivales vu l'isolement des douars en amont. Ajoutons, le nombre médiocre des établissements sanitaires qui sont insuffisants pour assurer des soins et des traitements décents pour l'ensemble de la population, suite à l'insuffisance des cadres médicaux et des moyens techniques de diagnostic.

La population souffre de l'insuffisance d'une infrastructure sanitaire. Les communes d'Oueltana amont possèdent en général 3 ambulances mises à la disposition des citoyens, mais cela n'a pas résolu le problème comme l'a affirmé un élu lors des entretiens : « *pour les gens qui habitent très loin, l'accès des fois est très difficile en cas de maladie ou d'accouchement d'une femme...* ». Le tableau ci-dessous justifie la précarité des infrastructures sanitaires ainsi que l'inéquation entre les centres sanitaires et la carte démographique.

Tableau 24: Couverture sanitaire sur la base de données de Délégation provinciale de santé, 2012

| Commune | Distance entre douars et unité sanitaire en (%) | | | |
|----------------|---|-----------------|---------------|-------|
| | Moins de 3 km | Entre 3 et 6 km | Entre 6 et 10 | +10km |
| Tifni | 35,24 | 40,13 | 21,53 | 3,1 |
| Sidi boukhalif | 14,02% | 11,35 | 15,65 | 85,88 |
| Ait blal | 40,16 | 51,24 | 3,5 | 5,1 |

Généralement, la distance moyenne entre le foyer et le dispensaire le plus proche dépasse 3 kilomètres, elle est de 3 à 6 km pour les deux communes de Tifni et Ait Blal. Toutefois, elle dépasse 10 km pour la commune Sidi Boukhalif. A titre de comparaison, dans le Moyen Atlas nord oriental « *un habitant doit parcourir en moyenne 20 Km en 95mn pour accéder aux soins de santé* » (baali, 2011). Cette très lente et pénible mobilité pénalise la dynamique économique locale, et consacre ainsi la précarité du système sanitaire dans ces

deux ensembles montagne. Pour cette raison, les communes du cercle Oueltana en coopération avec le ministère de la santé et l'INDH ont mis en place une unité mobile. Le ministère de la santé équiperait l'unité en matériels et cadres.

En outre, le conseil communal de Tifni a mis en place un projet en collaboration avec le ministère de la santé pour l'extension du centre de santé et la construction d'une salle d'accouchement ainsi que la construction d'un logement pour le médecin. Le conseil communal a fourni des efforts considérables afin d'équiper la commune d'une infrastructure sanitaire de base, mais cela reste insuffisant du fait de l'éloignement de certains douars. Par contre, on peut dire que ces actions vont servir à tous les citoyens de la commune puisque celle-ci dispose d'une ambulance mise à la disposition de toute la population et le problème d'infrastructure sanitaire sera relativement dépassé.

Pour ces responsables, la contribution de la commune laisse à désirer. En effet, elle ne donne que des aides et participe aux projets émis par la délégation de santé. Or, il est du devoir de la commune de s'approprier les projets et de promouvoir les actions visant à améliorer le niveau de santé de la population. De plus, ils ajoutent que l'ADS est intervenue dans le même sens où elle a réalisé des formations pour un certain nombre d'agents sur la planification stratégique et la mise à niveau en matière de gestion, de coordination et de convergence. Le problème que les membres de la délégation de santé veulent soulever est celui du manque d'implication exhaustive de tous les acteurs (principalement la commune et l'ADS). Et cela est une conséquence directe de l'absence de cohésion entre les acteurs aggravés par l'absence de communication.

2.1.2 L'Agriculture : Les déficits sont lourds et les défis sont énormes

L'agriculture, principale source de revenus pour les citoyens des communes d'Oueltana amont, est une préoccupation majeure pour les membres des conseils communaux. Dans le but de trouver des solutions aux contraintes du développement agricole, une commission du conseil communal dite d'agriculture est chargée de toute action que chaque commune peut prendre pour participer au développement du secteur.

Nous avons décelé par l'analyse des entretiens effectués avec des membres de cette commission que le problème de l'eau d'irrigation pose une véritable entrave pour le développement agricole de chaque commune. Le problème réside essentiellement sur ce qu'on appelle "tour d'eau" devant le nombre important des bénéficiaires aussi sur l'incapacité du réseau d'irrigation à couvrir toutes les parcelles.

Les communes d'Oueltana amont participent directement (aménagement des seguia, distribution des arbustes) et indirectement (l'infrastructure de base qu'elle installe (route, piste, électrification etc.) au développement agricole, aussi les actions qu'elles mènent pour le développement rural ont des impacts positifs sur le secteur agricole.

Tableau 25 : Les efforts d'investissement des communes et de partenaires dans le secteur d'agriculture

| Année | projet | Porteur du projet | Coût global en Dhs |
|-------|--|------------------------|--------------------|
| 2007 | Construction de seguia au douar Tizi N'Tifert | - Commune - INDH | 375 000,00 |
| 2007 | Aménagement de 1513 m de Seguia (2 Canalisations) | commune | 507 700,00 |
| 2008 | Construction de seguia dans 4 douars | commune | 555 000,00 |
| 2008 | L'aménagement et construction des canaux d'irrigation dans 3 douars (Ilaguate, Imzizzone et Aghri) | - commune - INDH | 503 598,00 |
| 2009 | Construction de Seguia Amaâssal au douar Agni | commune | 79 698,00 |
| 2009 | Aménagement de la source de Khmis Ait Blal | commune | 29 989,20 |
| 2008 | Aménagement des seguias aux douars Ait Baâdi, Tizgui Noubahmad, et Ikhachene | - la commune - INDH | 632 700,00 |
| 2009 | Aménagement des seguias aux douars Azlague, Tizi, Ait Boudhar, Ikhachene, et Iouaridene | - INDH - La commune | 605 685,00 |
| 2010 | Construction de 600m de saguia Taghrot | DPA | 216000.00 |
| 2011 | Achèvement de saguia Targua (1km) | DPA | 720000.00 |
| 2011 | Achèvement de saguia Ifard N'Ait Atta (1,5km) | DPA | 540000.00 |
| 2011 | Construction de 1,300km de saguia Tagdamte | DPA | 470000.00 |
| 2011 | Achèvement et construction de 1,200km de saguia Taglaoute | DPA | 432000.00 |
| 2011 | Construction de 2km de saguia Ait Banha et tafrante | DPA | 720000.00 |
| 2011 | Construction de 1km de saguia el masjid à douar Tissinasse | DPA | 360000.00 |
| 2011 | Construction de 1km de saguia Aourz | DPA | 360000.00 |

Source : PCD des communes ,2010

D'après les moyens dont elles disposent et leurs potentialités, les communes peuvent participer au développement agricole et prendre des initiatives qui ne peuvent qu'augmenter les ressources financières des communes et améliorer le niveau de vie des agriculteurs, et cela pourra se réaliser en coopération avec les associations des eaux d'irrigation. Pour cela, encore une fois, il s'agit d'établir un pont de communication entre ces différents acteurs.



Planche photo 7: Après la réalisation des travaux d'aménagement au ciment de la Seguia au douar Taghbaloute, l'eau devient disponible 24h/24h avec des quantités suffisantes et parfois mêmes excédentaires aux besoins du Douar.

2.1.3 Autres actions des communes d'Ouelтана amont

Dans le but d'augmenter leurs recettes financières, les communes en collaboration avec l'INDH ont initiées des projets visant l'amélioration des revenus des citoyens des communes tout en distribuant des vaches, des caprins, des lapins et des ruches d'abeille.

Tableau 26: les projets des communes en collaboration avec l'INDH

| Projets | Partenaires | coût du projet (Dhs) |
|---|--|----------------------|
| achat des lapins | - Association du bassin Tamguerte - INDH | 8000,00 |
| achat des caprins | - INDH - Association du bassin immi nouaka | 37 000,00 |
| Apiculture (achat de 12 ruches) | - INDH - Association ikhachene pour le développement local | 15 000,00 |
| Elevage des ovins | - INDH - Association ikhachene pour le développement local | 310 000,00 |
| apiculture (achat de 22 ruches) | - Association Sour pour le développement de la femme rurale - commune | 400000 |
| Achat de matière première de tapisserie | - Association Ait Blal des tapissières - INDH | 30 000,00 |
| Apiculture | - Association Ait Blal des apiculteurs - INDH | 40 000,00 |

Source : PCD des communes ,2010



Planche photo 8: la commune de sidi Boukhalif en collaboration avec l'INDH distribue des caprins et des vaches dans le but d'améliorer le revenu des citoyens.

Les communes d'Oueltana amont facilitent la procédure aussi aux investisseurs locaux pour la construction des boutiques qui serviront pour le commerce au sein de territoire.

La contribution des communes d'Oueltana amont au développement local est très modeste surtout en matière d'infrastructure de base qui est nécessaire pour toute autre action de développement. Si nous analysons les actions que les communes menaient pour développer le territoire d'Oueltana amont et la région en général, nous pourrions les juger assez positives, mais la question que nous nous posons, c'est à quel degré ces actions peuvent être durables et rentables pour tous les acteurs de développement? Certainement, la durabilité est liée à la participation des acteurs. Cette dernière est tributaire de la réussite d'une communication stratégique dans tout le processus de développement, c'est ainsi que nous allons consacrer le point qui suit à la participation des acteurs qui peuvent contribuer avec la commune au développement local.

2.2 Perception des acteurs locaux sur les actions des communes d'Oueltana amont en matière de développement

La perception est une faculté biophysique ou le phénomène physio-psychologique et culturel qui relie l'action du vivant aux mondes et à l'environnement par l'intermédiaire des sens physiologiques et des idéologies individuelles ou collectives. Chez l'espèce humaine, la perception est aussi liée aux mécanismes de cognition par l'abstraction inhérente à l'idée et aux notions apprises dans la pensée. (Merleau-ponty, 1976)

Plusieurs philosophes se sont penchés sur le phénomène de la perception. On peut distinguer quatre modes de perception :

- La perception par le sens ;
- La perception par l'expérience
- La perception par le raisonnement déductif
- La perception par l'intuition

La perception par l'expérience est un processus empirique, qui fait aujourd'hui appel à des méthodes expérimentales sophistiquées. Autant les deux premiers types de perception (perception par les sens et par l'expérience) sont individuels, autant le raisonnement, et aussi l'intuition ont des implications collectives : c'est à ce stade que l'intelligence de l'individu, face à une situation, nécessite des communautés que les perceptions des uns et des autres interagissent pour aboutir à une vision structurée d'un ensemble à un moment particulier. En gestion des connaissances, on parle de communautés de pratique. (Merleau-ponty, 1996)

L'évaluation des actions d'une commune doit se faire sur base de plusieurs paramètres. Ce travail consiste d'analyser les perceptions des différents acteurs locaux dans ce cadre. Pour cela, les élus et les associations ont avancés plusieurs points de vue dans ce sens. Concernant les élus enquêtés, 75% pensent que les communes territoriales s'occupent de tout ce qui concerne la réalisation des projets de développement en leurs seins. Un de nos enquêtés illustre bien cette affirmation : « *...les communes ont comme rôle la programmation des pistes rurales, réalisation des projets d'eau potable et l'implication dans tous les projets qui les concerne* » (41 ans, secondaire).

Ce point de vue peut s'expliquer par le fait d'apparition d'une nouvelle génération d'élus de plus en plus jeune et qui ont un niveau d'instruction plus élevé que les années passées. En fait, actuellement les élus locaux ont une vision plus moderne en ce qui concerne le développement locale ; cela peut être appuyé aussi par leur niveau d'instruction moyen et par leur plus jeune âge.

Tandis que pour certain élus, l'action de chaque commune territoriale se limite sur les différentes taches administratives et surtout aux services des citoyens : l'acte de naissance, légalisation, etc. : « *les actions de la commune concernant les services aux citoyens, faciliter la tache à des citoyens et la recherche de partenariat* » (60 ans, primaire)

En analysant les profils des enquêtés qui se sont limités à ce point de vue, on a bien vu que ce sont des élus plus âgés (plus de 60 ans), qui ont le niveau primaire en terme de niveau d'instruction et qui ont déjà fait au moins 2 mandats au sein du conseil communal. Il est donc

évident qu'ils voient les rôles des communes de cette manière parce qu'auparavant les actions des communes se limitaient carrément à ces tâches administratives, et la vision sur la création des projets n'est qu'un phénomène récent à l'échelle des communes.

Les associations ont aussi avancé leur point de vue dans ce sens ; pour les associations les actions des communes se limitent à la réalisation de différents projets répondant aux besoins de la population : « *l'action des communes se juge par le nombre de projet réalisé au sein de ces communes. Si tous les projets répondant aux besoins de la population (eau potable, électrification rural, scolarisation, etc...) se réalisent on peut dire que les communes territoriales font bien leur travail* » a bien révélé un de nos enquêtés

Dans ce même cadre, les enquêtés nous a précisé que pour mieux réussir les actions au sein des communes, il faut une bonne gestion, alors que on parle de gestion, on parle en même temps aussi de la gouvernance. Cette dernière se comprend au niveau de la résolution des problèmes qui subsistent au sein des communes ; et cela se fait par la création de nouveaux projets. Une fois les problèmes de la population bien identifiés, chose qui emmènera à créer de nouveaux projets ; dans ce cas on pourra parler de la bonne gouvernance.

Tous ces constats, nous amènent à dire que les acteurs locaux voient l'action des communes territoriales dans la réalisation des projets répondant aux besoins de la population. Par conséquent, on peut noter que pour mieux assurer le développement territorial, il faut bien connaître les besoins de la population locale, identifier les projets répondant à ces besoins et assurer la réalisation de ces projets. Tel est le rôle principal que doit assurer les communes d'Ouelтана amont.

2.3 La participation des acteurs locaux au développement local d'Ouelтана amont.

Le thème de la participation a largement dominé le champ du développement ces dernières années, on assiste à l'émergence d'une multitude de projets, de méthodes et d'approches, dits participatifs que leurs promoteurs présentent comme une rupture avec les pratiques antérieures, voire comme une véritable révolution scientifique.

Les expériences tirées des projets de développement rural intégré à travers le monde ont montré que l'une des causes fondamentales de leurs faibles performances résidait dans le manque de participation des groupes ou populations. Le postulat de base qui sous-tend l'approche participative est « qu'une plus grande implication des populations à la définition des problèmes locaux, à l'identification des solutions et à leur mise en œuvre contribue à donner plus d'efficacité et de durabilité aux programmes qui en résultent » (Gueye.1999).

La participation est apparue comme une forme de développement qui a pris une place importante dans les options officielles de la plupart des pays. Cette tendance a été surtout renforcée avec le désengagement de l'Etat et l'émergence de la société civile en tant qu'acteur de développement.

Muller et Glode (1992), précisent que la participation se manifeste à travers une demande qui peut aller :

- De la collaboration à la réalisation d'un projet, ou d'un programme, à un processus de responsabilisation politique des groupes jusque là incapables de faire valoir leurs intérêts.

- De l'encouragement des ruraux à collaborer à des programmes déjà planifiés, sans aucune consultation préalable avec les groupes bénéficiaires, à un processus jusque là privé de tout pouvoir, exerce une influence politique et économique.

- D'un but d'amener les populations à s'engager activement dans les projets locaux, afin d'assurer la viabilité car les projets ne peuvent être assistés indéfiniment de l'extérieur, à une initiative facilitant l'émergence d'organisation des populations au niveau local, grâce auxquelles les habitants pauvres sont supposés avoir leur mot à dire dans les efforts de développement local.

MEISTER (1973) distingue cinq formes de participations :

- La participation de fait : cette forme de participation stipule que l'individu participe instinctivement parce qu'il appartient à un système familial, religieux et traditionnel qui l'incite à participer par l'intermédiaire des relations affectives qui caractérisent ce système. Cette forme de participation est alors involontaire et caractéristique des sociétés fortement traditionnelles.

- La participation spontanée : On ne peut qu'elle est de fait ou volontaire. Elle est formes de participation.

- La participation volontaire : Cette forme de participation provient de l'initiative des participants sans recours aux interventions extérieures. Elle émanerait d'un hypothétique passage des sociétés traditionnelles vers les sociétés modernes.

- La participation provoquée : cette forme de participation comme son nom l'indique, est induite et stimulée de l'extérieur par des institutions ou des organismes afin de provoquer l'implication de la population dans tout processus de développement les concernant.

- La participation imposée : Cette forme de participation peut émaner du groupe lui-même ou de l'influence extérieure afin de susciter une forme d'organisation au sein des participants comme par exemple la réglementation de distribution d'eau dans un périmètre irrigué.

Parallèlement à ces résultats de Meister (1973), d'autres ont représenté les formes de participation comme étant les moyens par lesquels on peut susciter la participation de la population. Ces moyens sont : La manipulation ; L'information ; La consultation ; La négociation ; Le partage de risques ; Le partenariat et le self Management.

Le développement économique et social des collectivités locales, est une grande mission que la nouvelle charte leur a confiée. Mais la question que nous nous posons : est-ce que la collectivité seule pourrait-elle aboutir à ce développement sans la participation des autres partenaires et acteurs de développement ? Pour cela, la participation s'avère une obligation et parmi les acteurs du développement au sein de la commune, nous trouvons : les élus locaux, les cadres et les fonctionnaires, la population locale, les entrepreneurs et l'autorité locale. Nous allons donc traiter dans ce point la participation de chaque acteur cité. Saisir les clauses de la participation des acteurs dans les projets de développement ainsi que les autres actions menées par les communes d'Ouelтана amont, permet d'une certaine manière d'avoir un aperçu sur les conditions et le contexte de communication existants entre eux. Ainsi, on pourrait aisément identifier la portée des actions futures de mobilisation et de responsabilisation pour qu'ils puissent enfin suivre le processus de développement territorial.

2.3.1 La participation des élus locaux au développement local d'Ouelтана amont

le rôle des élus est de représenter les citoyens, de défendre les besoins communs de la population, de participer activement au conseil communal, de trouver des solutions en cas de problème et de gérer le bien communal. Mais ce qu'on constate en réalité, c'est qu'une partie des élus locaux ne connaissent même pas leurs tâches à accomplir et cela d'après les autres acteurs interviewés (citoyens, investisseurs, cadres et fonctionnaires de la commune...). De même certains parmi ces élus déclarent qu'il y a des élus qui croient que leur rôle est d'aider la population à achever des pièces administratives, et au sein du conseil ils sont toujours contre chaque décision sans une raison valable.

Nous pourrions expliquer cette fausse représentation sur le rôle de l' élu, par l'analphabétisme chez quelques élus et même chez la population locale, mais il ne faut

pas négliger le remède que pourrait apporter une formation des élus sur leurs rôles en tant que représentant de la population. Pourtant aucune initiative n'est conduite en ce sens.

L'analyse des entretiens effectués nous ont permis de distinguer deux catégories d'élus à Oueltana amont. Ainsi, nous trouvons ceux, qui considèrent la participation comme un devoir à tout un chacun. Cette catégorie est représentée par des élus très actifs au conseil communal, ils assistent toujours aux réunions et font apparaître des initiatives pour les actions de la commune à prendre et à exécuter. Ils défendent l'intérêt commun des citoyens. Ces élus sont très motivés par leur rôle, ils prennent en considération les idées qui émanent de la population locale et ils font des suivis des actions programmées.

Aussi, ces élus ont-ils appel aux cadres et fonctionnaires expérimentés de la commune pour les consulter sur les propositions ou les actions qu'ils mènent. C'est ce que témoignent en tout cas quelques élus que nous avons contactés.

La deuxième catégorie est celle des élus qui croient que la participation des autres acteurs au développement local de la commune n'est pas obligatoire. Pour eux, les autres acteurs du développement tels que les cadres de la commune ne sont pas qualifiés pour participer. De même, ils pensent que la population n'a ni les moyens ni les compétences pour participer à la prise de décisions pendant le conseil. Dans leur conception cette tâche est réservée uniquement aux élus locaux. Par conséquent, cette catégorie des élus ne se concerter pas avec les autres acteurs ni d'ailleurs avec la population.

De notre part, nous estimons que cette perception des élus de la première catégorie sur la participation des autres acteurs s'explique par leur niveau élevé d'instruction. Mais aussi, cela s'explique par leur conviction vis à vis du développement participatif. En effet, ces élus sont convaincus qu'il est difficile pour l' élu de gérer à lui seul les affaires de la commune, et ils ont pris en compte les échecs de quelques expériences non participatives. En outre, parmi ces élus, nous avons trouvé ceux qui n'ont pas un bon niveau intellectuel, ce sont des agriculteurs, mais ils sont très expérimentés et croient au partage du savoir et du savoir-faire.

Par ailleurs, l'autre catégorie des élus est convaincue du développement participatif mais elle ne croit pas à la compétence des autres. Ceci est probablement dû au manque d'encadrement et d'ouverture, cette catégorie reste très liée à l'ancienne époque durant laquelle la décision revenait au conseil communal seul sans prendre en compte l'avis des autres.

Les élus participent activement et effectivement au développement des communes. Certes, cela n'est pas généralisé pour tous les élus, mais la plupart exprime une réelle

motivation quant à la tâche humble qui leur est confiée. En effet, les élus participent à l'identification des besoins, à la planification, à la prise de décision et au suivi.

En revanche, en ce qui concerne le Plan Communal de Développement, le secrétaire général maîtrise les concepts et les objectifs du plan communal de développement du fait qu'il a assisté des réunions organisées par l'ADS. Cette dernière a demandé au conseil communal de l'aider à réaliser leur diagnostic sur le terrain et en contrepartie, il a expliqué l'importance de ce programme pour le développement local de chaque commune.

2.3.2 La Participation des entrepreneurs au développement local, augmente le budget annuel des communes d'Oueltana amont et créait des emplois pour la population.

Les investisseurs présentent le meilleur associé de la commune pour augmenter ses ressources et ses formes de financement des projets mais aussi pour assurer le suivi de la réalisation de ces derniers. De ce fait, la participation des investisseurs au processus du développement local s'avère très essentielle.

Les entretiens que nous avons effectués avec certains entrepreneurs dans le domaine de l'extraction des produits de carrière, sable, etc...) sur notre territoire d'étude, nous ont permis de constater que ces derniers participent activement et effectivement au développement local. Cette participation dépasse la simple consultation mais elle atteint sa concertation.

La participation des investisseurs au développement est indirecte. Elle se manifeste d'abord par les taxes qu'ils paient chaque année, par les emplois qu'ils créent et par le développement du secteur agricole et industriel qu'ils permettent à partir du moment où la plupart ces entrepreneurs investissent dans ces deux secteurs.

Toutefois ce genre d'acteur du développement croit que le développement participatif est la meilleure façon pour assurer la durabilité, mais à condition que les acteurs de ce développement soient responsables. D'autres investisseurs critiquent la manière avec laquelle les communes planifient leurs projets et d'après eux, le problème essentiel réside dans la façon de pensée des élus qui ne sont pas compétents pour gérer seuls le développement de toutes les communes.

Ainsi, un investisseur rapporte que : « si on se concentre sur les dépenses de la commune, on trouvera que la grande part du budget est investie dans des actions qui ne peuvent pas servir les investisseurs », on relève par là un manque de confiance ressenti envers la commune. Dans le même sens, des investisseurs interviewés s'interrogent sur

le vrai rôle de la commune à savoir si celui-ci correspond réellement à ce qu'elle entreprend actuellement? ces investisseurs rajoutent, que le vrai rôle de la commune est d'investir dans des actions durables qui vont être rentables telles que l'infrastructure et non pas la construction des boutiques ou l'aménagement du bâtiment communal. Ce manque de confiance et ces critiques peuvent se solder par une entrave à la collaboration des deux parties.

D'après notre analyse, le rôle participatif que les investisseurs réalisent pour le développement de chaque commune est très important. En considérant leur participation au budget annuel des communes et aussi les emplois qu'ils créent pour la population, les investisseurs ne peuvent que contribuer au développement économique et social des communes d'Oueltana amont..

D'autre part les investisseurs critiquent les stratégies de développement des conseils communaux parce qu'une partie des actions des communes ne peuvent pas les servir directement. On comprend très bien par-là les conflits d'intérêts qui s'interposent entre les deux parties. Il revient donc à chaque commune de notre territoire de mettre en place une stratégie permettant de dépasser ces problèmes. En revanche, un effort de ces investisseurs sur la recherche du partenariat avec la commune n'est pas ressenti à leur niveau. Pour eux, cette responsabilité revient à la commune. Or, il est indispensable pour eux d'avoir une stratégie de communication avec l'extérieur, pour l'image de l'entreprise (communication externe de l'entreprise). Mais ce n'est pas le cas.

2.3.3 les autorités locales apportent une valeur ajoutée unique aux processus de développement.

L'autorité locale, assure la tutelle sur les collectivités locales, elle assiste à toutes les sessions des conseils communaux.

À partir de son rôle, nous pourrions qualifier l'autorité locale d'un principal participant au développement de chaque commune. Malheureusement, nous n'avons pas eu l'occasion de nous entretenir avec les responsables des autorités, mais nous pourrions ainsi analyser la participation de cet acteur de développement du point de vue des élus et du personnel des communes avec lequel nous nous sommes entretenus.

D'après les affirmations des élus, la participation de l'autorité locale au développement se manifeste sous forme d'accord pour n'importe quelle action de la commune. Donc la participation des autorités locales au développement local des communes

est déjà définie par les lois. Ainsi, c'est la concertation qui est le niveau de participation dominant.

A partir de notre analyse nous pouvons déduire que la nouvelle charte communale définit bien le rôle des autorités locales. Mais, nous considérons que ce rôle qui se résume à la prise de décision et à l'exécution est une participation importante même si les autorités locales ne participent pas à la planification. En revanche cette participation peut parfois, contrairement à son objectif, constituer une entrave au développement.

2.3.4 la participation de la population à son propre développement, reste très limitée

Il est certain que la population locale est au cœur du développement d'une commune. En partant du principe que les premiers concernés, les acteurs principaux du développement sont la population locale, on ne peut plus ignorer sa participation.

Ainsi, les autres intervenants (associations, élus locaux, services extérieurs et investisseurs) au développement avec lesquels nous nous sommes entretenus déclarent que la plupart de la population considère la commune comme les autres institutions de l'administration, ils ignorent son vrai rôle.

Au niveau des communes d'Oueltana amont, la participation de la population reste encore très limitée, et à travers nos entretiens principalement avec les services extérieurs (100 % de ces interviewés ont manifesté des critères pour cette catégorisation), nous avons distingué trois catégories.

✓ Premier cas

La première catégorie est celle qui ne saisit même pas le sens de la participation et qui ne croit pas à la participation. D'après plus de la moitié des interviewés, ce type de citoyens de la commune considère que le développement au sein de la commune relève du conseil communal et de ses cadres et fonctionnaires. La population ne doit que juger les résultats du travail du conseil communal pour voter pendant les prochaines élections. De plus, nous avons décelé dans les réponses de certains élus locaux et des membres des différentes délégations que cette catégorie de la population préjuge les élus, et croit que ces derniers ne travaillent que pour leurs intérêts personnels. C'est pour ces raisons qu'elle ne veut pas participer.

✓ Deuxième cas

La deuxième catégorie de la population, est celle qui croit à la participation pour développer la commune, mais elle n'a jamais participé. En premier lieu, elle attribue cela

au manque de moyens surtout financiers et même en matière de compétence humaine. En second, elle ne participe pas par manque de confiance vis-à-vis d'autres participants.

De plus, ces membres de la population locale, restent assez passifs envers les actions participatives. Les interviewés affirment que ceux-là ne sont pas motivés car ils ont pris l'habitude de ne pas participer, et de voir la commune mener les actions sans leur participation.

✓ **Troisième cas**

La troisième catégorie distinguée est celle qui considère la participation une obligation. Elle la pratique dès que le besoin se fait sentir. Les actions auxquelles elle participe sont généralement les réaménagements des pistes déjà construites. C'est avec ses propres matériels qu'elle fait ces réaménagements, et aussi avec l'aide de la commune au cas où le matériel nécessaire dépasse ses moyens. Cette catégorie se constitue surtout des adhérents d'associations et sont prêts à développer leurs communes.

La participation de cette catégorie ne se limite pas à cela. La population se réunit avec son élu chaque fois qu'elle a besoin d'une intervention de la commune surtout en matière d'infrastructure.

Ces membres de la population participent donc par des propositions, mais ils ne partagent pas le droit à la prise de décision.

D'un autre point de vue, la population d'Oueltana amont ne participe pas généralement à n'importe quelle action prise par les conseils communaux,

✓ Les citoyens ne veulent pas participer et ne peuvent pas parce qu'ils ont pris l'habitude de ne pas le faire .

✓ Les agriculteurs de la région n'ont pas été bien encadrés pour s'habituer à partager, ils s'attendent toujours aux interventions de l'Etat en matière de développement , à la lumière des propos tenus par un cadre de la commune : «... les gens de la région ont des moyens pour participer même financièrement, mais ils ne veulent pas le faire car ils pensent qu'ils doivent seulement prendre sans donner... »

Par ailleurs, et selon les fonctionnaires et les cadres des communes interviewés, il s'est avéré que la participation de la population au processus du développement local est souhaitée mais elle reste difficile à réaliser. La majorité des citoyens d'Oueltana amont à une fausse représentation sur le rôle de leurs communes, elle pense que la commune est une administration difficile à affronter. De plus, les fonctionnaires trouvent des problèmes avec

eux du fait qu'ils ont recours d'abord aux élus pour avoir n'importe quelle pièce administrative.

En analysant ce qui a été précité par les différents interviewés, nous pouvons dire que la participation de la population au développement local est fortement souhaitée par les différents intervenants, tandis qu'une minorité l'ignore en tant que nécessité pour le développement.

Actuellement, les participants de la population locale au développement des communes d'Oueltana amont sont minoritaires, cette participation ne dépasse pas des petites tâches à accomplir.

Nous n'avons pas relevé une participation effective et active de la population locale des communes. Elle se résume à un sens de consultation à l'identification des besoins où la prise de décision n'est pas à la portée de la population.

Ceci est dû probablement à la non-responsabilité des intervenants, au manque de confiance en soi et en l'autre, et à l'inconscience de la population vis-à-vis de ses vrais besoins et aux problèmes de développement des communes d'Oueltana amont.

Notre investigation sur terrain nous a montré que les expériences du passé ont influencé les attitudes de la population, et le résultat est la non-participation.

L'un des principaux facteurs du déficit de participation est l'absence d'organisation chez la population. De plus, au niveau d'Oueltana amont nous ne comptons que quelques associations fonctionnelles. En effet, l'absence d'ONGS qui peuvent encadrer et sensibiliser la population est une grande entrave pour la participation.

Un autre facteur qui influence négativement la participation de la population est l'esprit individualiste de la plupart des citoyens des communes d'Oueltana amont. L'intérêt commun reste très loin à atteindre avec ces conditions. Même les associations qui ont été créées ont connu un échec à cause de l'individualisme.

2.3.5 La Participation des associations au développement local souffre de l'absence de coordination et de mauvaise gestion.

Ces associations ont un très grand rôle dans le développement local d'Oueltana amont, leurs actions visent surtout le développement agricole en premier lieu et puis le développement rural en général.

La participation de ces organisations sont sous forme d'actions de renforcement des infrastructures au sein des communes (l'installation des canaux, le creusement des puits, etc.), et l'encadrement des agriculteurs pour améliorer leur production. D'après les

entretiens que nous avons réalisés durant cette étude avec les représentants de ces associations au niveau de notre territoire, nous avons d'abord constaté que la coordination entre ces dernières et les conseils communaux est pratiquement inexistante.

La commission de l'agriculture associe ces deux grands meneurs de développement. Cette commission n'a pour objectif que la résolution des problèmes de l'irrigation pour les agriculteurs. A part cela, le plan des communes d'Oueltana amont dans le développement est indépendant de celui de ces associations.

La collaboration de ces deux entités se manifeste aussi par le soutien technique (conseils techniques) que peut fournir les cadres et les techniciens des communes aux associations en cas de besoin.

Parmi les problèmes qui entravent la réussite des associations, on note la mauvaise gestion ainsi que l'ignorance des adhérents en ce qui concerne la planification, le montage des projets, et le montage de leurs dossiers.

Le secrétaire général de chaque commune déclare que les membres des associations font ces procédures arbitrairement. Ils n'ont reçu aucune formation sur les rôles et le règlement pour la création de n'importe quelle association.

Ajoutons à ceci, le niveau d'instruction des membres qui ne dépasse pas le secondaire, et ils aggravent la situation par la non ponctualité et le fait de placer les liens familiaux au-dessus de leurs objectifs.

Afin de dépasser ces entraves, le gouvernement a réalisé des ateliers pour l'appui et le renforcement des capacités des associations. Mais le problème qui se pose toujours est le désintéressement et la non-responsabilité de ces acteurs matérialisé par le fait que dans la commune de sidi Boukhalif, le secrétaire général était le seul présent de la commune dans cette activité.

De notre part, nous considérons que le rôle participatif de l'association au développement des communes d'Oueltana amont peut être atteint seulement au cas où les conflits entre les agriculteurs et l'association, seront dépassés. Ce problème ne peut être résolu que par le biais des communes puisque les élus représentent d'abord les agriculteurs et c'est à eux de négocier et de trouver une solution en coordination avec les représentants de l'association. De plus, les problèmes liés à l'échec des associations mettent en évidence la nécessité d'un plan de formation et d'accompagnement de ces dernières.

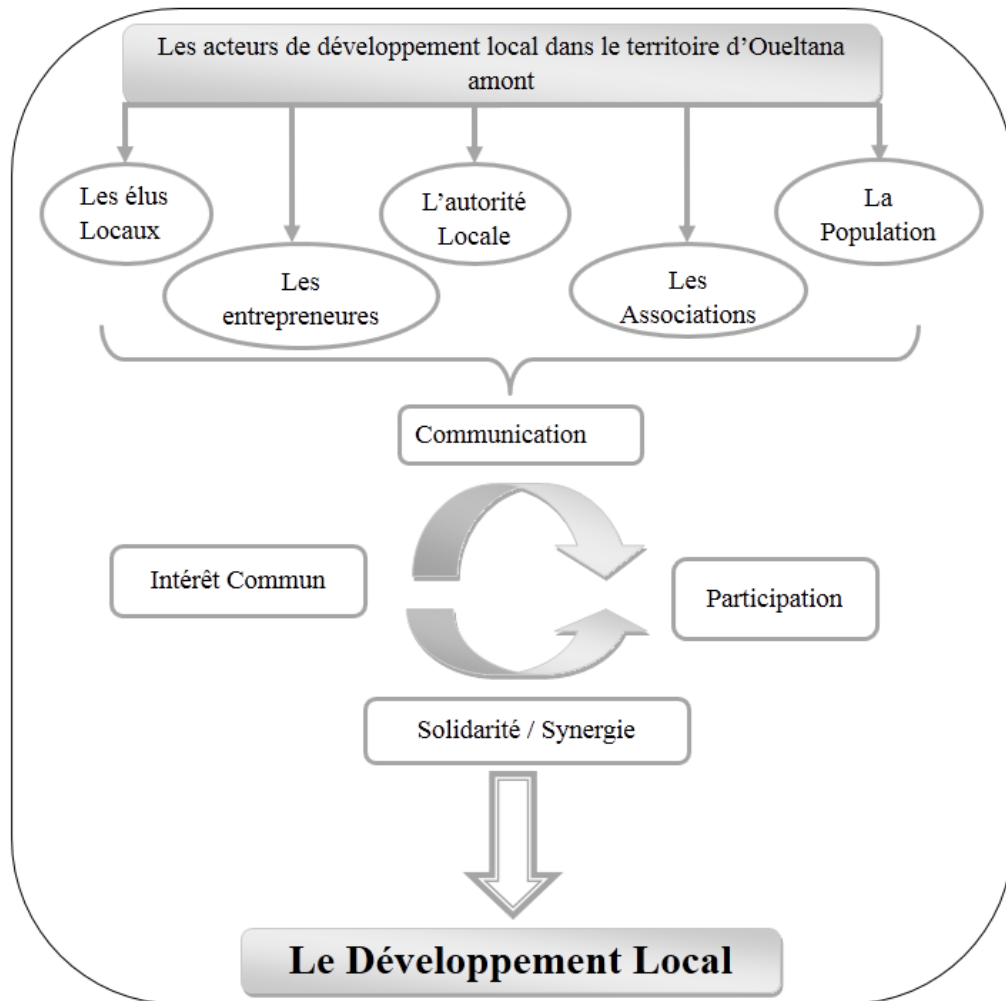


Figure 34 : l’organigramme montre la multiplicité des acteurs dans le territoire d’Oueltana amont. Ainsi, il n’y aurait jamais de participation sans qu’il y ait une organisation qui serait responsable de la gestion, de l’entretien, de la durabilité et la reproduction des réalisations d’un projet.

Face aux multiples obstacles rencontrés dans l’exécution des projets et programmes de développement, à la multiplicité des acteurs et fin de mener à bien un projet collectif, il est nécessaire de disposer d’une vision stratégique claire et partagée par l’ensemble des partenaires. Les intérêts et enjeux de chacun doivent être pris en compte. Le partage et la connaissance mutuelle des acteurs ainsi que de leurs différentes cultures sont des conditions incontournables à la réussite des projets. L’humain est à intégrer, ainsi que toutes les contraintes administratives, juridiques et financières pouvant entraver la bonne marche de la réalisation des actions. Lorsqu’un projet présente un caractère innovant, les craintes liées à la prise de risque collective doivent être dépassées.

Une synergie entre collectivités locales et autres acteurs du territoire permet de gagner en crédibilité et de dépasser collectivement les bénéfices tirés d'une réalisation individuelle des projets, dans l'objectif de produire un bénéfice pour la société.

Nous pensons que, pour une bonne synergie au sein des (futurs) projets et programmes de développement, il est important de prendre les dispositions le plus tôt possible, donc depuis la phase de l'élaboration. En ce moment, tous les acteurs se réunissent pour définir tous les aspects nécessaires à la mise en place d'une synergie efficace ainsi que les rôles de chacun et les modes de partenariats possibles. Les projets naissants seront alors greffés au programme principal par les partenariats possibles sur des activités similaires à celles des projets existants. Toutefois, pour une amélioration de la synergie au sein de notre territoire, nous proposons le renforcement du mécanisme de concertation et de partenariat avec l'ensemble des agences de mise en œuvre sur les différents projets et leurs contenus (cette concertation passera par des rencontres de partages, des réunions et ateliers d'échanges sur les points de similitudes entre les projets ayant des cibles identiques) et une meilleure vulgarisation des procédures et des rôles prédéfinis.

En dépit des budgets importants consacrés aux projets, le discours théorique sur le développement participatif a eu peu d'impact sur le terrain. Ce discours est utilisé à diverses fins par les acteurs du développement, cela pose la problématique de la portée réelle de la participation et ses limites.

De ce fait, la participation exige de ne pas se limiter à l'adoption indifférente des nouvelles procédures et méthodologies, mais consiste également et surtout à reconnaître « que ceux qui étaient des cibles des politiques de développement, doivent désormais devenir des sujets de leur propre développement » Blackiiurn (1998) cité par Gueye (1999).

2.4 Les limites de développement territorial des communes d'Oueltana amont.

Durant notre étude, et en entretenant avec les principaux acteurs de développement, nous avons pu dégager d'importantes contraintes qui ont pour conséquence la décélération du processus de développement mené par les communes d'Oueltana amont. Ces limites sont principalement de deux ordres, nous allons essayer de les montrer par la suite.

2.4.1 Limite financière.

D'après les élus enquêtés l'insuffisance des ressources financières est la contrainte

majeure qui entrave le développement de chaque commune d'Ouelтана amont : « *L'insuffisance du budget communal constitue une grande contrainte dans la réalisation des projets au sein de la commune* » De ce fait, les conseils communaux n'ont pas procédé à une stratégie pour augmenter et assurer la durabilité de leurs ressources financières. Les enquêtes nous ont montré que la TVA (Taxe sur les Valeurs ajoutées) constitue la seule ressource financière dont disposent.

Les conseils communaux actuellement. En fait, la TVA ne suffit pas à elle seule pour assurer la réalisation des multitudes des projets au sein des communes. Par ailleurs, pour mener plus d'action dans leurs territoires, les communes d'Ouelтана amont doivent chercher de nouvelles ressources financières bien que les élus sont satisfaits du fait que les communes sont sur la bonne voie en matière de développement.

2.4.2 Limite lié aux procédures administratives

En plus de leurs contraintes liées à l'insuffisance des budgets communaux, les enquêtés ont beaucoup parlé aussi de la complexité des procédures administratives pour les projets qui doivent être réalisés au sein de leurs communes. Un des enquêtés a révélé : « La signature des conventions avec les partenaires prend trop de temps » Les enquêtes ont pu ressortir que la plupart des projets restent toujours en cours de réalisation vu le retard et la complexité des procédures administratives. En effet, la signature des conventions avec les différentes institutions à savoir les deux ministères (le Ministère de l'Équipement et le Ministère de l'Intérieur), les partenaires, les associations prennent trop de temps ; ce qui empêche la réalisation de la majorité de ces projets.

On doit ajouter aussi que les institutions étatiques sont trop exigeantes en termes de procédure. Avant de réaliser un projet, les communes doivent avoir l'accord du Conseil Provincial d'Azilal, du Conseil Régional de bēni Mellal khenifra et des différents ministères de tutelle, selon la nature des projets ; cela empêche les projets dans leur réalisation, non seulement à cause du temps perdu lors de l'attente de leur accord, mais aussi à cause de la complexité des dossiers à fournir pour l'obtention de cet accord.

Pour cela les institutions étatiques doivent au moins faciliter au maximum possible la tâche des conseils communaux dans la réalisation de leurs projets ; mais aussi les communes doivent renforcer leurs accords avec les autres partenaires afin que ces derniers fassent leur travail correctement.

Conclusion

Pour conclure ce chapitre consacré à l'évaluation des projets visant le développement des communes et la participation des acteurs avec celles-ci au développement local, nous déduisons que les infrastructures de base demeurent dans la plupart du temps parmi les principales priorités de la population locale ainsi que la participation des élus peut être considérée effective et active. Cette participation est volontaire, mais le problème rencontré c'est que cette participation n'est pas généralisée sur tous les élus. A la différence des autres acteurs de développement, seuls les élus peuvent participer à la prise de décision.

D'autre part, la participation des citoyens à leur propre développement, reste très faible, cela s'explique d'abord par l'absence d'une volonté chez cette catégorie des acteurs de développement, au manque de confiance et à l'analphabétisme très élevé de la population.

Les cadres et les fonctionnaires ne participent pas tous au processus de développement des communes d'Oueltana amont, ceci est peut être dû à la non-qualification de ce personnel, l'insuffisance de la prise de conscience et au phénomène de bureaucratie qui a influencé quelques-uns de ce personnel. Les investisseurs remplissent leurs tâches en tant que participants au développement local d'après ce que nous avons eu comme résultat de l'analyse de nos entretiens effectués.

Les autorités locales participent au développement des communes d'Oueltana amont selon la loi qui organise le fonctionnement de ces communes. Les associations ont un grand rôle dans le développement rural de chaque commune, mais la plupart des actions qu'elles mènent dans ce sens, sont prises par elles-mêmes et sans coopération ou partenariat avec les conseils communaux.

En outre, l'analyse de la contribution des communes d'oueltana amont dans le développement local démontre le rôle central que ces dernières occupent dans leurs territoires. Néanmoins, leurs tâches sont difficiles quand leurs préoccupations sont multiples et variées. En effet, les interventions de chaque commune vont des infrastructures de base notamment le réseau routier, l'électrification, l'eau potable et l'assainissement, à la scolarisation, la santé, l'agriculture. De ce fait, la commune est indubitablement l'organe directeur du développement local et par conséquent la responsabilité lui revient de se charger de la stratégie de communication pour instaurer le partenariat et la mobilisation des autres acteurs.

La commune a du mal à se soustraire de l'image d'institution coercitive étatique qu'elle a aux yeux de la population locale. Cet état de fait combiné aux rapports assez lointains avec les acteurs locaux reconforte l'idée selon laquelle une stratégie de communication est

inéluable pour arriver aux objectifs de travailler en commun pour le développement local. Fort heureusement, une majorité de ces élus est consciente de cette nécessité. Celle-ci travaille beaucoup avec les cadres et les associations, tient compte des avis de la population et est apte à faire participer les autres.

La collaboration des communes avec les acteurs locaux est possible dans la mesure où les résultats de nos entretiens ont montré une reconnaissance de l'importance des uns et des autres par eux-mêmes. Les acteurs locaux en l'occurrence les investisseurs privés et les cadres de la commune reconnaissent la nécessité de collaborer avec la commune qui n'hésite pas à prendre en considération leur expertise. Par contre, l'autorité locale a des ingérences plus importantes parce qu'elle prend part à la décision ne serait-ce qu'une concertation formelle avant l'exécution de tout projet. En outre, les associations et les coopératives ont une collaboration restreinte avec la commune. Ces dernières nécessitent un renforcement de capacité et un accompagnement qui sont pris en charge par autre institution, mais souvent avec une moindre collaboration des communes.

La commune en général étant en majeure partie responsable de la planification communale, il est de son devoir de mettre en place un plan de communication soutenant toutes les actions menées. En effet, les manques relevés en matière de communication telle que la formation des élus, de la population et des associations et la mise à disposition permanente de l'information peuvent être à la base des insuffisances ralentissant la participation des acteurs et la convergence des institutions. Pourtant, les actions de formations de l'ADS aux acteurs locaux devraient réduire ces manques. Mais, il faut noter aussi que les élus locaux formés pour accompagner les PCD, ne sont plus dans les conseils communaux après les dernières élections. Par conséquent, les lacunes au niveau communal sont encore plus accentuées. Il est donc impératif dans les étapes suivantes de formations de reconsidérer les nouveaux membres.

Les résultats obtenus nous ont décidés d'affirmer la deuxième hypothèse de la problématique, qui suppose que, « ***la création de synergie entre les acteurs locaux d'Ouelтана amont est un moteur de mobilisation des ressources territoriales*** »

La mise en œuvre du développement local à se fait alors à partir de la mobilisation des ressources et par la participation de toutes les énergies humaines qui forment la collectivité. Ces ressources locales peuvent donc être mobilisées en vue d'une réflexion et d'un travail commun. Teisserenc distingue d'ailleurs deux tendances à la mobilisation des acteurs :

« *Une première forme de mobilisation initiée habituellement par les pouvoirs publics locaux prend appui sur la mise en place de dispositifs de concertation ou de participation*

adaptés. La seconde forme de mobilisation prend appui sur les réactions individuelles (...) ou collectives (...) des populations qui se soulèvent pour lutter contre les méfaits d'un développement imposé par le haut faisant fi des attentes des populations concernées (...)» (Teisserenc,2006)

Un processus participatif est le fait de mobiliser des acteurs et de les faire participer à toutes ou à certains projets. Cette mobilisation et cette participation sont théoriquement réalisables, mais présentent de nombreux défis lors de la mise en place d'une initiative locale de développement local de type participatif. Plusieurs auteurs, dont Bessette, spécialiste de la communication participative, et Van den Hove, experte des approches participatives, se sont intéressés à ces processus et aux défis qu'ils représentent. Tout d'abord, selon Van den Hove (2000), un processus participatif doit " *susciter un véritable dialogue, qui provoque une création de sens* ". Pour ce faire, les acteurs qui y participent doivent connaître non seulement les enjeux et les problématiques qui existent sur leur territoire, mais doivent également comprendre la démarche communicationnelle dans laquelle ils s'impliquent. Cela suppose une phase d'information (diffusion, sensibilisation et formation) qui renforcera les capacités des acteurs et facilitera le dialogue. Celui-ci risque alors davantage de mener le processus à une prise de décisions représentatives des intérêts des différents acteurs. (Savard,2010)

En regard des projets évalués dans notre territoire d'étude, nul ne peut douter de l'importance que jouent les acteurs impliqués dans les processus participatifs de développement local d'Oueltana amont. C'est la mobilisation et la participation de ces acteurs multiples qui engendrent des synergies puissantes autour d'un développement réfléchi et désiré collectivement, d'un développement équilibré et viable, bref, d'un développement durable. La mobilisation des acteurs est donc une considération primordiale qui mérite d'être à la conscience et stratégie de tous les décideurs.

Le travail en partenariat et en réseau suppose « *un système de relations entre différents acteurs, basé sur système de confiance et de connaissance mutuelle, de réciprocité et de priorité. ... ce sont des structures formelles et informelles qui relient les acteurs, les renforcent, les rapprochent les uns des autres et en créant entre eux une complicité grâce à laquelle ils sont beaucoup plus fort que s'ils étaient isolés* » (Maillat,1995)

La participation est donc un processus de longue haleine qui nécessite des efforts considérables de la part des développeurs et des populations cibles. Elle admet de ce fait des limites objectives qui sont de nature à empêcher ou retarder la réalisation des objectifs escomptes. Ces limites sont soit d'ordre moral (conscientisation), structurel (coordination,

décentralisation, déconcentration), sociopolitique (exclusion) ou budgétaire (restrictions financières).

Pour conclure, nous pouvons dire que la participation des communes d'Oueltana amont et les acteurs locaux au développement de leurs territoires est assez modeste, elle concerne le volet social qu'économique. Les communes doivent bénéficier des ressources naturelles dont elles disposent pour enrichir leurs recettes. Pour cette raison, l'objectif de chapitre suivant est répondre à la deuxième question de notre recherche : **Quelles sont les modalités susceptibles de déclencher un processus adéquat et efficient des ressources territoriales à Oueltana amont ?**

CHAPITRE TROISIEME :
ÉTUDE DES OFFRES
TERRITORIALES DES SECTEURS
LES PLUS COMPETITIFS DANS
LE TERRITOIRE D'OUELTANA
AMONT

Introduction

Le début des années 80 avait connu l'émergence d'un nouveau courant de pensée dénommée « l'école de la proximité ». Elle se situe à la croisée des chemins entre l'économie industrielle et l'économie spatiale (Talbot,2009). Dans ses modes d'analyse, ce courant prend en considération l'importance de l'espace géographique comme support des interactions qui sont « *situées dans le temps et l'espace et sont donc, à ce titre, façonnées par cette mise en situation. La localisation dans l'espace géographique et dans l'espace social des acteurs est un facteur explicatif de leurs comportements stratégiques et routiniers.*»(Talbot, 2009). Il paraît que la dimension spatiale via l'ancrage territorial se situe au centre des intérêts de ce courant puisqu'il vise à dépasser la conception qui considère l'espace comme simple support des activités économiques et sociales. Il l'a, au contraire, complété et enrichi en favorisant la lecture de cet espace en matière des interactions et des coordinations des acteurs qui s'engagent dans la construction du territoire, qui est à son tour fruit d'une action collective mobilisant à la fois la proximité géographique et la proximité organisationnelle. La proximité comme condition sine qua non pour la mobilisation des ressources, un des piliers majeurs de la construction territoriale. (El bakkari et al,2018)

Nombreuses sont les tendances qui ont réorienté le centre d'intérêt vers le territoire comme nouveau paradigme de développement (les Systèmes Productifs locaux SPL, les Clusters, les Milieux Innovateurs MI, et l'Ecole de Proximité). Ainsi, le territoire devient la figure de proue dans les politiques publics de développement local. C'est suite à ces bouleversements que le local commence à émerger et à s'inscrire sur la scène tout en imposant ses atouts, ses potentialités et ses spécificités. En d'autre terme, le local voit se présenter l'occasion de se repositionner tout en permettant à ses acteurs de se mobiliser autour des ressources locales qui sont à la base de leurs identités et celle de leur territoire. Cette mobilisation représente en effet l'un des moteurs susceptibles d'accroître l'attractivité de notre territoire.

Le tourisme est un phénomène « *nouveau qui n'a vraiment émergé dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Dans les pays développés voyager et découvrir de nouveaux horizons sont des besoins essentiels au même titre que se loger ou se nourrir. La pratique du tourisme s'est considérablement étendue sous l'effet combiné de l'extension du temps de loisir et de la révolution des transports qui a rendu le déplacement plus facile. Le tourisme est un secteur florissant. Il est l'une des plus grandes industries au*

monde et dans de nombreuses régions, il représente une source importante d'investissement et d'emploi.». (Harouat, 2012).

Le tourisme de montagne est un produit nouveau parmi les autres produits touristiques marocains; il contribue effectivement au développement socioéconomique des régions montagneuses en donnant lieu a un certain nombre d'avantages tels que ; la création d'emploi, la stabilisation de la population rurale, et la préservation du patrimoine naturel et culturel de la montagne.

Néanmoins, ce n'est qu'à partir du millier du 20 ème siècle que le tourisme de montagne au Maroc a commencé à s'épanouir, il connaît beaucoup de contraintes. Cependant, il est nécessité de nombreux efforts pour bien le positionner et le commercialiser au sein d'autres marchés internationaux, dans l'objectif de mettre en valeur certaines régions qui disposent d'un potentiel touristique et nature exceptionnel.

Dans ce contexte, le territoire d'Oueltana amont se prête bien à être le champ d'une activité touristique liée à la Montagne, vu son relief, son climat, ses sommets qui dépassent les 1000 m et son patrimoine humain et paysager riche en histoire et en légendes.

Ce chapitre est essentiellement consacré à l'analyse des offres territoriales les plus compétitives dans le territoire d'Oueltana amont, notamment l'offre touristique et agricole. Il s'agit de présenter une description détaillée des telles offres ainsi que leurs analyses SWOT, dans l'optique d'identifier les axes de leur développement et de leur promotion à mener par les collectivités territoriales en collaboration avec les autres acteurs du développement local dans un chapitre suivant.

3.1L'offre touristique.

L'offre touristique peut être définie comme « l'ensemble des services et des biens finals proposés par le secteur touristique aux consommateurs à un prix donné pour satisfaire leurs besoins. Elle se mesure en termes de capacité d'équipement, d'hébergement et de transport touristiques. Leurs importances, leur qualité, leur adaptation à la demande conditionnent la formation et la croissance des flux touristiques ». (Harouat, 2012)

L'offre touristique d'une destination, à savoir que se soit un pays, une région ou une localité, est toujours composé d'un large éventail d'éléments, plus ou moins diverses. La diversité des éléments qui la constituent dépend du degré d'intégration atteint dans le développement et le potentiel offert par la destination. (Cunha. 2003)

Cependant, dans tous les cas, toute destination doit avoir une offre composée d'un minimum de composantes sans lesquelles il ne pourra pas satisfaire la demande.

Les principales composantes de l'offre touristique sont les ressources touristiques et les infrastructures. Les ressources touristiques (naturelles ou créés par l'homme) sont une composante fondamentale de l'offre. Les éléments de base inclus dans cette catégorie sont, d'un côté, le climat, la flore et la faune, le paysage, les plages et les montagnes qui s'incluent dans les ressources naturelles et d'autre part, l'art, l'histoire, les monuments, parcs thématiques, qui comprennent les ressources créées par l'homme.

Les infrastructures sont fondamentales pour le succès et l'équilibre du développement du tourisme mais cela exige des investissements importants. *« Les superstructures sont formées par des équipements qui répondent directement aux besoins de la demande touristique, tels qu'hébergements, restaurants, loisirs et amusements, commerces, entre autres. Elles constituent la composante commerciale de l'offre touristique. L'accessibilité et les transports sont composés par des voies d'accès ainsi que les moyens de transport et de son organisation. L'hospitalité et l'hôte, l'esprit d'hospitalité, courtoisie, respect, et le désir de servir, ainsi que l'atmosphère, la propreté, l'information et les conditions créées pour accueillir les visiteurs, sont une composante importante de la demande touristique »* (Mota.2016)

En effet, le concept et les formes du tourisme ont changé, et les motivations de touristes à l'heure actuelle tendent vers un tourisme de nature, un tourisme vert qui leur permet de sortir de leur quotidien dans les espaces citadines stressants, de découvrir l'exotisme et de savourer l'odeur de l'authenticité. C'est ainsi que le tourisme de montagne a vu le jour, et il a connu un essor croissant à partir des années soixante en Europe et en Amérique.

Le territoire d'Oueltana amont est caractérisé par la richesse, la diversité et la spécificité patrimoniale de ses ressources naturelles, paysagères et culturelles, qui pourraient constituer un puissant levier pour le développement économique et social de la région. Certainement, notre zone d'étude offre une intéressante niche de développement de multiples activités touristiques rurales. La variété des patrimoines naturels aussi bien que culturels et leurs complémentarité peuvent constituer des avantages absolus, matériels et immatériels.

3.2 Identification de l'offre touristique du territoire d'Oueltana amont

L'analyse des potentialités du territoire d'Oueltana Amont, a montré qu'elle possède de multiples atouts, de grande valeur (le site d'intérêt biologique et écologique (SIBE) du pont naturel d'Iminifri, le site des traces de dinosaures d'Iwariden, un patrimoine paysager, et un patrimoine culturel (Moussems, patrimoine bâti, tissage, poterie...etc.). La zone d'étude jouit une offre touristique très diversifiée, ce qui rend cette zone un marché du tourisme rural par excellence.

3.2.1 Le Géosystème karstique d'Iminifri

Le Géosystème d'Iminifri est une curiosité naturelle et karstique située dans la commune de Tifni. Ce pont naturel est un site d'attrait touristique mais aussi scientifique, par son caractère exceptionnel, conféré notamment par l'arche créée par les formations travertineuses. Il fait partie des sites sélectionnés par Géoparc du M'Goun.



Planche photo 9 : Ce pont naturel (photo 14 et 15), est un site d'attrait touristique mais aussi scientifique, par son caractère exceptionnel, conféré notamment par l'arche créée par les formations travertineuses. Il fait partie des sites sélectionnés par Géoparc du M'Goun

L'oued Tissilt, « *torrent tumultueux en période de crue, a creusé de profondes entrailles dans les formations du Jurassique inférieur jusqu'aux formations salines du Trias. Beaucoup plus tard, probablement au cours de la période du Pliocène, les sources d'eau douce et les nombreuses cascades ont formé des dépôts de travertins tellement importants qu'ils ont pu unir les deux rives de l'oued Tissilt, constituant ainsi une magnifique arche d'une hauteur de 30 mètres* ». (REBOUILA,1983).

Le site du pont naturel d'Iminifri est classé au niveau de la direction du patrimoine par Arrêté viziriel du 19 mars 1949 et retenu comme Site d'Intérêt biologique et écologique (SIBE). Le SIBE d'Iminifri fait partie de la forêt d'Aghori d'une superficie de 2 500 ha, constituée essentiellement de peuplements de Pin d'Alep en mélange avec le chêne vert et le thuya. Il est le lieu d'une importante biodiversité faunistique et floristique regroupant

notamment des espèces endémiques, telles que l'euphorbe résinifère. L'inventaire de la biodiversité végétale du SIBE a permis de recenser 172 espèces, mais on peut l'estimer à 200 espèces. Il s'agit d'un site important pour l'avifaune puisqu'il tient lieu d'espace de nidification ou de dortoir nidification pour certaines espèces. (Duponcheel et al. 2009)

Selon l'inventaire de la biodiversité du SIBE d'Iminifri fait par l'Association des Amis du Muséum d'Histoire Naturelle de Marrakech (AAMHNM), a permis de recenser 172 espèces végétales, organisées en 57 familles et 136 genres différents. La Famille des Astéracées comprend le plus grand nombre de genres et d'espèces (respectivement 22 et 29), suivie des Poacées (15 espèces et 10 genres) ; des Fabacées (14 espèces et 14 genres) ; les Brassicacées (10 espèces et 9 genres) ; les Lamiacées (10 espèces et 7 genres) ; les Apiacées (6 espèces et 5 genres). Ces six familles représentent à elles seules 50% de la richesse floristique du SIBE. Les autres familles sont représentées avec moins de 4 espèces ; 29 familles ne sont présentes qu'avec une seule espèce chacune (AAMHNM, 2006)

L'estimation de la fréquentation donnée par l'association AESVT de Demnate est de 200 à 300 visiteurs par jour avec un pic en été de 500 à 600 visiteurs étrangers et marocains confondus par jour. L'estimation donnée par la mairie de Tifni (Iminifri) est de 50 000 à 60 000 visiteurs par an, soit 137 à 160 visiteurs par jour. Selon la mairie de Tifni (Iminifri), 90% des touristes viennent pour les sites et quelques-uns pour des circuits de randonnée (depuis Ouarzazate, traversée du Haut Atlas depuis Marrakech et vers la vallée d'Aït bougmaz).

3.2.1.1 Le pont naturel d'Iminifri, fragilité d'aménagement et manque de gestion.

Depuis 2006, l'autorité provinciale a construit des escaliers et des parapets de protection pour limiter les accidents et atténuer la dégradation de site. Toutefois, on constate l'absence totale d'entretien des aménagements. A titre d'exemple, une partie de mur de protection est détruite depuis 2013 jusqu'à nos jours 12/06/2018 dans l'absence totale de suivi et de reconstruction. Ainsi on observe que les murets de soutènement ne sont pas assez nombreux ni efficaces, la végétation sur les parois étant insuffisante pour retenir le sol entraîné par l'eau. L'aménagement de ces escaliers n'est pas suffisant pour pallier à l'érosion des parois du canyon. On observe alors une accumulation de terre dans ces escaliers, peu esthétique, pouvant présenter un danger pour les promeneurs et nécessitant un curage régulier des escaliers.

Le site touristique d'Iminifri est menacé chaque jour par le surpâturage, ce qui conduit d'une part à l'érosion et la chute de débris (les caprins escaladent les parois pour se nourrir) et d'autre part, il participe à la distorsion du paysage.

Pour la découverte sous le pont d'Iminifri, le promeneur suit un sentier accessible à partir du bas des escaliers. Il nécessite la traversée de l'oued, avec peu d'aménagements spécifiques. Très peu visible, sa présence n'est pas indiquée. Il est cependant, le seul moyen d'accès au point de vue sur la « Porte de l'Afrique »

Le sentier sous le pont est un chemin en terre non aménagé : excepté à certains endroits où des « marches » ont été creusées dans le sol. Il représente un danger pour les personnes à cause de l'absence de mur de protection et pour passer il faut se tenir aux parois. De plus, ce sentier n'est pas forcément accessible à tout le monde, mais il n'y a aucune information là dessus. Le site abrite une faune sauvage spécifique (espèces vivant sous le pont) pour laquelle la fréquentation humaine représente un dérangement important. Pourtant, aucun panneau n'indique cette présence.

On constate le long de la descente des escaliers que l'implantation de campements abusifs sur le site est en cours, ce qui peut engendrer à moyen et long terme une dégradation de l'environnement du site (dégradation visuelle, perte de l'aspect naturel, accentuation de l'érosion, impact sur la faune et la flore...), ainsi que des conflits d'usage et de propriété.

Le site est riche de nombreux éléments. Cependant, beaucoup de ces derniers sont dissimulés en son sein. Il est nécessaire d'attirer l'attention du visiteur sur certains éléments afin de lui faire découvrir la richesse du lieu. De plus, le visiteur est demandeur d'informations lui permettant de comprendre le lieu, de l'inclure dans un contexte. D'autre part, il paraît nécessaire, afin de développer l'économie locale, que le touriste soit informé sur place de la présence de points de restauration, de vente ou d'hébergements (gîtes) à proximité. Pour cela, l'information doit être rassemblée en un endroit stratégique, et clairement localisée et/ou fléchée. Enfin, le visiteur doit être averti de certains dangers auxquels il peut être exposé en pénétrant au sein du site.

Le tourisme est une activité qui tend à se développer sur le territoire du pont naturel d'Iminifri, notamment par la promotion qui est faite via la labellisation du Géoparc du M'Goun. Il serait intéressant de profiter de cet engouement pour développer des activités autour du tourisme, afin d'augmenter les ressources de la population locale.

L'offre de restauration et d'hébergement actuelle, sur le site d'Iminifri ou à proximité, serait à diversifier et à densifier, afin de permettre aux touristes de rester plus longtemps dans la région proche du site et ainsi favoriser les apports financiers directs à la population. De plus, cette offre devra être suffisamment diffusée pour une meilleure promotion, et ainsi attirer des clients.

Pour favoriser des séjours plus longs (supérieurs à une nuit) et ainsi faire rester les touristes sur ce territoire, il faudrait développer des activités annexes aux sites touristiques. Ces activités devront être respectueuses de l'environnement afin de ne pas dégrader la richesse des sites actuels, et pourraient s'inscrire dans un tourisme responsable. De plus, il pourrait être envisagé de promouvoir et développer des activités basées sur les ressources et savoir-faire local, telles que l'artisanat, la cuisine, la culture et les plantes médicinales. Pour cela, une filière de production durable du type commerce équitable pourrait être mise en place, et/ou la vente des produits locaux à proximité des sites touristiques : par exemple, la vente de poteries provenant du village des potiers de Boughrart proche de Demnate sur le site du pont d'Iminifri.

Le site d'Iminifri est peu connu des touristes : en effet, la plupart des touristes viennent dans la région pour voir les Cascades d'Ouzoud (site qui leur a été recommandé par des guides ou des gérants d'hôtels des grandes villes touristiques les plus proches, Marrakech essentiellement), mais ignorent l'existence du pont naturel d'Iminifri. Le site est également visité par des Marocains, de Marrakech notamment, ou de Demnate. C'est un site qu'ils apprécient pour des promenades à la journée autour de l'édifice du pont.

Le pont naturel d'Iminifri se trouve à la limite du territoire de la ville de Demnate et la commune de Tifni, à laquelle il est rattaché administrativement. Cette situation d'appartenance est la cause principale du retard d'aménagement et d'attractivité de ce potentiel touristique, la commune rurale de Tifni n'a investi pas dans l'aménagement de pont d'Iminifri car la ville de Demnate affirme ses droits d'avoir les retombées des touristes, et vice versa, une situation de crise qu'il faut régler pour sauver ce patrimoine naturel de tout risque.



Photo 16 : escalier en béton défigure le paysage



Photo 17 : aménagement d'escaliers vers une zone de compement.

3.2.2 Le Géosite des traces de dinosaures d'Iwariden

Le gisement de traces de dinosaures d'Iwariden se situe à une dizaine de kilomètres au Nord-Est de la ville de Demnate, sur la commune de Sidi Boukhalf.

Le site est constitué de traces de sauropodes quadrupèdes herbivores et de traces de théropodestridentes bipèdes carnivores. Découvert en 1937, le gisement est actuellement soumis aux dégradations dutemps, accentuées par le climat et l'absence quasi-totale de végétation au sol, ce qui se traduit par une forteérosion notamment lors d'épisodes pluvieux souvent intenses et pose de réels problèmes de conservation dece patrimoine. (Gandini,1978)

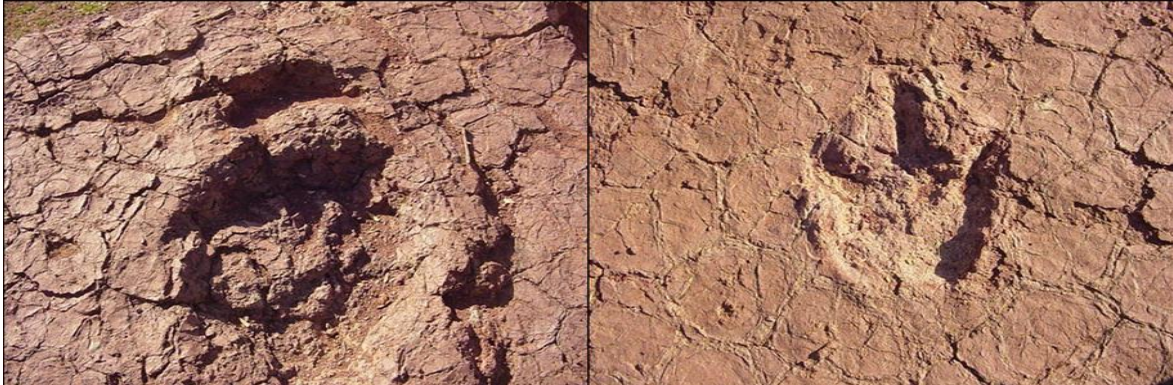


Photo 18 : des empreintes dinosauriens sont localisées dans les argiles rouges à figures de dessiccation, ce qui indique un environnement continental de type lagunaire ou sebkhaïque à émerision temporaire.

Le site se trouve dans une cuvette constituée de sédiments détritiques rouges appelés « GrèsGuettioa » ou couches rouges du Dogger. Les empreintes sont localisées dans des argiles rouges à fissuresde dessiccations où sont emprisonnés des grains de pollens, ce qui prouve l'existence d'un environnementcontinental de type lagunaire ou sebkhaïque à émerision temporaire. En effet, pendant cette période (Bathonien Callovien : 170 millions d'années environ Jurassique Moyen), le Haut Atlas central d'Azilal était un golfmarin ouvert au Nord Est sur le domaine Téthysien et bordé au Sud Est par des plaines littorales inondées temporairement par la mer et parcourues par des fleuves chenalisés et anastomosés, ceci a contribué à laformation de dépôts détritiques rouges des cuvettes synclinales actuelles.(Roch, 1939).

La région d'Iouariden comprend trois importants sites de cheminement d'empreintes de dinosaures :

- ✓ Iroutlane-Iwariden
- ✓ Aït Mimoun Ufella
- ✓ Jebel Bruna

Il y a trois sortes de traces représentées par plusieurs formes. « *Les traces ovales et grandes sont celles d'un grand dinosaure herbivore très lourd qui porte le nom scientifique de Bréviparopus taghbaloutensis, le genre est Bréviparopus, l'espèce est Taghbaloutensis; ce*

dernier nom vient du petit hameau qui abrite ces traces. Il s'appelle Taghbaloute qui signifie en tamazight, la source. L'autre dinosaure est un tridactyles (trois doigts), ses traces ressemblent à des pattes d'oiseau; il est carnivore ». (Gandini,1978)

L'accès au site des traces de dinosaures est un peu difficile. En effet, même si la route jusqu'à Iminifri est bonne, elle devient « chaotique » à partir du pont naturel. Ceci contribue grandement à l'enclavement du site, et limite son potentiel attractif. De plus, cet enclavement participe en grande partie à la pauvreté des habitants.

3.2.2.1 Les traces de dinosaures, un patrimoine en dégradation à cause de facteurs humains et naturels

Le site des traces des pas de dinosaures d'Iwariden est marqué par un vide, aucune intervention n'a été réalisée. La succession de dalles d'argiles à fissures de dessiccation renvoie une impression de sol brisé, assez chaotique.

Les traces de dinosaures, de par leur nature, sont sujettes à l'influence du climat depuis des milliers d'années. Aujourd'hui, les conditions climatiques sont telles dans le Haut Atlas central que le territoire est soumis à des événements de variations importantes : sécheresse accentuée en période estivale, précipitations abondantes pendant l'hiver, et aux saisons intermédiaires, épisodes orageux brusques et soudains de l'été. Ces différents éléments constituent une menace directe pour le site d'Iwariden, car ils contribuent à l'érosion naturelle des dalles sur lesquelles reposent les traces.

Outre les facteurs naturels, les facteurs anthropiques marquent particulièrement le territoire. L'implantation de l'homme sur le territoire et la nécessité de trouver des moyens d'assurer sa survie en cet endroit a modelé celui-ci de manière marquée. L'élevage, en particulier, joue un rôle sur l'intégrité du site : la végétation, adaptée aux conditions climatiques du lieu, est soumise aux besoins du cheptel. Son recul favorise l'érosion sur les versants du synclinal.

L'homme est également une menace directe pour le site : aménagements et activités de la vie quotidienne contribuent à sa disparition, via un piétinement accentué ou le ramassage du bois de chauffage, qui favorise la disparition de la végétation et l'altération des sols. La pauvreté et le manque de connaissance vis-à-vis du site ont contribué à sa détérioration et à sa mise en danger par des habitudes profondément ancrées dans la culture.

L'activité touristique engendre une influence croissante sur les lieux, néfastes aux traces puisque celles ci ne sont pas protégées. Toutefois, certaines initiatives permettent de contrebalancer ces menaces qui pèsent sur l'ensemble du site.

Au cours du temps, le site a subi de nombreux dommages dus à l'érosion, à la méconnaissance, et à la surexploitation scientifique du site. Il nécessite donc une restauration afin de mieux protéger et de mettre en valeur ces traces de pas de dinosaures.

Ceci passe par le nettoyage (racines et débris rocheux) des fentes de dessiccations et leur colmatage et le nettoyage des dalles des éboulis et des débris de surface. Ces opérations ont déjà été réalisées. Toutefois, il faut, notamment pour les dalles, répéter l'opération à intervalles de temps réguliers (érosion des roches environnantes, pousse des végétaux).

Pour indiquer le site, l'Association du Géoparc de M'Goun a mis en place deux panneaux, un premier panneau accueille le visiteur, et indique la présence d'un site géologique protégé, sans toutefois préciser ni la localisation exacte des traces, ni leur nombre. Au cours du temps, le premier panneau est dégradé à cause des conditions atmosphériques et va être remplacé par un deuxième panneau qui porte les mêmes erreurs du premier (manque d'information, fragilité en matière de construction...etc.).

Le deuxième type d'aménagement fait par l'association du Géoparc de Mgoun se manifeste dans un mur de soutènement fermé par une porte dans le but de protéger le reste des traces de dinosaures, le visiteur est obligé de demander la clé de l'un des habitants du douar pour pouvoir accéder et voir les traces. Les enfants de douars accourent et emmènent le visiteur sur le site, sur lequel il peut marcher librement. Les traces sont éparées, de diverses sortes, leur découverte se fait au fur et à mesure, sans explications supplémentaires pour exciter la curiosité.

Malgré la valeur patrimoniale et scientifique du site des traces de dinosaures, ses traces sont soumises aux ravages du temps, et aux dégradations volontaires. De même, la fréquentation touristique entraîne une augmentation d'autres facteurs d'érosion, comme les vibrations engendrées par la marche des visiteurs qui peut provoquer une dégradation importante des dalles.

Planche photo n° 10 : le site des traces de dinosaures d'Iwariden est exposés a tout type d'érosion (atmosphériques, biologiques et humaines)



Photo 19 : des traces de dinosaures d'un metre de diametre dont la majorité est recouvert par la recolte agricole



Photo 20 : un Panneau d'information qui indique la présence d'un site géologique protégé

3.2.3 la chasse : Une passion, un sport et une niche économique

Au Maroc, le droit de chasse appartient à l'Etat. Il peut le déléguer sous des conditions bien déterminées. Dans cette activité, des textes de loi fixent les grands principes alors que des arrêtés précisent chaque année les dates d'ouverture et de clôture de la chasse en fonction des espèces. Ils indiquent aussi le prélèvement maximum autorisé par chasseur. Dans le décret publié au Bulletin officiel n° 5948, le législateur revient sur l'amodiation du droit de chasse et en particulier sur les formalités à suivre. Dans le dossier administratif à constituer, un programme prévisionnel des aménagements cynégétiques à réaliser au cours de la première période du bail doit être précisé. Un projet d'investissement global devrait être également établi. Le tout assorti d'un tableau précisant par année le programme physique et financier à entreprendre. Ce tableau doit être le plus détaillé possible. Ce qui permettra l'amélioration de la qualité cynégétique du lot et de faciliter par la même occasion l'évaluation des réalisations. Le droit d'amodiation est accordé pour une période de cinq ans mais le renouvellement ne peut s'effectuer que sur la base d'une évaluation technique. (El Affas, 2014)

Les chasseurs, qui proviennent essentiellement de la France, de l'Italie et de l'Espagne, sont principalement attirés par la diversité de la faune locale. *«Notre pays propose encore un gibier sauvage, alors que les Européens n'ont plus que du gibier d'élevage. Ce dernier n'est pas naturel est donc moins intéressant pour les inconditionnels de la chasse»*. Les touristes sont également séduits par le folklore local.

Pour donner un coup de pouce au secteur, *« le Haut Commissaire aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre la Désertification se penche actuellement sur les possibilités d'intégrer d'autres espèces de grand gibier sur la liste des espèces autorisées. Il s'agit de la chasse des*

trophées de mouflon et de gazelle dorcas. Ce projet attirera une clientèle supplémentaire parmi les chasseurs étrangers. Mais pour cela, il faudra tout d'abord autoriser les fusils à pompe canon rayé (utilisés pour le gros gibier), actuellement interdits au Maroc. Cela permettra aussi aux organisateurs de chasse touristique de diversifier leurs activités, et d'enrichir leurs tableaux de chasse, sachant qu'actuellement le sanglier représente le seul gros gibier autorisé à la chasse au Maroc. Le tir d'un trophée de mouflon peut être payé par un chasseur à 50.000 DH ». (El Affas. 2014)

En moyenne, une journée de chasse est vendue « entre 1.500 et 3.000 DH, selon les espèces. Ce tarif ne concerne pas la battue de perdreaux dont le prix à payer dépend du nombre de perdreaux lâchés et/ou tirés. Ainsi, pendant un séjour de 4 journées successives, un touriste cynégète (chasseur) paie entre 6.000 et 12.000 DH, hors frais de transport aérien, d'hébergement et de restauration. Un chasseur marocain dépense, lui, en moyenne 20.000 DH chaque année pour l'exercice de ce sport considéré comme le roi des sports. Les espèces de gibiers les plus prisées par les chasseurs sont par ordre d'importance : la tourterelle, la perdrix, la caille, le sanglier, le faisan, la bécasse, la bécassine, les grives et les alouettes. Quant aux espèces autorisées au Maroc, elles se résument au grand gibier (sanglier), le petit gibier sédentaire (perdreau, lièvre, lapin, faisan, pigeons biset et ramier, alouettes), le gibier migrateur terrestre (caille, tourterelle, bécasse des bois, pigeon colombin, grives) et le gibier migrateur d'eau (oies, canard, sarcelles, fuligules, bécassine des marais) ». (El Affas. 2014)

Le territoire d'Oueltana amont est considéré, depuis longtemps, comme une des zones les plus fréquentées par les chasseurs qui sont attirés par la présence du gibier notamment la perdrix, le lièvre et le sanglier. Afin de conserver et de valoriser les ressources cynégétiques, le Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre la Désertification (HCEFLCD), dans le cadre d'une politique d'encouragement, organise la chasse en amodiant des territoires au profit des associations et sociétés de chasse, à charge pour celles-ci d'y réaliser les aménagements susceptibles de contribuer au développement des espèces gibier. De ce fait, le territoire d'Oueltana amont se distingue par quatre amodiations de chasse d'une superficie qui varie entre 2600 ha à 4000 ha pour chaque amodiation : Tassaoute, Iminifri, Oudad et Bouskoura. Ce qui favorise ce type de tourisme est la présence des ressources forestières importantes. En effet, une partie du territoire d'Oueltana amont (1966 ha) reste une réserve permanent pour permettre la reconstitution du gibier et pour protéger certaines espèces de faune sauvage menacées.

Planche photo n° 11 : les amodiations de chasse sont instaurées pour organiser les chasseurs de la zone et aussi de permettre la reconstitution du gibier afin de protéger certaines espèces de faune sauvage menacées



Photo 20: des Panneaux de signalisation des amodiations de chasse et de réserve permanent installé sur le territoire d'Oueltana Amont.

(Cl, El Bakkari - le 20/05/2018)

Photo 21: une partie du territoire d'amodiation de chasse Iminifri

(Cl, El Bakkari - le 13/06/2017)

Il va sans dire que si les amodiations de chasse ont pris de l'ampleur pendant cette dernière décennie, cela s'explique principalement par la prise de conscience de plus en plus importante de la part des chasseurs et des conservateurs de la nature en matière de protection des ressources naturelles. D'après nos investigations sur le terrain, un nouveau conflit est transmis entre les amodiations de chasse et la population locale. Cette dernière voit que son territoire n'appartient pas au domaine forestier et que l'Etat Marocain n'a pas le droit de louer son territoire pour la chasse (problème de délimitation de domaine forestier). La population locale voit que la plupart des amodiations de chasse sont présidés par des étrangers qui viennent de Casablanca (Amodiation Bouskoura) et d'autres villes avoisinantes pour chasser dans un territoire qui ne leurs appartient pas. De ce fait, quelques douars ont choisi le braconnage pour, d'une part, effacer toute trace de gibier dans leurs territoires et d'autre part, transmette un message pour l'amodiation de chasse de quitter leur territoire.

Le cas d'amodiation de chasse de Bouskoura, n'est pas généralisé dans tout le territoire d'Oueltana amont. Les autres amodiations ont gérés leur territoire de façon rationnelle, elles ont intégré la population dans la gestion des actions des aménagements à savoir la construction des abreuvoirs pour le gibier, la surveillance pendant la nidification...etc. Alors,

l'adoption d'une approche participative en intégrant la population locale est très importante dans la gestion de ces territoires souffrant de l'ignorance et de la marginalisation.

3.2.4 Le tourisme de sport : la prédominance de sport de nature et du produit trekking.

Les sports de nature, « *tout d'abord pratiqués par un public peu nombreux et autonome, sont devenus, durant ces dernières décennies, une composante de l'offre touristique avec une augmentation très importante des flux. Leurs pratiquants, tout comme les professionnels qui en vivent et les fédérations sportives qui en ont la charge, se réclament d'une sensibilité environnementale au point qu'ils les nomment « activités physiques de pleine nature »*. Des travaux déjà anciens (Jacob et al, 1981) montrent pourtant que les sportifs de nature, n'ont qu'une perception très globale et donc floue de la nature alors que naturalistes, chasseurs et pêcheurs la perçoivent sur un mode plus focalisé. Cette différence de perception explique une partie des conflits qui ont opposé ces deux ensembles d'acteurs.

Quoi qu'il en soit, la nature est considérée par les adeptes des sports de nature comme le support indispensable de leur activité. Le milieu rural, appartenant à la « nature ordinaire » (Lecomte, 2002), en est notamment le siège avec une propension de leur part à le considérer :

- d'une part, comme un bien commun accessible à tous,
- d'autre part, comme un environnement robuste qu'il faut, au mieux, laisser propre en emportant ses déchets.

C'est donc une nature sans qualification particulière qu'ils utilisent avec une vision relevant d'un « naturalisme naïf » (Lascoumes, 1994). Or, les autres utilisateurs de ces espaces ont des visions très différentes. Pour eux, les sportifs de nature peuvent être considérés comme des intrus et, au même titre que d'autres activités humaines, comme un danger pour l'intégrité de certaines entités environnementales. Ces dernières années, l'impact environnemental des sports de nature a été l'enjeu central de ces désaccords. Or, celui-ci est très difficile à mettre en évidence pour diverses raisons : absence de situations de référence, lourdeur des études, vision stéréotypée des situations et aussi, parfois, mauvaise foi des protagonistes. L'incertitude alimentant la controverse scientifique, chacun tente d'imposer une norme, forcément hasardeuse. (Mounet, 2007)

La zone d'Oueltana amont referme d'importantes potentialités touristiques. La diversité de ses paysages naturels et culturels a donné naissance à des activités touristiques dans ces vallées et montagnes qui présentent un lieu de villégiature estivale. Son caractère montagnoux, ses sommets dépassa les 1500 mètres, l'accessibilité de ses cols et

l'encaissement de ses vallées verdoyantes en fort contraste avec des versants et crêtes sans couverture floristique ou édaphique constitue un potentiel attrayant pour les amateurs de randonnées. Le point culminant à 3412 mètres (jbel Rat) s'ajoute pour couronner le potentiel de cette destination de randonnées par excellence.

La randonnée pédestre reste l'activité touristique la plus adaptée au tourisme diffus en milieu rural. Elle est également la forme d'activité la plus tangible à développer dans un milieu qui s'ouvre pour la première fois aux pratiques touristiques comme Ouelтана amont. Ainsi cette activité est connue par la légèreté des aménagements qu'elle nécessite et aussi par sa capacité d'attirer une clientèle touristique de tout âge, vue sa pratique simple ne demandant pas un grand effort physique ni une connaissance pratique.

3.2.4.1 La randonnée équestre, une activité touristique à développer.

La randonnée équestre est une activité touristique de détente, de distraction et surtout une façon de contact avec l'animal est avec la nature. Le tourisme équestre est sans doute une des formes de tourisme le mieux adapté à l'espace rural et le plus susceptible de contribuer à réanimer les zones en voie de désertification. (Grolleau et al, 1986).

En France par exemple, le tourisme équestre est considéré comme l'un des éléments de la politique de développement local dans la mesure où il favorise des retombées économiques pour les ruraux. Il peut ainsi constituer une activité complémentaire, créer ou maintenir des emplois saisonniers.

Dans le territoire d'Ouelтана amont, cette activité est susceptible d'être développée en s'inscrivant dans des produits touristiques de randonnées pluridisciplinaires. La réputation internationale du cheval de race « arabe » conjugué à l'engouement des paysans marocains à l'élevage des chevaux pour la pratique de la « fantasia » peuvent faire l'objet d'un développement et une promotion d'une activité touristique liée au cheval : méthode d'élevage, de dressage du cheval à la pratique de la festivité, apprentissage à la pratique de la fantasia sont autant d'éléments susceptibles de constituer un produit touristique à identité particulière.

Le tourisme équestre est certes une activité saisonnière qui touche une clientèle occasionnelle ayant envie de monter à cheval pour se détendre ou visiter une région pendant le temps des vacances. Mais les chevaux doivent être nourris tout le reste de l'année, ce qui pèsera certainement sur les coûts d'exploitation pour un fermier ou un éleveur à titre individuel. Une solution peut être envisagée pour réduire les coûts d'exploitations. Elle consiste en la réorganisation des propriétaires de chevaux, déjà organisé dans le cadre d'un

groupe communautaires, en association permettant d'exploiter collectivement leurs chevaux dans le domaine du tourisme équestre.

3.3 L'absence de la gouvernance entre les acteurs, affaiblie l'apport économique du tourisme aux locaux.

La spécificité du tourisme de randonnée réside dans le fait qu'elle concerne un grand nombre d'acteurs. L'organisation des voyages est la tâche principale des Tours Opérateurs(T.O). Ils assurent aussi le montage des produits, la promotion et la publicité. Par le biais des contrats de coopération, ils recourent aux services des agences marocaines. (Ramou,2011)

Les agences de voyages marocaines, en concertation avec les T.O. fournissent le matériel et organisent les autres services. Certaines agences ont investi dans le repérage de nouveaux circuits pour mieux se positionner sur le marché. Elles visent avoir le maximum de partenaires étrangers. Parfois, leur rôle se limite à une médiation entre T.O et acteurs locaux qui s'occupent de l'organisation de voyage en montagnes.

Le transport aérien et routier : demeure aussi important et occupe une place considérable ; dans certain cas, il détermine le pourcentage du profit des acteurs locaux. Les hôteliers en ville des touristes prennent part aussi dans cette chaîne d'acteurs.

Le guide : chef de l'équipe local et responsable du voyage en montagne doit « *animer le voyage ; gérer les différentes prestations (accommodation, hébergement, animation) et superviser les autres acteurs (muletier, porteurs, cuisiniers...) c'est ainsi que la réussite de voyage dépend de sa responsabilité et son expérience. Ces guides ne sont pas formés dans un centre de formation aux métiers de la montagne CFAMM à Azilal. Ils sont des salariés dans les agences de voyage, ou en partenariat /représentant des T.O. soit travaillent individuellement et arrivent, par leur propre moyens, à avoir des clients et leur organiser des voyages* »(Ramou, 2011)

Les muletiers accompagnent les touristes et portent leurs bagages le long du voyage, ils participent avec le cuisinier à la préparation des repas, à monter le bivouac et animer le groupe (dans la tradition des randonnées au Maroc, les muletiers organisent une séance d'animation le dernier jour de voyage. « *Ils chantent entre eux et avec les touristes pour que ces derniers gardent un bon souvenir sur le voyage, leur faire oublier les malentendus et les fautes commises lors de voyage, mais aussi pour susciter leur générosité et avoir des pourboires.*»). Le plus souvent se sont les agriculteurs qui préfèrent travailler en tourisme, vu

l'importance des salaires par rapport aux revenus agricoles. Ils sont attachées au guide par un réseau de relations familiale ou d'amitié afin d'avoir un travail. » (Ramou,2011)

Les propriétaires des gîtes hébergent les touristes et assurent occasionnellement l'animation et la restauration. Ils cherchent souvent à avoir des relations avec les guides pour avoir des partenariats avec les T.O .ou les agences afin d'avoir une stabilité de la clientèle. Ces gîteurs sont normalement des agriculteurs qui ont travaillé dans le secteur touristique comme chef-muletier, muletier, cuisinier ou porteur. Certain d'entre eux exercent l'accompagnement des touristes (guide).

Le produit trekking à Ouelтана amont est comme celui pratiqué à Toubkal il est dominé par des acteurs étrangers. L'étude menée par le géographe Ramou Hassan sur le Toubkal affirme que l'agence de voyage, selon la loi marocaine, *« assure l'organisation des voyages contre 30% du prix de voyage en s'occupant de tous les services. Mais vu leurs position par rapport aux T.O, leur part se limite seulement à 20%. Ainsi leur marge de profit net n'est que 3 à 4%.et ceci, bien entendu, est substantiel en prenant compte le nombre limité des clients. C'est ainsi que cet acteur vise à maximaliser le profit aux dépens des autres acteurs. Dans notre calcul, la part de de l'agence de voyage atteint 47,7 % ».*(Ramou,2011)

Le guide en tant que canal de clients et employeur, détermine automatiquement la nature de ses relations avec les acteurs locaux. Dans certains cas, le guide dispose d'une position plus avantagée vis-à-vis l'agence et s'engage à assurer les autres services (hébergement, muletiers et nourriture) cette situation lui permet d'avoir des profits supplémentaires, d'imposer ses conditions aux autres acteurs et d'apprendre l'expérience de l'organisation des voyages. Parfois le guide détourne les partenaires de ces employeurs et se lancent dans l'organisation des voyages bien que la loi actuelle l'interdit. Ce fait constitue la principale source de conflit qui règne sur les relations entre guides et agences de voyage. Ces relations conflictuelles sont aussi causées par les conditions imposées par les agences et qui ne respecte pas toujours le code du travail et les droits sociaux, notamment pour les guides salariés.

La position du guide vis-à-vis du muletier, acteur local marginalisé et en absence d'une réglementation juridique, conduit vers une relation dominant-dominé. Les guides qui s'occupent d'organisation sont libres de choisir les muletiers. Le facteur des relations familiales ou amicales intervient avec force. Dans le cas où c'est l'agence qui recrute les muletiers, des conflits émergent entre eux et influent négativement sur le déroulement du voyage, les muletiers stipulent que les guides, chargés par l'agence de les payer, retranchent

illicitement de leurs salaires et du budget alloué à l'hébergement et détournent une partie des pourboires offerts par les touristes.

Les propriétaires des gîtes sont en majorité des agriculteurs locaux. Ils ont aménagé leurs maisons pour accueillir les touristes. Pour assurer un niveau acceptable de la fréquentation touristique, ils doivent tisser de bonnes relations avec le guide de l'agence. Ces relations déterminent en premier lieu le nombre de la clientèle. Dans le Toubkal, se sont les liens familiaux qui marquent ses relations. Leurs relations avec les agences sont dictées par le prix qu'ils offrent et la qualité de leurs gîtes. Proposer des prix inférieurs aux tarifs officiels est aussi un moyen pour convaincre les agences et attirer leurs clients.

Les rapports existents entre les acteurs du secteur sont marqués par des relations inéquitables et des rapports de force ; et la domination des acteurs externes demeure la principale caractéristique. Ces tensions sont à la fois, la cause et la conséquence d'une mauvaise répartition des profits économiques.

Dans notre territoire d'étude, les guides qui viennent de Marrakech ou d'Ouarzazate subissent une concurrence intense et déloyale de la part des « faux guides » qui viennent de douars d'Ouelтана amont. Cette concurrence est venue d'une minorité des individus (habitants) qui parlent une langue étrangère et ayant une vague connaissance du territoire. A titre d'exemple, le faux guide qu'on a rencontré pendant notre visite de terrain, il est nommé « Hibou. M » il utilise le réseau social (Facebook) pour présenter son produit trekking. Un produit touristique qui dure une semaine dans la montagne, allant de la commune territoriale d'Iminifri passant par la commune Ait Tamlil et arrivant à la commune d'Ait bougmaz), un parcours de beaux paysages qui attirent les touristes par sa belle nature ordinaire. Selon Hibou son salaire est de 300 Dh/jour et 100 Dh pour le muletier, ainsi les frais de la nourriture sont estimés à 50 Dh/jour/personne (pour 6 jours en montagne. Le prix de voyage estimé par client est de 2700 Dh. Ceci représente un prix moins cher et constitue une offre très concurrentielle.

Le « faux guide » Hibou affirme la saisonnalité de la fréquentation des touristes. Les visites sont concentrées en été (juillet et août), alors que en hiver, le nombre de visites chute d'une manière considérable et le poussent à pratiquer d'autres activités (agriculture) ou poursuivre l'action de guide aux alentours de géosite Iminifri et le site des traces de dinosaures. Il préfère de travailler tout seul que de s'intégrer dans une entreprise touristique qui restreint ses activités et son bénéfice.

Certes, L'activité du guidage touristique est sans doute une des pierres angulaires du secteur du Tourisme. Mais au-delà des mythes, la réalité de ce métier est bien différente de l'image qui en est souvent véhiculée. La profession souffre d'une certaine précarité et d'un

manque de reconnaissance dus à des maux internes et à des facteurs externes qui empêchent l'implication des professionnels du guidage touristique dans la traduction des stratégies de développement touristique sur le terrain. La majorité des guides ont le sentiment profond que leur activité est précaire et peu reconnue. Ils pointent du doigt différents points pesants et ont le sentiment que leur profession est chronophage, mal structurée, saisonnière, peu rémunératrice, pénible, stressante et sans aucune sécurité professionnelle. En outre, ils estiment que leur métier ne permet pas de gagner leur vie et que c'est une activité dont l'avenir est plus que compromis. Toutefois, une minorité lui reconnaît un caractère valorisant et considère le métier comme une passion et une source de rencontre qui permet de travailler dans des lieux magnifiques, un aboutissement mais aussi un départ, un métier enrichissant et un accomplissement personnel. Aussi, elle le voit comme un métier de médiation et de partage, basé sur l'échange et l'ouverture sur les cultures du monde et comme une activité qui contribue au développement touristique du territoire (El Hassouni, 2007)

Le territoire Ouelтана amont est propice pour l'exercice de différentes activités touristiques allant de la simple contemplation jusqu'à l'exercice d'activités sportives et d'aventure.

3.4 Un patrimoine paysager et culturel peu valorisé

Le tourisme culturel du territoire d'oueltana amont se caractérise par une offre culturelle très diversifiée. La richesse de cette offre culturelle se manifeste dans les atouts relatifs à l'histoire, aux sites d'intérêt touristique, aux manifestations et aux infrastructures touristiques.

3.4.1 Histoire du territoire

Bien que la tribu soit officiellement remplacée par la commune, qui est le premier maillage administratif de la société marocaine, elle n'en constitue pas moins le cadre naturel de la vie rurale. En effet la tribu a été, durant des siècles, le centre de la vie politique, économique et sociale au Maroc. La tribu est un groupement humain de plusieurs familles, ayant un ancêtre éponyme commun ou pas, sous l'autorité d'un chef et sur un territoire donné.

Oultana est une tribu berbère, ses origines remontent à la tribu de Haskoura qui habitait au XIIe siècle la partie centrale du Maroc, Charif Al-Idrissi les situa au midi du Maroc. Les Haskoura étaient des montagnards d'origine Sanhajienne au même titre que les anciennes tribus de Lamta et Gazoula plus au Sud.

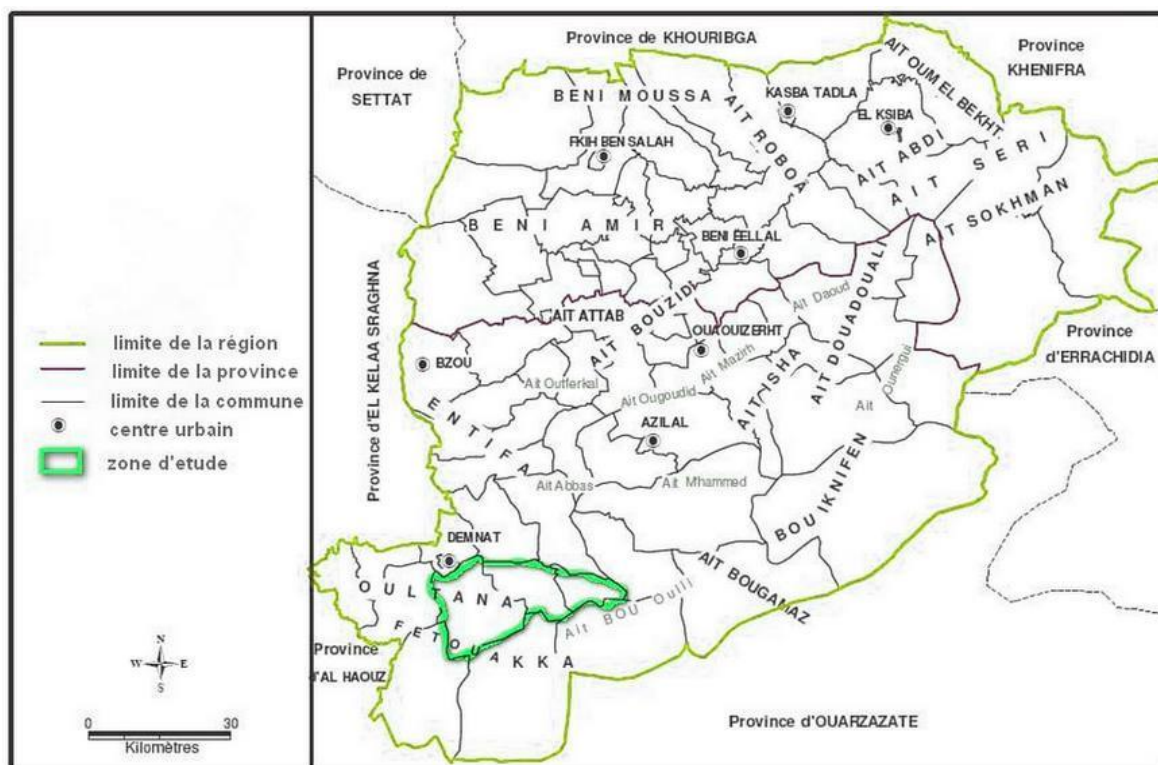


Figure 35 : le positionnement d’oueltana amont au seins des tribus de la province d’Azilal

Oualtana faisait partie des tribus du groupement tribal Hasskoura, occupe une large superficie des flancs nord ouest du Haut Atlas central.

Cette situation géographique a amplement joué un rôle stratégique dans son histoire, grâce à sa proximité des passages commerciaux de Seraghna et transits vers Marrakech et Fes. de plus, oultana était également une passerelle entre Dadés et El haouz. Le découpage tribal obéit à des critères fiscaux (les impôts) et l’intervention du Mekhzen . Ces tribus étaient peuplées des juifs qui se sont installés près des passages commerciaux et des plaines (ait majden, demnate...)

L’histoire politique d’oualtana est en double organisation, d’une part l’organisation interne qui ne diffère pas des autres tribus qui se sont habituées au secours des coutumes ancestrales gérées par des Hokama « sagies » et par des assemblées collectives qui ont mis fin au pouvoir individuel.(Taoufik, 1989)

3.4.2 Le potentiel paysager d’ouelatana amont.

Le paysage « renvoie à la fois à une façon de voir l’environnement qui nous entoure et à cet environnement en soi. L’intérêt de la notion de paysage est qu’elle unifie les facteurs à l’œuvre dans notre rapport avec le milieu environnant. Les paysages, qu’ils aient une valeur esthétique ou non, constituent le cadre de notre vie quotidienne ; ils sont familiers et le

concept de paysage établit un lien entre les êtres humains et la nature, en reconnaissant leur interaction avec l'environnement ». (Mitchell et al. 2011)

La notion même de paysage « *est hautement culturelle et il peut paraître superflu de parler de paysages culturels ; mais le qualificatif « culturel » a été ajouté pour exprimer l'interaction humaine avec l'environnement et la présence de valeurs culturelles matérielles et immatérielles dans le paysage. Les spécialistes de la géographie humaine définissent un paysage culturel comme «un produit concret et caractéristique de l'interaction entre une communauté humaine donnée, réunissant certains potentiels et préférences culturelles, et un ensemble particulier de conditions naturelles. C'est un patrimoine de nombreuses périodes d'évolution naturelle et de nombreuses générations d'effort humain.* » (Fowler,1999 cité par Mitchell,2011).

Conformément à la définition adoptée par le Centre du Patrimoine Mondial, « le paysage culturel est une forme exceptionnelle d'une interaction humaine avec son environnement et une occupation ancienne et inchangée d'un territoire bien délimité »

Le paysage comme « *milieu naturel façonné par l'interaction humaine est devenu un champ de la recherche scientifique, surtout dans les écoles de géographie anglaise, française et allemande, et dans les disciplines annexes dans le cadre de la quête d'identité des États-nations* » (Hamerton 1885, Passarge 1921). Le géographe Carl Sauer « *a développé encore plus loin le concept de paysage culturel. Cette approche voyait dans le paysage un espace de traits naturels, modifiés et influencés par des forces culturelles. Elle comportait des valeurs immatérielles et des expressions culturelles qui n'apparaissent pas immédiatement, comme la littérature, la poésie, la peinture et la photographie, les rituels et la production traditionnelle* » Les valeurs clés d'un territoire paysager pouvaient donc être estimées par le biais de la recherche et documentées grâce à des signes de connexions associatives. (Mitchell et al, 2011)

Selon Roger Brunet (1995), "*une ressource est toujours un moyen pour créer de la richesse*", une ressource territoriale est aussi toujours un moyen pour créer du territoire, ou à tout le moins pour le renforcer et en préciser l'existence. Le paysage, ou parfois seulement certains de ses éléments, joue fréquemment ce rôle génétique par rapport au territoire, que sa mise en œuvre s'opère de manière spontanée ou dans le cadre de stratégies plus réfléchies.

Le paysage nous met en lien avec l'espace et nous permet de l'appréhender. « *Il le jalonne de points de repères, de bornes, de signal, et l'habille de formes, de couleurs, de*

textures, d'odeurs et de goûts qui deviennent autant d'indices de reconnaissance, d'identification et d'appropriation ». (Dérioz ,2004)

Le territoire traduit les relations de l'activité humaine (agriculture, urbanisation, infrastructure routière...) à un espace naturel (offre biophysique et anthropique) du paysage (Oueslati et al 2014). La perception du paysage décrit la relation qu'entretiennent les individus avec leur environnement. Comme le souligne Berque (1994) : « *Les sociétés perçoivent leur environnement en fonction des aménagements qu'elles en font, et elles l'aménagent en fonction de la perception qu'elles en ont* ». Une relation que traduit les différentes représentations mais aussi les attentes dans la mesure où les sociétés modernes expriment une volonté d'accompagner, voire de pallier les politiques d'aménagement du territoire. (Oueslati et al 2014)

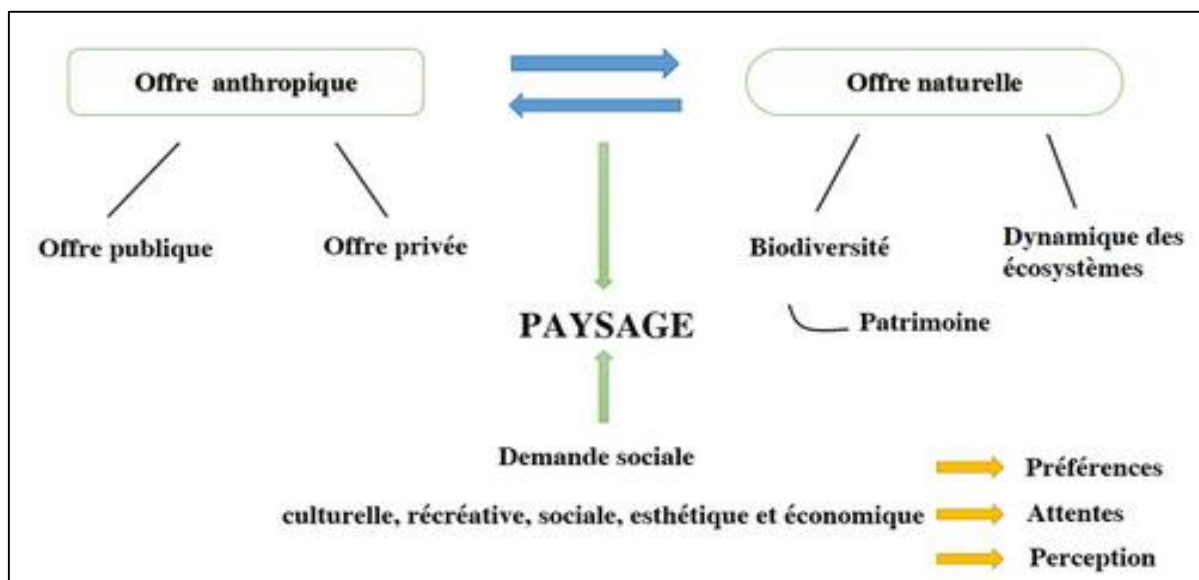


Figure 36 : Le paysage « territoire perçu » : à l'interaction de l'économie géographique et de l'économie publique. **Source :** Oueslati. (2011)

Notre zone d'étude Ouelтана amont reflète des paysages qui traduisent des relations entre société et espace, une relation de dynamique et d'interactions entre deux systèmes en coévolution : un système anthropique qui occupe de l'espace (agriculture, infrastructure routière...etc) et un système biophysique décrivant l'espace physique avec ses composantes biotique et abiotique.



Photo n° 22: Douar Izarifen, un paysage de montagne qui comprend un patrimoine bâti et des activités humaines ancestrales qui donnent à ce paysage une spécificité spéciale

Le paysage qui figure dans la photo n° 22 est un paysage de montagne, situé dans la commune de Tifni, qui appartient au territoire d'Ouelтана amont. On constate dès le premier regard que ce paysage se compose d'une montagne, une forêt, un douar (Izarifen), un bâti rural, des terrasses agricoles aménagées, une arboriculture fruitière, et un cours d'eau.

Chaque paysage est le fruit d'un combat perpétuel entre l'Homme et la Nature, à travers notre paysage, l'implantation de population de douar Izzarifen n'a pas été sans engendrer de nombreuses modifications paysagères. La forêt a subi une forte dégradation due à la surexploitation des ressources ligneuses pour la satisfaction de la demande en énergie traditionnelle. De ce fait, la couverture végétale de cette zone qui est transformée en bois et charbon de bois, a laissé les terrains nus exposés à toute forme d'érosion sur les fortes pentes.

Dans le douar d'Izarifen, qui présente un type d'habitat traditionnel, la population on recourt à trois techniques de construction, pierre, brique sèche et pisé, dont l'emploi varie selon les familles. La pierre est d'un usage très répandu. La brique sèche (outtob) n'intervient qu'en complément ; dans la partie inférieure du piémont, elle constitue le parement interne des murs nord-ouest qui sont exposés aux intempéries, (tit n ounzar) (source de la pluie), ou parfois l'intégralité des murs sud-est de la demeure. Le pisé (louh) n'est utilisé que dans les rares localités situées aux abords de la plaine.

La pierre et la brique sèche que calent de petits cailloux sont liées par un mortier d'argile (lbaghli). Les toits-terrasses sont formés de poutres (isoutar), distantes les unes des autres d'un mètre environ (espace appelé tafri), sur lesquelles se disposent perpendiculairement des solives (tighdouin). Équarries et ornées parfois de motifs peints, les solives sont souvent ordonnées en réseaux losangés qui font de certains plafonds de salons de vraies œuvres d'art. Les solives sont recouvertes d'une épaisse couche de branchages et d'argile humectée puis d'une couche de terre de faible épaisseur et plus sèche, que l'on dame pour réaliser une plate-forme en terre battue, légèrement inclinée du côté de la gouttière (tamazzert) qui évacue les eaux de pluie. Le rebord des terrasses et le faîte des murs sont protégés des précipitations par akfaf : auvent en pierre ou avancée de branchages (en saillie de plus de vingt centimètres). (Amahan, 1998)

Notre paysage atteste d'une rencontre entre :

- Une matérialité (une étendue avec ses composantes physiques), façonnée par l'interaction d'agents naturels (géologie, climat,...) et de l'action humaine. Le paysage dans sa matérialité traduit le mode d'habiter des sociétés humaines et plus largement les rapports qu'elles entretiennent avec leur environnement.

- Une perception individuelle (regard et interprétation). Le percevant porte, sur cette matérialité, un regard synthétique de l'ordre du sensible, de l'émotion, de l'affectif, attribuant toutes sortes de valeurs au paysage (esthétique, qualité du cadre de vie, sentiment d'appartenance par rapport à un lieu et à une communauté d'habitants, élément d'identité d'un territoire...). « *Chaque individu voit le paysage en fonction de ses connaissances, ses idées, ses modes de vie, des usages qu'il en fait, des pratiques qu'il en a* ». (Lazzeri,2014)

Comme le montre parfaitement cette photographie, des mutations considérables ont affecté la maison rurale. L'émigration a engendré une amélioration du niveau de vie, surtout pour les familles déshéritées qui aspirent, dès lors, à un habitat meilleur. Les émigrés, dont la plupart exercent dans le secteur du bâtiment, furent les premiers à employer dans la construction de leur maison des matériaux importés comme le ciment et le fer, qui, dans un premier temps, n'étaient utilisés que pour pallier les défaillances des techniques traditionnelles : un mortier de ciment était alors appliqué tant sur les murs extérieurs que sur les terrasses afin de les protéger des infiltrations provoquées par les intempéries (ce qui est une mauvaise solution car ces constructions ne peuvent plus s'aérer), ou encore pour daller le sol des pièces de séjour, remédiant ainsi à l'éternelle poussière occasionnée par la terre battue.

De nos jours, les structures sont de plus en plus en béton armé, même si les murs sont en pierre ou en brique sèche. La dalle de béton devient inévitable pour des raisons, à savoir « *la pénurie de bois due à la dégradation de la forêt et une étanchéité plus efficace. Le coût du bois lorsque celui-ci est disponible, dépasse de plus en plus celui du béton armé. En effet, une dalle en béton armé revient moins cher qu'une toiture traditionnelle en bois de bonne qualité (un mètre cube de bois de cèdre coûte plus de 8 000 dirhams)* » (Amahan, 1998)

Il est vrai que la plupart de maisons de ce douar sont encore vierges de ces constructions modernes en béton qui frappent la beauté du paysage. Mais il est important de signaler que cette situation ne perdurera pas très longtemps puisqu'une extension de l'habitat individuel, même si celle-ci n'est pour l'instant que ponctuelle, s'accroît de plus en plus tandis que les terroirs agricoles se rétrécissent.

Ce phénomène n'est d'ailleurs pas une particularité d'Oueltana amont. C'est un fait observable dans toutes les montagnes marocaines. la description que fait A. Boulifa Abdelaziz au sujet des mutations qui ont touchées la maison rurale de la montagne rifaine, autre foyer d'émigration, fait apparaître de très larges similitudes avec notre zone de recherche. Il écrit : « le paysage bâti offre aujourd'hui le spectacle d'une révolution aussi bien au niveau des matériaux que du plan et du mobilier. Partout on peut dégager une frénésie de la construction malgré la cherté des matériaux et des coûts de transport. L'observateur ne peut qu'être frappé par la rénovation et les agrandissements des anciennes habitations et la multiplication des maisons neuves ». (Boulifa, 2001)

Cette contradiction paysagère, que n'importe quel voyageur peut facilement constater en parcourant cette montagne, reflète tout simplement le désir d'une société paysanne, jusqu'ici traditionnelle, de s'extérioriser et de s'ouvrir sur l'extérieur. M. Aït Hamza a observé le même phénomène dans le bassin versant de l'assif Amgoun (Haut-Atlas central) ; il écrit : « Les vieilles valeurs socioculturelles, politiques et économiques ont été bouleversées par l'argent qui a été injectée dans la région et par les comportements que les migrants ont ramenés avec eux » (Aït Hamza, 1996).

Pour pouvoir exploiter la richesse des sols, de gros aménagements ont été réalisés, parmi lesquels le défrichement des forêts, de grands travaux d'épierrage ont été entrepris afin de transformer des pans de montagne incultes en parcelles de terre prêtes à l'emploi. Ces pierres ainsi retirées ont alors servi à fabriquer des murets destinés à délimiter ces parcelles, et servent à l'occasion de refuge à une petite vie locale.

Autre intervention de l'Homme sur ce paysage, les terrasses offrent un spectacle surprenant. Ces champs, taillés directement dans la montagne, ont été créés sur des versants dont la pente naturelle interdisait quelque culture que ce soit. Ces terrasses sont composées d'une partie relativement plate et donc plus facile à exploiter, ainsi que d'un mur de soutènement. Les vallées du Haut Atlas, par opposition à celles du Rif sont caractérisées par un manque notable de terres agricoles. Pour y remédier, « *les agriculteurs construisent des terrasses, des gradins et des plates-formes terrassées individuelles pour valoriser le peu d'espace garni de terre et pouvant supporter une culture ou tout au moins un arbre fruitier* » (Maurer, 1993).

La création des terrasses est une technique aussi ancienne, que les aménagements liés à l'irrigation. Elles témoignent de l'ingéniosité de la population locale et de l'intensification du système de production agricole. Elles sont implantées tout le long de la vallée Ghezaf, d'amont en aval avec des dimensions qui sont variables.

Le réseau d'irrigation est composé de plusieurs *seguias* qui dominent les parcelles et qui suivent les courbes de niveaux. Ces *seguias* ont permis aux habitants la mise en œuvre d'une agriculture intensive qui compense le manque de terre de culture. La partie supérieure, non dominée par l'eau, est cultivée en sec quand cela est possible. Les canaux d'irrigation prennent de source d'oued Ghezaf. Ils sont mis en place pour lutter contre la sécheresse estivale, ce système d'irrigation constitué de gouttières et de vannes pour réguler le débit achemine l'eau jusqu'aux parcelles cultivées, permettant ainsi de faire de meilleures récoltes.

L'irrigation est assurée grâce à un système de *seguias* complexe, l'eau coule en premier à travers des *seguias* à la base des murs de soutènement des terrasses d'un même niveau. Pour passer aux terrasses inférieures, l'eau emprunte une rigole qui suit la limite entre deux terrasses mitoyennes. Cette rigole aboutit sur une chute enherbée et un socle renforcée par des pierres aplaties permettant d'adoucir la chute. L'irrigation se fait par submersion et afin d'éviter que l'eau déborde par destruction des ados, les agriculteurs subdivisent les terrasses en plusieurs planches d'irrigation appelées « *Haouds* »

Les agriculteurs cultivent sur ces terrasses de l'orge, la luzerne, le bersim, les pommes de terre, les oignons et des arbres fruitiers (noyer et amandier) Le niveau de fertilité des sols est maintenu par des apports constants de fumier caprin et/ou bovin et par l'application d'engrais minéraux surtout azotés. Les quantités apportées sont variables selon les cultures.

L'élevage a connu dans ce douar, comme c'est le cas dans tout le territoire d'Ouelтана amont, un ralentissement important durant les 10 dernières années. Les troupeaux de moutons et de chèvres ont été fortement réduits en raison de l'extension du domaine cultivé, de la

délimitation de la forêt et de la plantation d'arbres forestier dans de nombreux secteurs. Un autre facteur concourt à expliquer cette situation de ralentissement de la fonction pastorale et réside dans la raréfaction de main d'œuvre disponible pour s'occuper du troupeau, en relation avec la scolarisation et l'exode rural.

Malgré l'hostilité du milieu naturel, les habitants de la vallée ont su tirer parti de toutes les ressources. Ils sont parvenus, au prix d'efforts et d'ingéniosité, à s'accrocher à la montagne et ce, en installant des terrasses et des gradins sur les flancs et des plateformes terrassées individuelles, des cordons et murets en pierres dans le lit majeur de l'oued et les versants surplombants. Ce sont là autant d'actions qui confirment la détermination des paysans à apprivoiser le milieu. Les possibilités d'extension de la surface agricole utile étant pratiquement épuisées, les agriculteurs cultivent les quelques mètres carrés trouvés sur les facettes stables des versants. Dans la partie non dominée par l'eau, l'installation de cordons de pierres est courante avant la mise en culture. (Naimi et al. 2009).

En plus du potentiel limité des terres agricoles mobilisables, la population continue à augmenter avec un rythme soutenu, ce qui pousse certains habitants à quitter le douar pour aller s'installer dans les grands centres urbains (Demnate, Agadir, etc.) Toutefois quelques-uns, plus attachés à la terre, persistent et développent d'autres activités en l'occurrence le tourisme de montagne (des muletiers qui accompagnent les touristes et portent leurs bagage le long du voyage ...etc). Le plus souvent se sont des agriculteurs qui préfèrent travailler en tourisme, vu l'importance des salaires par rapport aux revenus agricoles.

Notre paysage, ou quelque soit le paysage dans le territoire d'Oueltana amont, est un langage du territoire, expression d'une construction humaine unique sur un socle géographique singulier. On ne peut dissocier ses composantes physiques de ses résonances existentielles et symboliques.(Lalot, 2013). « *Le paysage est ainsi le fruit d'une construction sociale, dont il reflète les errements, comme les belles actions. Il est alors, selon les lieux et les périodes, un élément à figer, à protéger, à exploiter, à valoriser selon des représentations iconiques* » (Luginbühl, 2013).

L'état marocaine et ses institutions gouvernementales et non gouvernementales sont appelées à sauvegarder ce patrimoine paysager et le considéré comme un patrimoine culturel source de richesse et de développement. Également, il y'a l'opportunité du développement de l'écotourisme, en créant des randonnées qui permettent de mettre en évidence l'attractivité écologique et paysagère du territoire. Certes, Le paysage peut faire partie des potentialités

endogènes susceptibles d'être révélées à travers un processus de spécification, par lequel les acteurs énoncent des valeurs, des enjeux et des intentions associées au développement local et donnent au paysage un statut de ressource territoriale. En cela, il devient un outil de projet, en tant qu'instrument de mise en œuvre d'un processus de transformation et participe à la production de valeur. (Peyrache-Gadeau et al,2010).

Les paysages d'Oueltana amont peuvent contribuer à Co-construire un projet de société, en lien avec les particularités locales. Mettre nos paysages au cœur du projet territorial permet d'anticiper les conflits mais peut aussi contribuer à imaginer un projet qui fait sens auprès des populations, parce qu'il permet la prise en compte des ressentis aménitaires par les citoyens (valeurs patrimoniale et identitaire, esthétique paysagère, qualité du cadre de vie...). Sgard affirme « qu'il il advient un moment où les arguments techniques, économiques, scientifiques laissent la place aux arguments esthétiques, affectifs, on fait appel au patrimoine, à l'identité, au jugement de gout et non de connaissance » (Sgard, 2012)

3.5 Le Patrimoine bâti, une richesse indéniable fortement menacée

La notion de patrimoine « *peut être associée à deux grands concepts au sein de la recherche en sciences sociales. Le premier insiste plutôt sur les valeurs émotionnelle, symbolique et culturelle du patrimoine, alors que le second met l'accent sur la production du patrimoine dans une logique de valorisation marchande* » (Bonard et al, 2008, cité par payeur 2013). La représentation sentimentale du patrimoine, qui correspond à la relation de l'individu à son environnement et fonde en partie son identité, peut être distinguée de sa représentation culturelle qui renvoie à la relation entre la collectivité et son environnement (Linossier et al., 2005). Ces deux dimensions du terme sous-entendent une certaine conception de l'histoire, un rapport particulier au passé, au présent et à l'avenir qui n'est pas partagé de manière similaire par tous les acteurs d'une société (Paquot, 2001). Ainsi, une mésentente sur ces dimensions peut engendrer plusieurs conflits, notamment entre les groupes de sauvegarde du patrimoine et l'industrie touristique. (Payeur,2013)

Selon greffe (2000), le patrimoine possède une dimension proprement économique et marchande. Alors, L'objet patrimonial correspond à une valeur d'échange et d'exploitation. Pour Vincent Veschambre (2007), « *il ne suffit généralement pas que l'héritage ciblé ait acquis du sens pour un groupe, une collectivité et qu'il y ait une légitimation "scientifique" par les spécialistes du patrimoine : il faut également que l'objet patrimonial puisse acquérir une valeur économique* ». Dans cette perspective, les sites touristiques, mais aussi les images qui leur sont associées, deviennent sources de valeur. Ils constituent alors des produits à

échanger dans un contexte capitaliste transformé (Fainstein et Gladstone, 2005, cités dans Bonard et Felli, 2008) Le patrimoine devient donc un objet de valeur pour l'industrie touristique. (Payeur, 2013)

Le patrimoine représente l'héritage des biens, naturels et humains, matériels et immatériels, qu'une génération transmet aux suivantes. Il comporte implicitement un aspect qualitatif dès lors qu'il englobe les richesses immatérielles produisant des services d'intérêt collectif, soit culturels ou esthétiques, soit tout simplement biologiques.

Au regard de ce concept, l'habitat rural traditionnel d'Oueltana Amont prend une dimension dépassant la notion du simple bâti :

Il constitue une composante importante dans la mise en valeur pourrait constituer un créneau de développement. En effet, l'organisation spatiale et la diversité des formes architecturales des maisons rurales constitue une richesse patrimoniale. Cet habitat s'intègre dans le milieu naturel par ses formes architecturales et ses matériaux locaux tirés de l'environnement immédiat. Il reflète la symbiose de l'homme avec son environnement. Ce patrimoine rural occupe une place prépondérante dans la spécificité culturelle marocaine. (Obda et al. 2011).



Photo 23 : Douar Imghnass comme la majorité des douars de la zone d'étude il reflète un bâti purement traditionnel .



Photo 24: une maison traditionnelle à douar Taghbaloute, L'étage inférieur était toujours pour les animaux : des chèvres, des moutons et le mulet. Le niveau supérieur est occupé par le logement de la famille

L'architecture traditionnelle des douars d'Oueltana amont est l'un des éléments typiques de la culture locale. Elle traduit une véritable illustration d'un mode d'organisation spatiale en harmonie avec une vie sociale et économique tout à fait originale. Les habitations sont caractérisées par la simplicité de leurs formes structurelles et leurs dimensions harmonieuses réalisées avec une maîtrise incontestable et un savoir faire qui permet d'exploiter essentiellement les ressources locales.

L'architecture rurale des montagnes marocaines se distingue par son utilisation de matériaux vernaculaires locaux ; elle reflète ainsi, l'intégration de l'homme dans son environnement. De même, l'habitat traditionnel exprime les conditions de vie et les coutumes de la population locale ; la simplicité des maisons traditionnelles reflète les aspects d'une vie austère et constitue une réponse directe aux multiples contraintes spatiales. L'utilisation de matériaux à forte capacité calorifique et la compacité du bâti assurent un certain confort thermique ; outre qu'il donne beaucoup de charme aux maisons, le pisé est un excellent régulateur thermique, il garde la fraîcheur des maisons, même en été.

Il possède des qualités thermiques et hydriques naturelles. Il vit avec son environnement (eau, air, climat) grâce à un équilibre subtil et fragile, qui ne doit pas être perturbé. On dit qu'il « respire ». Si le bâti moderne est conçu généralement pour être étanche à l'air, à l'eau et ventilé de manière artificielle, le bâti ancien, à l'inverse, est conçu davantage comme un système ouvert. Le bâti ancien tire parti du site dans lequel il s'inscrit pour gérer son air sa température et sa vapeur d'eau intérieurs. Des différences fondamentales s'ajoutent ainsi dans son mode constructif, notamment par son inertie très lourde et la microporosité de ses matériaux de gros œuvre. Ces propriétés du bâti ancien, trop souvent mal connues, induisent un comportement thermique très différent du bâti moderne, en été comme en hiver.

La masse des structures anciennes (murs et planchers) apporte une forte inertie au bâtiment. En été, elle permet de stocker puis de distribuer la fraîcheur nocturne avec un déphasage pouvant atteindre une douzaine d'heure au moment le plus chaud de la journée. Les protections solaires extérieures : volets ou contrevents, masques végétaux ou bâtis peuvent empêcher le rayonnement solaire de pénétrer à l'intérieur de logement (CEREMA, 2010)

Une organisation intérieure traversante. la disposition des pièces permet généralement de créer un balayage de l'air efficace pour rafraichir naturellement le logement pendant la nuit. L'évaporation. L'eau contenue dans les murs anciens crée du froid en s'évaporant sous les rayons du soleil. (CEREMA, 2010)

La maison est le reflet de la vie des hommes, de leur effort physique, de leur pensée, de leur état social, de leur degré d'évolution. La maison rurale des temps traditionnels, plus que toute autre maison haut atlas central, a revêtu des significations. Les matériaux dont elle était faite, c'était la pierre, le bois, l'argile de son milieu naturel. Sa position, ses fondements, ses murs, son toit, répondaient au relief et au climat de son environnement. Elle était tour à tour signe de nos plaines, de nos bocages, de nos rivages, de nos coteaux, de nos montagnes. (Thibal, 1984)

Le territoire d'Oueltana amont, selon notre enquête de terrain, abrite 65 % de maisons traditionnelles, un patrimoine bâti qui peut, avec son architecture, sa technique de construction ancestrale, composer un kit pour monter un projet du développement non seulement pour le tourisme écologique et culturel, mais pour l'ensemble des actions de développement durable.

La richesse et la diversité de notre patrimoine tiennent à la position géographique et à l'évolution historique de notre pays. Le patrimoine bâti contribue non seulement au plaisir esthétique et à la qualité de vie, mais il permet de relier une population à son histoire, à ses racines et donne du sens au territoire (Tita 2001). Toutefois, ces dernières années on assiste à des mutations qui défigurent le patrimoine bâti à savoir la forte urbanisation que connaissait l'espace rural d'Oueltana amont.

Dans notre territoire d'étude, les nouvelles générations préfèrent construire des maisons modernes, ou mixer et compléter le bâti ancien par un bâti moderne en béton pour des raisons économiques, et sans doute par simplicité d'utilisation (fabrication, transport, etc.). (Photo 25 et 26) Le gris du béton contraste sévèrement dans le paysage. L'intégration paysagère du nouveau bâti n'est pas à négliger si l'on veut garder une identité paysagère.



Photo 25 : Le propriétaire de la maison a construit un mur en terre pour s'isoler de soleil du jour, ce mur permet de stocker puis de distribuer la fraîcheur nocturne.



Photo 26 : pour bénéficier de ses propriétés bioclimatiques, le propriétaire de la maison a construit toute une cavité en bâti ancien pour élever le bétail et aussi pour stocker la récolte agricole (orge, huile, etc...)

Certes, l'architecture traditionnelle est un élément fort d'identité des territoires ruraux. Elle constitue une composante essentielle pour l'attractivité de l'espace rural, à la fois dans le cadre de vie des habitants et pour la valorisation touristique. Actuellement négligée, cette remarquable architecture subit une forte dégradation au profit d'autres formes architecturales à base de briques et de béton. Ce patrimoine vernaculaire est menacé ; il souffre

malheureusement de l'usure du temps, du manque d'entretien, voire de l'abandon. Certaines constructions mal entretenues se transforment en taudis. D'autres abandonnées à leur sort se transforment en ruines. De même les transformations sociales récentes (émigration, tourisme, commercialisation de produits) imposent une croissance de la production du bâti avec des changements importants (introduction de nouveaux matériaux, brique, ciment, poteaux métalliques et de nouveaux styles architecturaux). L'introduction des briques et du béton menace l'intégrité du paysage culturel et du patrimoine bâti et défigure énormément l'architecture traditionnelle. Hors des problèmes d'impact visuel sur le paysage (styles d'architecture, matériaux non locaux, couleurs des briques et du béton), la perte du savoir faire dans le domaine de la construction traditionnelle, reste de loin la menace la plus inquiétante. (Tribak, 2013)

Si l'adoption de nouveaux matériaux et d'une architecture moderne est censée apporter, en principe, un confort plus grand aux résidents, il n'en demeure pas moins que les nouvelles constructions sont mal adaptées au milieu naturel, caractérisé par la rigueur du climat. Le béton armé, l'épaisseur très réduite des murs et les grandes dimensions des fenêtres ne permettent plus une isolation parfaite de la maison. Celle-ci se transforme en un véritable four en été.

En somme, cette ouverture sur l'extérieur a engendré une amélioration des conditions de vie dans la région, mais elle a surtout créé une différenciation sociale entre les familles et même un déséquilibre ou une contradiction paysagère que n'importe quel voyageur peut facilement constater en parcourant cette montagne.

Les savoir-faire traditionnels disparaissent avec les artisans, et la connaissance qu'ils pouvaient avoir des jeux de volume et de proportions traditionnels du même coup. Leur rôle était important dans la régulation de la construction. Ils imposaient le respect de certains principes sans faire dans l'uniforme. (claval, 1988)

La valorisation de ce riche patrimoine peut profiter tout d'abord aux populations locales, en raison du confort que procurent ces habitations en matière de régulation thermique surtout en saison chaude, où elles constituent une source de fraîcheur sous les canicules de l'été. De même, la disponibilité des matériaux de construction localement réduit énormément le coût de construction. Cette valorisation peut être profitable pour la promotion du tourisme rural, en raison de la valeur esthétique des habitations et de leur parfaite intégration dans les paysages locaux. (Tribak, 2013)

Dans le cadre d'un projet paysage, Le patrimoine architectural rural est un vecteur important du tourisme ; sa valorisation est donc une condition nécessaire pour la promotion et l'amélioration des activités touristiques et bien sûr le développement économique de ces régions en difficulté. Cette valorisation répond à de multiples enjeux, d'ordre culturel, économique, touristique et social et pourrait être retenue comme élément pouvant contribuer au développement local.

L'habitat rural traditionnel constitue une des principales ressources du patrimoine territorial du Maroc (Lopez E Lara et al ,2012). Il est donc nécessaire de protéger, de conserver et de restaurer ce patrimoine au profit des populations locales comme solution architecturale utile, simple et moins coûteuse dans un milieu dur et hostile. Ces actions de valorisation peuvent également être au profit de scientifiques souhaitant approfondir leurs recherches ou définir des projets culturels ; ainsi qu'au profit d'amateurs, de touristes et de visiteurs allochtones. Il est aussi important d'attirer l'intention des scientifiques du pourtour méditerranéen (architectes, géographes, historiens, paysagistes ...) qui sont également appelés à découvrir et étudier ce patrimoine architectural en raison des analogies de l'utilisation de la pierre sèche dans certains pays du bassin, dans l'objectif de relever des points communs de l'histoire (en France, en Espagne, en Italie...) (Tribak, 2013)

Le patrimoine est déterminé par des facteurs physiques tels le substrat rocheux, les conditions bioclimatiques et le réseau hydrographique, mais, avec le temps, le poids des facteurs physiques et endogènes recule au profit des facteurs exogènes émanant de la mondialisation et des lois du marché. Face à ces mutations, le patrimoine tend à disparaître dans les zones urbanisées, si aucune action de sauvegarde n'est entreprise. Cette sauvegarde nécessite une stratégie visant (Lopez E Lara et al,2011) :

- L'identification des habitats ruraux traditionnels patrimoniaux pour la mise en valeur
- La sensibilisation des acteurs officiels et onciaux à l'intérêt économique et culturel de ce patrimoine
- L'amélioration des conditions de vie de la population dans l'habitat rural traditionnel
- La prise en compte de ce patrimoine dans les documents d'aménagement
- La promotion des activités artisanales et des métiers de construction traditionnelle.

3.6 Manifestation culturelles dans la region .

Le Maroc est un pays carrefour, un pays où se sont croisées différentes cultures, civilisation, langues, croyances et religions.il est, et en a été ainsi depuis l'aube du temps.

La Maroc « fut, dans son histoire millénaire, successivement investi par les phéniciens, les Carthaginois, les Romains, les Vandales, les Arabes, les Portugais, les Espagnols et les Français. Il a connu des influences culturelles amazighes, arabes, juives, méditerranéennes et africaines dont s'enorgueillit la culture marocaine »(Chtatou, 2009)

Le territoire d'Ouelтана amont recèle une population dont l'âme et les coutumes sont d'une pureté originale moins ou pas entamée par la civilisation du monde citadin. Cette civilisation antique de la population montagnarde s'exprime dans les assemblées des hommes et femmes à l'occasion des fêtes publiques ou privées, dans leurs danses et leurs costumes et enfin dans leur artisanat et leur architecture. Ces éléments constituent l'identité culturelle de notre territoire. Selon Théberge « *L'identité culturelle est ce par quoi se reconnaît une communauté humaine (sociale, politique, régionale, nationale, ethnique, religieuse,...) en termes de valeurs, de pensées et d'engagement, de langue et de lieu de vie, de pratiques, de traditions et de croyances, de vécu en commun et de mémoire historique. L'identité culturelle d'une communauté est rarement statique, évoluant avec le cours de l'histoire et de l'actualité, les mouvements migratoires, le côtoiement avec d'autres identités culturelles et les avancées et reculs de la civilisation* ». (Théberge,1998)

L'ensemble de ces éléments constitue la ressource patrimoniale. Pour Landel, cette dernière est « *un objet matériel ou immatériel sélectionné, révélé et transmis par un collectif social et engagé dans un projet pour sa référence temporelle. Elle fixe la permanence et l'inscrit dans la durée.* » (Senil,et al.2013). Elle traduit aussi « *la capacité des acteurs surtout locaux à mobiliser leur intelligence et leur conscience collectives pour faire émerger l'identité culturelle de leur territoire au travers de l'implication de l'économie du patrimoine. La mise en valeur et la mise en scène des objets patrimoniaux n'est pas seulement le produit de l'action collective locale mais résulte aussi et dans plusieurs cas de déclenchement de ces processus par différents acteurs de différents échelles (administration, collectivités territoriales, mécénat, OG et ONG étrangères)* » (boujrouf, 2013)

Les richesses locales sont exploitées en mobilisant fortement le savoir-faire local dans l'histoire locale ou régionale dotée d'une marque identitaire forte (Oiry-Varacca, 2012). Ces ressources patrimoniales territoriales sont de plus en plus attractives et font l'objet d'actions collectives variées en faveur du développement territorial. Le monde rural patrimonialise de

plus en plus ses ressources, ses espaces et ses identités par la valorisation touristique. (Chevallier, 2000, cité par Boujrouf, 2013)

En revanche, la tradition, l'identité nationale (ou tel de ses éléments) peuvent servir le développement ou être utilisés pour obtenir la participation et la mobilisation de la population au service des objectifs du développement (Fischer, 1975)

La population de notre territoire d'étude, organisent des manifestations périodiques (souks), saisonnières (moisson de récoltes) ou parfois évènementielles (mariage). ces manifestations expriment une occasion de rencontre qui va jusqu'à célébration, en groupe, d'un évènement de joie ou de gratitude (bonne récolte). L'ensemble de ces actions constitue le patrimoine humain et artistique que ces hommes ont hérité ou créé, édifié et surtout préservé jusqu'à nos jours.

3.6.1 Les souks hebdomadaires dans le territoire d'Ouelтана amont : un ancrage des liens sociaux et pôle de fixation de la population.

Le souk hebdomadaire, c'est chaque jour dans une localité rurale. Le terme qui signifie marché est un élément fondamental de la vie marocaine. Carrefour commercial, c'est aussi l'endroit où régulièrement les gens se rencontrent, se retrouvent. Parfois le sens qu'on donne au même mot est diamétralement différent d'une culture à une autre ou encore d'un contexte à l'autre. Cette conception dépend de notre vision du monde et notre rapport avec ce même monde. Le souk est l'un des constituants de la culture arabo-musulmane dans le sens où il s'agit d'un lieu qui avait une grande importance pour nos ancêtres. A nos jours le souk a perdu partiellement ses valeurs, mais cela n'empêche de dire que dans certaines régions le mot souk est synonyme d'appartenance, de rassemblement, de symbiose.

Comme l'attestent les définitions dictionnaires ; le souk est un marché des pays arabes, très animé et se caractérisant par « *la présence des ruelles souvent couvertes. Le mot souk a une connotation péjorative aussi bien en langue arabe qu'en langue française, mais cela ne diminue en rien sa valeur et son importance dans la culture arabo-musulmane. En guise d'exemplification, l'expression française qui relève de la langue familière Faire le souk renvoie au fait de faire du vacarme, ce qui revient à dire que le souk est une source de vacarme et de brouhahas. L'expression française Mettre le souk Ayant comme portée sémantique mettre en désordre vient pour montrer davantage ce fait. Ce qui sous-entend que le souk n'est autre qu'un lieu se distinguant par le manque d'organisation et d'arrangement nécessaires* » (Abdelkader, 2010). C'est un lieu où s'affirme l'appartenance à une même

communauté. C'est également là où se démontrent publiquement la richesse, la puissance et la respectabilité.



Photo 27 : le souk hebdomadaire (jeudi) de la commune d'Ait Blal



Photo 28 : le souk hebdomadaire (dimanche) de la ville de Demnate

Dans le territoire d'Ouelтана amont, il existe deux souks hebdomadaires, le premier se tient tous les mercredis à douar ait Toutiline dans la commune de sidi Boukhalf, et le deuxième se tient tous les jeudis au douar Tizi Noubadou, chef lieu de la commune d'Ait Blal.

Le temps d'accès varie selon les douars, en fonction du relief. Dans notre zone d'étude où les routes goudronnées font défaut, certains ruraux se déplacent à dos de mulets, d'ânes ou de chevaux. Les souks structurent fortement l'espace rural et le polarisent. La campagne marocaine est loin d'être un espace désorganisé, même si, en certains lieux, elle demeure parfois enclavée et mal desservie. Les souks lui apportent un équipement et une structure tout à fait originaux. Seul le bruit, la foule, l'agitation qui règne sur les marchés font peu perdre de vue cette organisation, qui est pourtant bien réelle.

Le souk hebdomadaire dans le notre zone d'étude, est à la fois un centre d'écoulement des produits ruraux (céréales, légumes, produits animaux, artisanats...) et un centre d'approvisionnement en produits divers issus de la ville (épicerie, quincaillerie, tissus...). On y commercialise tout un ensemble de services et de loisirs. Le souk joue un rôle administratif et social très important. C'est un lieu de rencontre à caractère social et un espace de rassemblement et de rencontre vu qu'il présente aux habitants des différents douars de la région une plate-forme pour discuter, se rencontrer ou encore pour s'enquérir de l'état des membres de la famille étant donné que le système tribal est encore présent dans la région. Aussi, le souk représente un lieu où s'établissent des contacts, où se négocient des alliances, fiançailles, mariages...etc.

L'autorité est représentée dans tous les souks par la Gendarmerie Royale ou les forces auxiliaires, un juge de tribunal de première instance et l'administration caïdat : caïd, cheikh ou Moqadem. Le fellah peut le jour du souk régler de nombreuses affaires non commerciales : déclarations d'état civil, demande de certificats divers, règlements d'éventuels litiges (bornage des champs, désaccords commerciaux ou familiaux...). Les souks sont souvent l'occasion d'annonces officielles par l'intermédiaire des crieurs publics, de la distribution et de la collecte du courrier ...etc.

Selon J.F. Troin, en termes économiques, les souks mettent à la disposition de campagnes relativement démunies des équipements commerciaux et des services dont elles ne pourraient supporter le poids de façon permanente. Véritable ville de toile, le souk remplit la totalité des fonctions urbaines pour peu que le caïd vienne y arbitrer les conflits ou qu'un dispensaire soit installé à proximité, comme c'est généralement le cas.(Troin, 1977)

Cependant, la longue continuité des souks marocains ne doit pas faire illusion. Par-delà les mutations technologiques, les conditions de l'échange entre ruraux et commerçants se sont beaucoup modifiées, au point de devenir, parfaitement inégales. Sur les marchés de jadis, les partenaires du jeu commercial ne disposaient les uns et les autres que d'équipements peu efficaces ; leur rayon d'action, leurs possibilités d'échange étaient limitées. Aujourd'hui, « *le fellah demeure tributaire des trois ou quatre marchés qu'il peut atteindre à pied ou avec son mulet ; ses capacités de stockage sont encore faibles et il éprouve à certaines périodes de l'année d'impérieux besoins d'argent. Il négocie donc en général ses produits aux époques les plus défavorables. Au contraire, le commerçant circule en camionnette ou en camion ; il est informé, habile à tirer parti des différences de cours existant d'un bout à l'autre du pays ; il achète après les récoltes des produits qu'il revendra quelques mois plus tard, parfois dans la même région, avec de substantiels bénéfices. Liés aux industries de conditionnement et de transformation, les négociants prélèvent un surproduit considérable dans les campagnes. Ils offrent aux ruraux des articles d'origine industrielle, par rapport auxquels les produits de la terre ou de l'artisanat subissent une dépréciation constante* ». (Troin,1977)

Au total, par le jeu du commerce des souks, ils demeurent un enjeu important par les taxes qu'il rapporte et par l'animation commerciale qu'il induit. La ville de Demnate réalise un véritable drainage de marchandises et de richesses aux dépens de territoire d'Ouelтана amont.

Les souks hebdomadaires de notre territoire d'Ouelтана amont, donnent également ou davantage la possibilité de changer volontairement l'environnement surtout pour les habitants des douars peu éloignés du centre de souk. Ils leur offrent l'occasion fort opportune pour

explorer de nouveaux horizons et de voir d'autres personnes et ainsi assouvir leur caractère grégaire. En somme, il est évident que le souk dans notre territoire comprend plusieurs significations qui dépassent le sens étroit du mot, il s'agit bien évidemment d'un lieu d'échange, de communication, de partage et de consolidation des liens sociaux. Ainsi, retrace une vie rurale authentique, recèle également un grand intérêt au plan touristique, il Manifeste la solidité des traditions et du patrimoine.

3.6.2 Fêtes et Moussem dans le territoire d'Oueltana amont.

Les fêtes et les moussems sont des occasions de rencontres et de rassemblement. Ils sont le ciment de la vie collective à Oueltana amont. Ces manifestations sont également le lieu d'un partage avec les populations émigrantes qui retrouvent Tamazirt (c'est-à-dire le pays), sa culture et sa tradition, ces rencontres sont l'image d'une vie culturelle très dynamique.

Le territoire d'Oueltana amont se caractérise par la présence d'un grand nombre de manifestation touristiques, que se sont résumées dans le tableau suivant :

Tableau 27: les principales manifestations touristiques dans la zone d'étude

| Manifestation | Commune | Caractéristiques | Date |
|--------------------------------|----------------|--------------------------------|--|
| Fête Tougou Nrar | Ait blal | Social,culturel et Touristique | Octobre |
| Fête sidi hssain | tifni | Social,culturel et Touristique | Août |
| Fête tizgui | tifni | Social,culturel et Touristique | octobre |
| Fête ait migirt | tifni | Social,culturel et Touristique | A partir de la 1 ème semaine d'octobre |
| Fête tizgui | tifni | Social,culturel et Touristique | A partir de la 2 ème semaine d'octobre |
| Fête sidi bouaissa | tifni | Social,culturel et Touristique | A partir de la 3 ème semaine d'octobre |
| Fête sidi hicham | tifni | Social,culturel et Touristique | A partir de la 4 ème semaine d'octobre |
| Fête Aazib til | tifni | Social,culturel et Touristique | Mois Mai |
| Moussem zawit n'sidi boukhalif | Sidi boukhalif | Social,culturel et Touristique | Mois octobre |

Chaque festival dans le territoire d'Ouelтана amont comporte une série de manifestations portant, notamment, sur des soirées de la musique populaires (Lâamt). C'est une société d'hommes formant la troupe d'ahouach. Elle est ouverte à tous les hommes de la localité. Cependant, seuls les amateurs d'ahouach (ihouaouyn) et ceux qui s'adonnent avec talent à cette activité y adhèrent. La troupe désigne chaque année son chef, amghar n lâamt, en la personne de celui qui se distingue par certaines qualités, notamment par la connaissance de toutes les danses locales. Cet organisateur entreprenant est, en somme, un vrai capitaine d'équipe qui doit pouvoir défendre l'honneur de toute la localité lors des rencontres de plusieurs lâamt. Celles-ci doivent, à tour de rôle, animer la fête organisée dans la localité pour certaines occasions (fête de récolte, mariage, circoncision...etc). Chaque groupe s'efforce de se signaler par la qualité de sa prestation. La moindre défaillance peut nuire non seulement à l'honneur de la troupe, mais aussi à celui de toute la localité (Jouad et Lorta-Jacob, 1978)

L'amghar est généralement assisté d'un adjoint dont le rôle consiste à convoquer les membres de la troupe à l'occasion de chaque invitation, et à vérifier les instruments de musique, chaque musicien devant évidemment apporter un tambour (tart) en bon état. En cas de défection de l'un des membres sans raison valable, plusieurs sanctions sont prévues : amende payée en nature et qui va d'un pain de sucre, à la préparation d'un repas pour toute la troupe et même exclusion, mais on y recourt rarement.

Lâmt est aussi une « institution de formation ». Les adolescents y apprennent à danser, à chanter et à composer leurs premiers vers de poésie. « *C'est un véritable conservatoire local dont le rôle de formation se double du rôle de transmission d'un patrimoine musical ancestral pour perpétuer la tradition poétique* » (Jouad et Lorta-Jacob, 1978) Aucune rémunération n'est attribuée à Lâamt. Cependant, la troupe est traitée avec beaucoup d'égards. Lors des festivités, ses membres sont servis les premiers et mieux que tous les autres invités. Le règlement interne de Lâamt reflète celui qui régit la communauté. Les conflits qui surgissent à l'intérieur du groupe sont réglés encore une fois par le biais de lhq (réconciliation)

Les populations rurales d'Ouelтана amont sont porteuses d'un patrimoine culturel immatériel important, qui s'exerce dans les arts du spectacle à travers les musiques, les danses et les expressions orales. Des groupes de musiques et danses traditionnelles, de cultures différentes et variées animent aujourd'hui le tourisme dans près de pont naturel d'Iminifri

Lâamt, très reconnus dans le champ culturel rural de notre territoire, chaque douar à son groupe de Lâamt, ils forment aujourd'hui un ensemble d'activités dynamiques et réactives permettant de répondre aux besoins culturels des touristes des différentes nationalités qui séjournent à Iminifri.

A titre d'exemple, le groupe de Lâamt de douar Tizgui, le plus proche douar du pont naturel d'Iminifri, anime le tourisme avec ses chansons et poèmes traditionnels. À travers des soirées de chants et danses populaires, ce groupe essaye d'attirer les touristes et les convaincre à participer aux événements culturels en relation avec leur patrimoine immatériel. Ce groupe propose une diversité de spectacles, de danses et de chants, associés à des vêtements spécifiques. Il chante habituellement en langue berbère, en jouant avec des bâtons et un tambour en peau de chèvre. Ces atouts culturels du territoire constituent un facteur d'attractivité non seulement pour les touristes étrangers, mais aussi pour les Tunisiens.

Les festivals d'Oueltana amont comportent aussi des rencontres, des visites touristiques dans la région, des compétitions sportives. Ainsi qu'une cérémonie de circoncision d'enfants issus de familles nécessiteuses sont également parmi les activités de cette manifestation.

La population d'Oueltana amont a préservé jusqu'à nos jours de toute atteinte, un patrimoine artistique exceptionnel. Cette population a depuis longtemps, su exalter ses peines et soucis mais aussi, ses plaisirs et ses joies dans une poésie et dans une danse qui leur sont propres.



Photo(29): ahwach n'ait blal, et lâamt N sidi boukhalf (30) ,les pratiquants transmettent et véhiculent une mémoire sculptée dans leurs corps et leur imaginaire. Ce n'est pas un héritage uniquement langagier. C'est principalement un héritage corporel. Le geste et le mouvement exigent une interprétation relative à une communauté bien définie. Des gestes venus du fond du temps. A la recherche de l'originalité et de liberté.

Le seul moussem religieux qui existe dans notre zone d'étude est celui de Zaouïa sidi Boukhalf, selon Kadiri (2002), les Zaouïas sont « *l'un des éléments de base et, en quelque sorte, la matrice historique de l'organisation sociale, religieuse et culturelle du Maroc. Dans toute l'histoire marocaine, les Zaouïas, en tant que manifestation sociale majeure du fait religieux, ont représenté les acteurs décisifs de la scène politique, religieuse et sociale. Leurs fonctions ne se limitent pas à un seul champ, il s'agit de l'exemple type d'institutions*

multifonctionnelles. Aujourd'hui, l'existence des Zaouïas confirme leur capacité à s'adapter dans une société qui subit les effets de la modernisation. Si elles ne possèdent plus le monopole de la direction religieuse de la société et de sa prise en charge sociale, elles recrutent, cependant, toujours les disciples à tous les niveaux de la société. Les Zaouïas continuent à transmettre une culture religieuse et prétendent aussi réformer la société ; certes, elles font partie de la composante religieuse et du patrimoine passéiste marocain. Elles sont également un facteur déterminant dans le champ religieux dominé par le pouvoir monarchique ». (Kadiri, 2002)

Le moussem de zaouïa sidi Boukhalf est un évènement festif, circonscrit dans le temps et dans l'espace et destinés à la célébration de cette zaouïa. Ce moussem annuel, aux dimensions religieuses et culturelles, témoignent de l'attachement solide de la population à ses traditions religieuses et sociales ancestrales. C'est un rassemblement de tous les Tolba des douars d'Oueltana amont.

Tolba (pl. de taleb) : clercs ou lettrés. La qualification de taleb n'est attribuée qu'à celui qui a appris par cœur le Livre sacré. En effet, pour devenir un taleb, « *il faut consacrer les vingt premières années de son existence à la mémorisation du Coran. Un taleb ne doit pas seulement savoir réciter parfaitement les soixante sourates du Livre saint, il doit aussi pouvoir reproduire leur graphie conventionnelle. L'exercice est très périlleux, d'autant plus que l'enfant berbère n'a aucune connaissance de la langue arabe. Cela explique en partie, le faible pourcentage de tolba* ». (Amahan, 1998)

Comme Lâamt, les tolba remplissent la fonction de représentants de la localité à l'occasion de zawit n sidi Boukhalf (rencontre de tous les groupes de tolba de la des douar d'Oueltana amont). Dans ce moussem, Chaque douar doit offre des dons aux tolba pour leur offerts en récompense de la selka (lecture du Coran dans sa totalité) dans la mosquée. Quelques prières, fatha, sont adressées pour la prospérité de la localité. A la fin de cette tournée, les dons accumulés permettent au groupe des tolba de donner une grande fête dans un sanctuaire attribué à la zawiya sidi boukhalf. Tous les hommes du douar y sont conviés. Cette manifestation laisse libre cours aux compétitions entre les lettrés présents. La moindre faiblesse, même celle d'un seul membre du groupe, risquerait de faire rejaillir la honte sur toute la localité. « *La présence des tolba est, dit-on, aussi nécessaire à la localité, que le sel l'est aux mets.* »

Toutes ces festivités constituent des occasions de rencontre et de contacts entre les différents douars. C'est également, un moment de détente complète qui vient rompre la monotonie des jours de la vie montagnarde.

3.7 Les défis de développement du tourisme dans le territoire d'Oueltana amont

L'introduction de l'activité touristique dans un milieu aussi enclavé et marginalisé que la montagne n'est pas sans avoir d'importantes incidences sur le milieu local. Les effets de l'impulsion de l'activité touristique sur le milieu d'accueil peuvent être à la fois positifs et négatifs. Positifs dans la mesure où le développement de l'activité touristique nécessite une infrastructure de base en matière de moyens de communication (pistes carrossables, routes, réseau téléphonique, électrification, adduction en eau potable...). Ces équipements lourds sont réalisés par les pouvoirs publics (Etat, région, province, commune...). Le but recherché est donc de pouvoir faciliter l'accessibilité de la région aux touristes. D'une manière indirecte, la population locale tire profit et avantage de ces réalisations. Cette population voit son milieu désenclavé et ouvert sur le reste des régions, les agriculteurs et éleveurs en particulier, voient leurs productions facilement commercialisées grâce à la fluidité du trafic de transport ; les non employés parmi la population locale, en particulier les jeunes, trouvent l'occasion de s'occuper même provisoirement durant la période de réalisation des travaux d'équipement.

D'un autre côté, l'activité touristique nécessite pour son développement la réalisation des équipements touristiques (refuges, gîtes chez l'habitant, auberges, restaurant...). Ces équipements sont dans la plupart des cas réalisés par des acteurs locaux. Ces derniers voient leurs activités de base (agriculture, élevage) complétées par une autre annexe au secteur de tourisme. Il s'agit en fait, d'une opportunité de réaliser des revenus complémentaires leur permettant d'améliorer leur niveau de vie ainsi que celui de ceux employés par eux.

Le territoire d'Oueltana amont se caractérise par l'abondance des établissements touristiques, qui sont généralement des hôtels et des maisons d'hôte, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 28 : établissement touristiques de territoire d'Oueltana amont

| Type | Etablissement | Commune | Classement | Capacité en lits |
|----------------|---------------|----------------|----------------------------|------------------|
| Gîte | Tizi Noubadou | Ait Blal | 1 ^{ère} catégorie | 15 |
| Gîte | Tifert | Ait Blal | Non classé | 6 |
| Gîte | Imi nifri | Tifni | Non classé | 25 |
| Maison d'hôtes | Aghbalou | Tifni | 2 ^{ème} catégorie | 30 |
| Hôtel | Rat | Sidi Boulkhalf | Non classé | 15 |
| Espace | Tamount | TIFNI | Non classé | 30 |

Source : Enquête de terrain 2017

Planche photo 12: etablissement touristiques dans le terioitre de ouelatana amont



Photo 31: Gite Tizi Noubadou avec une capacité de 15 lits , il offre une vue panoramique sur des paysages verdoyants d’Ait Blal. il est doté de plusieurs terrasses pour se détendre

(Cl, El Bakkari - le 28/05/2018)



Photo 32 : Des panneaux de publicité pour indiquer la présence des hôtels et des gites dans le territoire d’Oueltana amont

Ces panneaux sont dispersées sur le site d’Iminifri pour profiter de la visite des touristes a ce pont afin attirer le maximum de visiteurs.



(Cl, El Bakkari - le 01/06/2018)



Photo 33 : Espace Tamount à100 m du pont d’Iminifri, a part sa capacité d’hébergement de 30 personnes, il se distingue des autres établissements touristiques par son model unique du tourisme durable, c’est un espace qui contient un grand atelier représentant toutes les activités traditionnelles de la région (poterie, tapisserie, extraction d’huile, menuiserie...etc.)



Cl, El Bakkari le 01/06/2018

Les artisanes et les commerçants voient, grâce à l'activité touristique, leur produits valorisés et commercialisés, ce qui leurs permet de développer leurs activités à une échelle plus étendue.

Le développement de l'activité touristique dans un espace fragile, si elle n'est pas bien gérée, peut avoir des répercussions néfastes tant au plan naturel qu'au plan humain. Il s'agit bien des problèmes au nombre desquels il faut compter ceux :

- De la dégradation des paysages ;
- De la dégradation du patrimoine culturel ;
- De la dégradation sociale
- De la difficulté d'intégration de l'activité touristique dans le tissu économique en place.

Malgré l'essor considérable qu'a connu l'activité touristique dans la région, notamment dans la commune de Tifni, la vente des séjours et l'organisation des randonnées continuent de se faire principalement à l'étranger (les tours operators) ou au niveau de voyage spécialisées localisées dans les grandes villes, en particulier Marrakech. Il en résulte que la bonne part des recettes touristiques soit accaparée par ces acteurs. Ce mode d'organisation ne favorise pas une large redistribution de la manne touristique entre les différentes couches sociales, et encore moins entre les différents localités. Le choix de la destination et des circuits à pratiquer, est programmé à l'avance par les agences de voyage selon l'importance de chaque localité dans la fonction touristique qui reste elle aussi, tributaire de la position géographique. Le principal souci des organisateurs de circuits touristiques semble être le choix de l'itinéraire le moins couteux.

D'une manière générale, nous pouvons constater que la commercialisation du produit touristique de la montagne profite principalement aux acteurs étrangers à la localité, et secondairement à quelques guides, propriétaires de gites et accompagnateurs muletier. Le reste de la population locale ne profite guère des dépenses de touristes qui restent généralement en dehors de tout contact commercial.

Par ailleurs, si le développement de tourisme rural, présente de nombreux avantages pour le milieu rural, il peut aussi lui susciter de nombreux problèmes, et des conséquences négatives sur le paysage et de l'écosystème (Lopez Lara, et al.2010), parmi lesquels nous pouvons noter :

- La menace pour l'environnement : le tourisme rural s'exerce dans les environnements naturels fragiles. Certaines destinations touristiques les plus attrayantes sont

celles des sites présentant un environnement plus sensible. Dans de nombreux pays, les études ont montré que la pratique de l'escalade érode la face des roches ; la marche et la bicyclette ou l'équitation usent les chemins dans les régions fréquentées ; le bruit et les déchets éloignent les animaux sauvages et leur sont nuisibles ;

La fréquentation touristique dans la vallée Ghezaf a entraîné comme le cas de la vallée Ait bougmaz (Grini, 2005) une atteinte aux champs cultivés. En effet, le passage des randonneurs exaltés dans les vergers a entraîné des dessertes et des sentiers au milieu des champs cultivés, ce qui a suscité le mécontentement des agriculteurs locaux vis-à-vis de ces pratiques nuisibles par des touristes non avertis. La situation se complique d'avantage lorsque des accompagnateurs désignent l'installation des bivouacs près des champs. La responsabilité dans ce domaine incombe bien aux responsables des collectivités locales, qui auront dû prendre la décision d'implanter des moyens de signalisation permettant la sensibilisation au respect du paysage, désigner des places aménagées réservées aux bivouacs loin des champs.

- La menace socio culturelle : l'afflux d'un grand nombre de touristes peut déstabiliser le petit monde socio-culturel bien ordonné de la communauté rurale. L'influence des cultures moderne sur des cultures traditionnelles se traduit presque toujours par un changement de la culture traditionnelle et non pas l'inverse ;

- Les investissements des entrepreneurs du tourisme rural venus d'ailleurs du milieu local présentent certes, un apport précieux de capitaux et de compétences, mais ils peuvent aussi poser des problèmes en étant insensibles aux traditions, aux habitudes de travail et aux styles architecturaux du lieu ; en ayant le plus souvent recours à des fournisseurs sont locaux pour les biens et les services dont ils ont besoin ; en réinvestissant leurs bénéfices et leurs gains en capital en dehors de la région. La puissance financière des entrepreneurs et des organisateurs de l'activité touristiques venus de l'extérieur empêche généralement les collectivités locales d'avoir la haute main sur leurs opérations. Lorsqu'elles l'ont, elles n'ont souvent pas l'expérience, les compétences ou les moyens de prévision nécessaires ;(Grini, 2005)

- L'absence ou l'insuffisance de formation : beaucoup d'acteurs locaux du tourisme rural ont peu ou pas de formation dans une grande partie des domaines de compétence nécessaires dans un secteur aussi complexe et concurrentiel. L'absence de formation est l'une des raisons pour lesquelles il y a aussi une forte proportion d'une gestion défailante des entreprises dans le domaine du tourisme rural.

Parmi les obstacles au développement du tourisme en milieu rural, on cite :

➤ Au niveau de la demande :

Le problème de la concentration des vacances sur une période limitée de l'année constitue l'un des obstacles majeurs pour le tourisme en milieu rural. Ce problème reste encore posé même pour les pays ayant connu un essor considérable de leur tourisme rural.

En France par exemple, des études multiples ont été effectuées pour dénoncer les inconvénients du non étalement des vacances et ont situé respectivement l'importance des quatre facteurs principaux de la concentration des congés : la fermeture des entreprises, les vacances scolaires, la qualité de l'accueil touristique le comportement des français liés à leurs habitudes ou à leurs éducation. (Grolleau et al, 1986)

➤ Au niveau de l'offre :

En générale la faiblesse du tourisme à Ouelтана amont réside essentiellement dans le caractère atomisé et mal organisé de son offre. Elle est trop axée sur une seule composante, celle du géosite d'Iminifri. Les tentatives de regroupement des prestations touristiques dans notre territoire ou dans les espaces ruraux les plus attrayants en général, sont encore rares ou peu organisées. Le tourisme de notre territoire connaît malgré ses atouts certaines insuffisances :

- Une offre mal structurée ;
- Une qualité inégale des prestations (animation insuffisante) ;
- Une activité saisonnière
- Une promotion et surtout une commercialisation insuffisante.

➤ Les obstacles propres aux collectivités locales :

Dans certains pays développés, les élus locaux, les professionnels et les pouvoirs publics ont décidé de faire de l'aménagement touristique un facteur de développement du milieu rural. (Grini, 2005)

Cependant, dans notre territoire d'étude, le cadre communal est souvent peu adapté aux opérations touristiques. D'une part, la gestion de l'activité touristique au niveau communal suppose une grande compétence et un savoir faire considérable dont les élus locaux en manque encore. D'autre part, l'élaboration d'un projet touristique au niveau communal s'avère difficile soit, parce que, en raison de la nature de l'équipement projeté, le cadre géographique de la commune est trop limité (circuit de la randonnée) soit, par ce que l'opération touristique envisagée ne peut être inscrite que dans un cadre plus global impliquant toute une région, soit encore et surtout parce que les communes en espace rural

n'ont pas dans la majorité des cas, les moyens pour financer isolement, des structures nécessaires.

Le découpage administratif du territoire rural sur la base des « considérations purement politiques » a eu des conséquences fâcheuses sur l'autonomie des communes. Ces dernières, n'ayant pas généralement de ressources patrimoniales et fiscales suffisantes se trouvent incapables d'investir pour créer une dynamique nouvelle.

Les communes d'Oueltana amont étant donnée la faiblesse de leurs ressources, se trouvent incapable d'agir isolement. De ce fait, la mise en place d'un contexte générale favorable au développement de l'activité touristique est nécessaire. Les actions des collectivités locales doivent être conçues et réalisées dans le cadre de groupement de commune au niveau d'un « territoire homogène » aussi bien sur le plan géographique et économique et d'historique et politique. Ce n'est qu'au niveau de ce territoire que les collectivités pourront coordonner l'action jusqu'à ici dispersée des différents partenaires et du développement de l'activité touristique en milieu rurale : département du tourisme, de l'agriculture, de l'eau et forêt, institution financières (crédit agricole) et les différents services extérieurs des départements touchant de près ou de loin de tourisme.

L'articulation des rôles des différents intervenants suppose :

- Les communes sont appelées à agir dans le cadre de groupement afin de pouvoir répartir les charges d'équipement publics que nécessite l'activité touristique. Dans de telle hypothèse, il est clair que les recettes fiscales retirées de l'activité touristiques soient réparties entre les communes par péréquation ;
- Les départements se voient confier un rôle d'impulsion et de coordination ;
- L'Etat lui appartient de jouer le rôle de garant des grands équilibres. C'est lui qui doit définir clairement les priorités et les directives d'aménagement du territoire et élaborer en conséquence un dispositif d'aide au développement économique en milieu rural tout en laissant une latitude d'actions toujours plus grande aux collectivités locales et aux régions.

En général, Le développement du tourisme dans notre zone d'étude passe par des réformes parfois radicales. En effet, il est essentiel de :

Admettre que la zone d'étude, tout comme plusieurs zones du pays jouissant de potentialités patrimoniales diversifiées et riches, mérite d'être considérée comme une région touristique culturelle indépendante.

- Repenser le tourisme marocain : La promotion du produit culturel en tant que produit autonome capable d'attirer une clientèle différente de celle de masse est l'une des solutions.

En effet, « la plupart des Tour-Opérateurs recommandent fortement une stratégie promotionnelle agressive sur les aspects culturels du pays qui étaient jusque là négligés » la richesse patrimoniale que l'on trouve à Ouelтана amont, à besoin d'une motivation pour attirer un nombre très élevé de touristes. Ceux-ci cherchent à connaître les nouvelles cultures et à se confronter à la multitude d'arts du spectacle, d'artisanats, de rituels, de cuisines et d'interprétations de la nature et de l'univers qui existent dans le monde. Selon la Commission Européenne (2010) « environ 25 % des touristes européens ont choisi leur destination à cause du patrimoine culturel » (Gammoudi, 2018)

- La décentralisation au niveau de la prise de décision dans le secteur touristique. Ceci est de nature à permettre aux acteurs régionaux et locaux de prendre en main le marketing du produit culturel existant.

- Promouvoir le tourisme alternatif et les nouvelles formes du tourisme dans la région étudiée. Jusqu'à l'heure actuelle, les réformes législatives sont lentes dans ce domaine. Des lobbies défendant le tourisme de masse exercent de fortes pressions sur les décideurs pour limiter le développement du tourisme alternatif, en croyant qu'il limiterait leur clientèle.

Pour conclure, on peut dire qu'il n'existe pas une seule forme de tourisme dans le territoire d'Ouelтана amont. Malgré les potentialités patrimoniales spécifiques qu'elle contient, le tourisme dans notre zone d'étude est marqué par la prédominance des flux de passage. Le marketing touristique n'est pas entre les mains des acteurs locaux. Il est encore dépendant des tour-opérateurs internationaux et des agences de voyages situées dans les grandes villes (Marrakech, Agadir...). En outre, ces dernières années sont marquées par l'apparition de nouvelles formes de tourisme. Une infrastructure d'accueil alternative est née. Certains douars montagnards commencent à prendre le chemin de spécialisation dans le tourisme solidaire et social dont les mécanismes sont très différents de celui de masse.

De ce fait, entre un tourisme de masse en crise, et un tourisme alternatif qui se développe, la région étudiée connaîtra de profondes mutations au niveau de l'activité touristique dans les prochaines années.

3.8 Les produits de terroir d'Ouelтана Amont, Pratiques et savoir-faire : un lien culturel

Plusieurs auteurs montrent bien, dans leurs travaux, le lien existant entre le produit et son origine géographique « l'aire d'origine ». Ils associent le terroir à une dimension géographique (Barham, 2003), aux conditions pédoclimatiques (Letablier et al, 1994), mais aussi

à une dimension humaine, un savoir-faire et une culture (Bérard et al, 2004). Cet agencement entre l'identité naturelle (caractéristiques physiques du terroir) et l'identité culturelle-patrimoniale (tradition, savoir-faire et notoriété) peut selon (Pecqueur, 2002) résoudre la dynamique territoriale.

Un produit de terroir, peut être associé à des conditions de production et de transformation territoriales basées sur les ressources spécifiques locales, notamment sociales, culturelles et environnementales. En s'appuyant sur les différentes approches des auteurs qui ont traité cette thématique, la reconnaissance d'un produit de terroir peut se baser, sur l'identification du milieu physique, le lien du produit à son milieu et aux acteurs et qui peut par la suite lui conférer des qualités spécifiques. Le lien du produit à son milieu, est le rapport qui existe entre les caractéristiques typiques du produit et son milieu géographique, dans ses dimensions à la fois physiques et humaines. On entend par les caractéristiques du produit : son aspect, son goût, ses aspects spécifiques qui doivent être dépendant de l'espace géographique et des acteurs qui le délimitent. (Belletti et al, 2009)

En effet les pratiques qui s'utilisent pour fabriquer ces produits peuvent avoir une certaine similarité d'un terroir à un autre mais ne sont pas tout à fait homogène. Chaque communauté à une spécificité dans les coutumes, dans la lumière de préparer et de cuisiner les produits et dans la façon des pratiques d'élevages et de cultivatrice (Bérard & Marchenay). Le savoir-faire est un facteur important dans la production locale. A partir du moment où existent des savoir-faire collectifs, partagés entre différents membres d'une communauté, le produit s'inscrit forcément dans une culture locale. Cette notion nous permet de faire la part des choses entre ces produits et d'autres (Hmimina, 2010)

Chazole C., Lambert R., (2011) Insistent sur le lien au lieu qui caractérise ces produits. Leur avantage spécifique se construit à la fois sur des « *composantes physiques, géologiques ou pédoclimatiques mais aussi et surtout le fruit d'une construction sociale et patrimoniale* »

Le territoire d'Oueltana amont regorge plusieurs cultures et productions agricoles, nous en citons : l'amandier, la vigne, le noyer, l'olivier, le caroubier, le figuier, le figuier de barbarie, les PAM, le miel en plus de certaines cultures maraîchères et céréalières. Une partie des productions est destinée à l'autoconsommation (céréaliculture, maraîchage), alors que l'amandier, la vigne, le noyer, le miel et les PAM présentent les cultures phares de la région, et créent une valeur ajoutée importante par rapport aux autres cultures que ce soit sur le plan économique ou sur les plans social et écologique. Parmi ces produits de terroir, « *des produits qui ont une profondeur historique, une histoire, qui sont là depuis un certain temps, et qui reposent sur des savoir-faire partagés. Evidemment ils viennent d'un endroit donné, mais ils*

sont essentiellement inscrits dans laculture locale et dans la société locale » (Berard et al, 2005), On cite :

3.8.1 L'Arboriculture fruitière d'Oueltana amont (amandier, noyer et vigne)

D'après nos enquêtes, les amandiers d'Oueltana amont sont des plantations très anciennes (jusqu'à plus de 200ans). La population ignore les dates de plantation des vergers naturellement renouvelés. Une grande partie des arbres est desséchée à cause de la sécheresse, sinon les gens ont cessé de cultiver la terre qui les entoure sans oublier les amandiers abandonnés par les familles émigrées.

La population locale ne distingue pas entre les variétés d'amandier existant. La seule différenciation que font les habitants c'est entre les amandes (louz iziden) et les amandes amères (louz iheran). La majorité des familles de deux communes sidi Boukhalf et Tifni possèdent des amandiers dont le nombre est en moyenne de 100 arbres dont les 2/3 sont des amandiers doux et le 1/3 est des amandiers amers. D'après nos investigations, la production moyenne de chaque famille est de 50 kg /an d'amandes douces et de 25kg/ an d'amandes amères et ce après concassage. Sur la base du nombre des ménages que comporte ces deux communes et la moyenne de production des familles, nous estimons la production totale de notre territoire à 8 tonnes/an d'amandes douces et 3 tonnes/an d'amandes amères.

Les amandiers d'Oueltana amont ne sont pas nécessairement productifs. Le faible entretien des vergers ainsi qu'un certain nombre de problèmes (maladies, sanglier, ...), font qu'une grande partie des pieds d'amandiers ne produisent pas sinon très peu. On se retrouve alors avec un grand nombre de pieds abandonnés pour cette cause. La récolte se fait manuellement par les hommes et femmes ou à l'aide d'un bâton « ANZEL », si le fruit est difficilement accessible, puis on le ramasse sous l'arbre. Ces techniques traditionnelles causent des dégâts aux arbres ainsi qu'une perte importante de la récolte.

Les amandiers doux et amers ne sont pas séparés au niveau du verger. Au moment de la récolte. Les fruits sont cueillis en même temps, ce qui fait que les amandes douces et amères se mélangent sous les arbres, et on se retrouve donc avec des fruits mélangés et un produit qui se vend à des prix bas ou même se rejette au niveau du marché face aux produits des régions avoisinantes. Une fois les amandes ramassées, les femmes procèdent au concassage du fruit. Cette opération est appelée localement en amazigh « ANREZ ». Le stockage des amandes concassées se fait à la maison, dans des conditions dans la majorité des cas défavorables (humidité, insectes,..) et pour de longues périodes, du fait que les agriculteurs commercialisent leurs productions en petite quantité (3 à 6 kg) et une fois par

semaine sur le marché hebdomadaire de Demnate , et ceux durant une bonne partie de l'année, pour but d'assurer une source de revenu continue pour un maximum de temps. L'amandier développe des caractéristiques écologiques intéressantes pour conserver la biodiversité et le contexte naturel de d'Oueltana amont, les plantations constituent un excellent stabilisateur des sols surtout les sols en pentes. Cette culture crée de l'emploi et de la valeur ajoutée. Il possède un niveau de valeur ajoutée intéressant grâce aux prix élevés du fruit sur le marché local (surtout en mois de Ramadan). Cependant, un conditionnement approprié et une commercialisation performante augmentera le niveau de valeur ajoutée même sans la transformation.

La culture de la vigne d'Oueltana amont est particulièrement localisée dans la vallée d'oued Ghezaf, l'oued qui traverse la commune de sidi Boukhalif et elle est considérée comme un patrimoine régional. Historiquement, la région est connue par l'introduction du raisin par les juifs Marocains qui produisaient de l'eau de vie. Le matériel végétal en culture ne comprend que des variétés locales dont la plus importante est « ABouhou » qui représente 70 % du vignoble local, les 30% restants sont constitués des clones « Guial » et « labiad »



Photo 34: la culture de la vigne dans la vallée de ghezaf



Photo35 : les deux variétés de raisin d'Oueltana amont

Le vignoble d'Oueltana amont présente la particularité d'être constitué de variétés locales qui se sont maintenu in-situ depuis très longtemps. Il n'existe pas de variétés étrangères introduites associées à ce matériel autochtone car la plantation se fait à partir des boutures (10-15 cm de longueur) prélevées des plantations précédentes en mois de Mars. Ceci donne au vignoble d'Oueltana amont un caractère de terroir bien identifié.

La population d'Oueltana amont et de Demnate en générale est consciente du caractère autochtone de leur vignoble et de la particularité des cépages locaux, notamment la variété «ABouhou ». Toutefois, il n'existe aucune organisation pour promouvoir cette spéculation

Les viticulteurs d'Oueltana amont connaissent et pratiquent les techniques de base de conduite de la vigne telle la taille, la fertilisation, l'irrigation, le palissage et les traitements phytosanitaires. Ils ont l'avantage de n'apporter que de la fumure organique (fumier), mais ne maîtrisent pas bien les techniques de production de la vigne, notamment les traitements phytosanitaires. En effet, les agriculteurs se plaignent des dégâts causés aux ceps et aux grappes par les maladies. Les dialogues avec les agriculteurs ont fait suspecter des attaques de mildiou, d'oïdium et de pourriture (noire et grise) que les producteurs n'arrivent pas à contrôler.

Le raisin d'Oueltana amont est vendu comme produits frais, il existait un savoir faire très élaboré de séchage de ces raisins pour la production d'un raisin sec typique de la région. Mais, qui a disparu avec le départ des juifs installé à Demnate. Cette information est d'une importance évidente pour le produit de terroir et ce à deux niveau :

- 1- Le raisin autochtone présente la capacité d'être séché ;
- 2- Il existait un savoir-faire local de séchage de raisin qu'il est possible de faire revivre.

Ces deux points est un fort indicateur sur la possibilité de produire du raisin sec de terroir. La production d'alcool a été bannie depuis le départ des juifs Marocains de Demnate.

La production (suivant le système de conduite à Demnate) peut atteindre selon les agriculteurs 30 à 45T. Le rendement estimé sur cette base indique une bonne maîtrise de la conduite de la vigne par les agriculteurs. La récolte a lieu en septembre, ce qui en fait un vignoble tardif.

Le raisin produit est vendu en frais, La moitié de la production est vendue localement à Demnate et l'autre moitié sort de la localité vers Tadla et Marrakech.

La vente au détail est autour de 10dh/kg. Au gros, le raisin est vendu entre 4et 6dh/kg. Il existe parfois des ventes sur pied,ou bien la vente sur l'arbre aux commerçants venant du Marrakech à un prix variant.



Photo36: la vente de raisin sur pied dans la commune sidi boukhalif



Photo37 : l'agriculteur a choisi de vendre une partie de sa production à Demnate

Il n'existe aucune association ni coopérative pour l'organisation de la production viticole de Demnate. Ce manque d'organisation des acteurs du secteur se reflète par la simplicité et le non organisation du circuit de commercialisation.

La culture du noyer ou (tasswikt) en tamazight existe grâce aux arbres très anciens dans la région d'Azilal, l'ancienneté de ces arbres est introduite depuis 2 ou 3 siècles. Les noyeraies les plus importantes s'étendent en haute altitude à Ait Boualli et Ait Bouguemez, ces noyeraies sont constituées de plants issus de semis locaux présentant une diversité génétique importante.

La noix d'Azilal est un fruit comestible du noyer commun, *Juglans regia*, c'est un fruit à coque ligneuse, entourée extérieurement d'une écorce verte dite « brou », qui est produite par le noyer et intérieurement d'un endocarpe lignifié renfermant une graine comestible formée de quatre quartiers séparés par le zeste.

Les localités les plus concernées sont celles d'Ait Bouguemaz, Ait Boualli et demnate (Ait Blal, Ait Oumediss, Ait Mgone et Ait Tamellil), avec une Superficie plantée en noyer qui s'élève à 720 ha en 2010 (avec 690 ha productifs). (MAPM,2010)

Le noyer d'Ait Blal et sidi Boukhalif fait partie du paysage naturel de ces localités. Sa présence depuis des millénaires a permis à la population locale de développer un savoir-faire local.

Notre territoire Ouelтана amont est surtout représenté par le noyer « *juglans regia* » qui est un bel arbre pouvant atteindre jusqu'à 80 m de hauteur et un diamètre de 20 m. cette espèce est la plus rustique et la plus résistante. La population d'Ouelтана amont distinguent entre 3 variétés de noyer (Tasswikt n'sefri, Tasswikt n'lmchhi et Tasswikt taromite (donné par l'état)



Photo 38 : Tasswikt n'sefri



Photo 39 : tasswikt taromite

Le noyer de « *juglans regia* » constitue le porte-greffe de prédilection, car c'est celui qui résiste le mieux au virus de Cherry Leaf Roll (virus de l'enroulement des feuilles du cerisier, en abrégé (CLRV) qui provoque chez le cerisier l'enroulement des feuilles, d'où son nom. chez le noyer, il provoque la maladie de la ligne noire lorsque la variété est greffée sur un porte-greffe hypersensible. Cette maladie se manifeste par une nécrose au point de greffe, nécrose qui progresse tangentiellement, provoquant la mort de l'arbre lorsqu'il est totalement ceinturé. (De corcelles et al 2011)

Le noyer n'est pas planté dans les parcelles, les agriculteurs aménagent des places dans les lits des affluents ou le long des canaux d'irrigation. Il n'existe aucune plantation régulière de noyer. Selon notre enquête de terrain, les agriculteurs de douars (Almssa, Tighmort, elhart, Ougougen, Ait wakrim, Ait ouchkrad et Tighli) souffrent des torrents de mois juillet et Août provoqués par oued Noufad qui prend sa source de Jbel Rat et se jette dans la vallée de Ghezaf . Malgré les techniques traditionnelles pour lutter contre le sapement des berges, chaque année l'agriculteur perd des arbres de noyer à cause des crues d'oued Noufad.



Photo 40 : la plantation de noyer tout au long du lit d'oued ghezaf



Photo 41 : le sapement des berges causé par les crues de oued Noufad menace la vie de noyer

Le bois de noyer est très fréquemment utilisé pour décorer les habitations des bourgeois pour lesquels ont fit appel au noyer brut ou en plaques pour décorer un ou plusieurs murs. A Ouelтана amont précisément les douars Almssa et Ait Toutline, l'artisan utilise ce bois pour fabriquer, des couverts à salade, des Gassaa (plat larges et creux) qui sont utilisés traditionnellement dans tous les foyers de haut atlas central pour préparer le couscous, il est solide et léger à porter.

Le prix varie (60 DH a 350 DH) selon le diamètre de Gassaa. Cette activité dans notre territoire n'est pas une activité génératrice de revenu durable puis que l'artisan attend et profite seulement la dégradation de noyer soit par la charge en noixou bien lors des périodes des crues pour acheter les arbres détruites par les crues violentes de mois juillet et Aout.



Photo 42 : différents volume de gassaa fabriquées en noyer



Photo 43 : la charge en noix a fait tomber l'arbre (âgée de 15 ans)

Avant d'utiliser le bois, on peut aussi, l'arbre étant bien vivant, se servir de ses feuilles pour lutter contre les fourmilières, qu'on asperge d'une décoction feuilles. Certains auteurs recommandaient de frotter les branches des pommiers avec des feuilles de noyer pour protéger le pommier contre les invasions de pucerons lanigères.

En France, « *un certain nombre de brevet on été déposé, dans lesquels on préconisait l'utilisation de poudre de coquilles de noix : mélangée a d'autre produits pour le colmatage des fuites de circuits de refroidissement des moteurs d'automobiles ; mélangée à du néoprène et des résines phénoliques pour fabriquer des revêtements de sol, pour la fabrication de surfaces de freinage ; et enfin, mélangée à du henné et du noir de fumée pour constituer un mélange à bronzer* ». (De corcelles et al 2011)

Le temps de la récolte des noix est indiqué par la rupture du brou. Précisément au fin septembre, Il n'est guère qu'on ramasse les noix avant que le brou soit éclaté.

Une fois le brou éclaté on procède à la cueillette des noix, car elles demeurent sur l'arbre. il ne s'agit pas de grimper à l'arbre et de saisir les noix une à une ; on utilisait jadis la méthode du « gaulage » ; Assouss en tamazight ; qui consistait à battre délicatement les branches à l'aide de longues perches de bois appelées « ANZEL ». Les noix étant, en règle générale, placées à l'extrémité des branches, elles se détachent facilement et tombent.

Une fois les noix par terre, il faut les ramasser. C'est là un travail qui fait appel à une main-d'œuvre saisonnière nombreuse (200 DH par jour pour l'ouvrier). On comprend la nécessité d'entretenir correctement le sol des noyeraies afin que les ramasseurs ne soient pas gênés, eux qui travaillent accroupis ou pliés en deux, souvent dans l'humidité ou sous la pluie de l'automne, et il faut faire vite, car les noix, pour bien se conserver par la suite et présenter un bel aspect, ne doivent pas séjourner trop longtemps sur le sol.

En France, la gaule a été remplacée par des engins qui secouent les noyers : les vibreurs ou secoueurs. De la même façon, la mécanisation est venue remplacer le ramassage à la main ; on utilise maintenant des ramasseuses qui fonctionnent suivant le principe de l'aspirateur (De corcelles et al, 2011).

Pour la commercialisation, La production des noix récoltées est rapidement écoulee vers les villes (Demnate, Marrakech, Azilal) via des intermédiaires qui viennent acheter sur place (dominance de vente directe), la quantité vendue est estimée à plus que 98% de la production.

Ce mode de commercialisation ne permet pas de valoriser au mieux la production locale (déplacement de la valeur ajoutée vers d'autres zones).

Les noix de gros calibre sont mieux payées et recherchées que celles de moyen à faible calibre, alors que ces dernières dominent la production.

Selon les agriculteurs de la zone d'étude, la production d'un arbre de noyer commence à 15 ans de sa plantation avec une production de 15.000 pièces de noyer. Chaque pièce se vend à 0.25 dh, de ce fait un arbre de noyer de 15 ans donne à l'agriculteur au minimum 3500 dh par année.

La commercialisation des noix est saisonnière, les producteurs vendent les noix directement après récolte (entre septembre et octobre) sur le marché local à un prix moyen pour toute la production afin de vendre les trois catégories de calibre (perte de marge). Les intervenants interviewés déclarent que les marchés de Casablanca et de Marrakech sont les destinations préférentielles aux noix de la région du Tadla-Azilal. En effet, plus de 70 % de la production est écoulée au niveau de ces marchés à travers les souks, les marchés du gros et les grandes surfaces. Il est à préciser que la région elle-même consomme une petite partie des noix produites localement (5%).

Les mauvaises manutentions des noix après récolte favorisent le brunissement des cerneaux, ce qui les dévalorise commercialement, la qualité des noix est très dépréciée par la bactériose et le carpocapse car sa commercialisation se fait en totalité en vrac sans aucun emballage.

3.8.2 Le miel (tamment)

La production apicole est aussi ancienne que les cultures introduites dans la région, Ouelтана amont est un territoire mellifère d'excellence grâce à un potentiel important en matière des plantes mellifères à savoir : l'amandier, euphorbe résinifère, plantes aromatiques et médicinales, caroubier, et d'autres espèces dispersées sur différents étages bioclimatique du territoire. Le système de culture offre une gamme variée d'espèces végétales notamment les plantations fruitières (noyer, olivier, figuier, vignoble) et les cultures maraichères. En plus qu'elle est une zone naturelle de l'abeille saharienne ou l'abeille jaune (*apis mellifera sahariensis*).

Dans tous les douars, seule l'apiculture traditionnelle est pratiquée. La conduite de cette activité est menée principalement par les hommes, Le produit est diversifié :

- miel d'euphorbe résinifère (tamment n'tikiwt)

- miel des fleurs d'amandier (tamment n'oujdig n'louz)
- miel de caroubier (tament n'tikid)
- miel de thym (tamment n'azokni)

Dans toute le territoire d'Oueltana Amont, nous avons pu recenser d'une dizaine d'apicultures généralement des hommes dont le nombre de ruches varient entre 8 à 30. La production est généralement destinée à l'autoconsommation.

L'apiculture entre dans le système environnemental, car les abeilles (Tizzwa en tamazight) sont le principale mode de pollinisation dans la région nécessaire à la production agricole locale (pollinisation de l'amandier, le caroubier, maraichage...) ou au maintien de la biodiversité locale (plantes sauvages).

Le miel est considéré localement comme un produit prestigieux tant pour sa valeur alimentaire que pour ses bienfaits thérapeutiques. Si on l'utilise pour l'alimentation on l'appelle « tamment » qui veut dire « miel », alors que si on l'utilise pour un besoin thérapeutiques on l'appelle « Assafar » qui veut dire « remède »

Sur le plan de la production, celle-ci n'a pas une localisation précise à Oueltana amont puisqu'elle est entièrement une zone à fleurs. Elle est conduite traditionnellement selon des pratiques très anciennes. Les ruches utilisées sont deux types : les ruches en terre cuite (Akzou) et des ruches en roseaux (tasselt) les deux sont bordées d'une première couche de laurier-rose pour sa propriété toxique contre les insectes et une deuxième couche de la paille pour empêcher le froid et la lumière de perturber les abeilles et enfin une dernière couche en plastique pour évacuer l'eau de pluie. Ces ruches sont installées dans un endroit près de la maison appelé « Zribt Ntizwa »



Photo 44 : ruche en terre cuite (Akzou)



Photo 45: (Tasselt) ruche en forme de cylindre fabriquée en roseau tressé et enduite avec de l'argile

Dans notre zone d'étude, deux races d'abeilles sont élevées, l'abeille noire et l'abeille Saharienne, qui se sont croisées entre elles donnant une nouvelle race spécifique à notre région. L'abeille saharienne est réputée pour son agressivité, alors que l'abeille noire est réputée elle pour sa douceur. La nouvelle race combine les valeurs des deux précédentes, très résistante et très prolifique, nettement moins agressive que l'abeille saharienne.

Il est fréquent de rencontrer une reine d'abeilles « Assoufegh » en quête d'un endroit pour se poser. La population locale a développé un certain nombre de techniques pour sa capture soit par une courgette séchée et vidée appelée « Takricht » ou bien un « Akzou » vide. L'apiculteur utilise (un miroir, de l'eau, du terre...etc) pour faire tromper la reine et l'attirer vers un endroit précis.



Photo 46: deux essaims d'abeilles (Assoufegh n Tizwa), c'est un mode de la reproduction des abeilles.

Photo 47 : une courgette séchée (Takricht) pour capturer l'essaim d'abeille (Assoufegh).

La moyenne de production est de 4 kg par récolte et par ruche. Généralement, on peut obtenir jusqu'à 3 récoltes par an à Oueltana amont en une bonne année pluvieuse, donc on peut produire 240 kg de miel pour 20 ruches traditionnelles par an.

Les apiculteurs d'Oueltana amont ne pratiquent pas la transhumance, mais nous avons rencontré, à plusieurs reprises et pendant notre période d'investigation, des apiculteurs transhumants venus d'ailleurs surtout de Souss pour poser leurs ruchers modernes. Les tribus Berbères du Souss ont depuis très longtemps pratiqué l'apiculture de manière nomade. Les ruches sont déplacées au gré des floraisons, différentes selon les pluies, les sécheresses ou l'altitude. Les ruches sont ainsi déplacées là où se trouvent le plus de fleurs et où le site est le plus propice pour les abeilles. pour notre cas les apiculteurs de Souss installent leur ruches

pour profiter et produire le miel d'euphorbe résinifère (Tikiwt), cette plante endémique qui se trouve juste dans la province d'Azilal).

Sur le plan économique, l'apiculture constitue une source de revenu considérable mais qui reste limité à un nombre limité de la population. Une partie de la production se vend pendant l'été lors des retours des populations émigrantes qui représentent un marché local important. Le kilogramme du miel est vendu entre 250DH à 700 DH au consommateur final. Une autre partie peut être vendue aux détaillants à peu près au même prix. Selon les critères écologiques, l'activité apicole constitue un excellent facteur pour le maintien de la biodiversité et la prolifération des espèces à fleurs. Elle s'inscrit parfaitement dans le cadre écologique d'Oueltana amont tout en étant une activité économique.

Oueltana amont est dans la zone de répartition naturelle de l'abeille saharienne, abeille très intéressante en apiculture (prolificité importante, rendement supérieur, meilleure résistance à la sécheresse et aux maladies, etc.) ce qui constitue un atout écologique important vers une valorisation écologique en plus de la valorisation économiques.

3.8.3 Plantes médicinales (le thym –*Thymus vulgaris*)

Le Thym (azokni) appartient à la famille des labiées (lamiacées), particulièrement au genre *Thymus*. Il existe plus d'une centaine d'espèces de thym. Au Maroc, le genre *Thymus* est représenté par 21 espèces dont 12 sont endémiques (Benabid, 2000), la région méditerranéenne étant le centre de ce genre (Stahl-Biskup et al., 2002).

Les espèces de thym les plus connues au Maroc sont : (Hmamouchi, 1999)

- *T. vulgaris*, *T. serpyllum*, *T. hesperidum*, *T. broussenetii*, *T. pallidus* ;
- *T. algeriensis* (endémique de l'Afrique du Nord) ;
- *T. saturoïdes*, *T. serpylloïdes*, *T. zygis* (endémiques du Maroc et de l'Algérie)
- *T. maroccanus* (endémique du Maroc).

Le thym est cultivé en Europe méridionale et centrale. Au Maroc, on le rencontre dans les rocailles calcaires des montagnes, principalement du rif oriental et occidental. de la Moulouya à oued Laou, ainsi que dans plusieurs régions du Moyen et Haut Atlas (Hmamouchi, 1999).

Le thym est une plante mèsothermophile : affectionnant un climat moyennement chaud. Cependant, il existe des cultivars de thym très résistants qui peuvent tolérer des conditions plus arides et sèches. D'autre part, des travaux de sélection ont abouti à l'obtention d'hybrides qui présentent une résistance au gel très intéressante. Sur le plan édaphique, le thym préfère les sols calcaires, biens drainés, légers et pierreux (Ettahri, 2004)

Sur le plan économique, plusieurs plantes sont endémiques de notre pays, c'est le cas de thymus satureoides commercialement dénommé thym doux du Maroc. Il s'agit de l'un des produits qui on été introduits sur le marché international, pour la première fois, a partir du Maroc qui reste jusqu'à nos jours le fournisseur exclusif.

Le genre thymus occupe une place importante au niveau du secteur des PAM marocains, en effet, le thym figure parmi les principales PAM utilisés pour la production des feuilles séchées. Aussi, c'est l'une des plantes couramment utilisées pour la production des huiles essentielles et extraits aromatiques du Maroc.

Les exportations marocaines en terme de feuilles séchées des PAM se répartissent comme suit : à peu près la moitié est constituée de produits destinés au secteur alimentaire (épices, arômes). Les PAM destinées à la parfumerie, au cosmétique et aux industries similaires occupent la deuxième place avec 34%. Enfin, malgré leur diversité, les plantes utilisées pour leurs propriétés médicinales ne représentent que 5% des recettes des exportations marocaines des PAM (HCEFLCD, USAID, 2008).

Ouelтана amont est un air de répartition spontanée d'une panoplie de plantes aromatiques et médicinales de part sa diversité géographique et climatique ainsi que sa situation au pourtour de haut Atlas central. On les retrouve surtout dans la zone forestière Aghri, jebel Asslol mais aussi à faible quantité dans les endroits où se trouve l'euphorbe résinifère. Elles sont principalement utilisées par la population locale dans la médecine traditionnelle ou pour la gastronomie locale.

Le ramassage des plantes aromatiques est devenu depuis quelques années une pratique courante dans la région. Il est l'un des principales espèces exploitées par la population locale, il est le plus abandon parmi les PAM dans la région, il est localement appelé AZOKNI. La période de collecte est entre début du mois mars et fin mai, la population locale se mobilise durant la période de collecte naturelle du thym, surtout les femmes.

La récolte du thym se fait entre 5h00 du matin à 10h00, ce qui correspond au meilleur moment pour la coupe (températures basses et meilleure teneur en huiles essentielles). La

coupe se fait par Tinguert (petite faucille à dents), et le thym frais coupé est posé dans tazgawt (sorte de sac arrondi que les femmes raccrochent à leur tête à l'aide d'une corde), puis rassemblé au fur et à mesure dans un sac de 25 kg ce qui correspond à la quantité de thym frais qu'une femme ramasse pendant une journée. Ensuite, le thym est étalé au soleil pour séchage pendant 4 à 7j selon les conditions climatiques. Le défeuillage se fait mécaniquement à l'aide d'un bâton (selon les femmes enquêtées, 25kg de thym frais correspond à 10kg de feuilles séchées). Les feuilles de thym sont ensuite ramassées pour être vendues sur le marché local de Demnate ou des souks hebdomadaires d'Ait Toutline et d'Ait Blal.



Photo 48 : le thym frais (Azokni)



Photo 49: la vente de thym séché sur le trottoir, à côté du rond point menant vers la gare routière de Demnate.

D'après les agriculteurs enquêtés, la production moyenne de chaque famille est de 45kg/an. Le Thym n'existe pas au niveau de tous les douars d'Ouelтана amont. Il se concentre au niveau des douars : Ait srghint, Ait Aawant, Taginant, Iglacen, et Tawrirt.

3.9 Les Faiblesses du secteur agricole dans le territoire d'Ouelтана amont

Le secteur agricole connaît plusieurs faiblesses notamment celles liées à la production végétale, et au financement comme le montre le tableau suivant :

Tableau n°29 : faiblesses du secteur agricole du territoire d'Ouelтана amont

| Nature de faiblesse | Conséquence et implication sur l'offre |
|--|---|
| Faiblesses liées à la production végétale | |
| La taille et le morcèlement des exploitations | Constitue une entrave pour l'intensification culturale et ne permet pas l'optimisation des facteurs de production |

| | |
|--|---|
| La mise en culture des terrains en pente et très sensibles à l'érosion (plus de 40% des terrains sont accidentés) | Une sous utilisation des facteurs de production, un faible degré de mécanisation et constitue une entrave au niveau de la commercialisation des productions agricoles |
| L'abondance du mode de faire valoir indirect des terrains | Les producteurs ne reçoivent qu'une faible part de la plus-value générée |
| Relativement au pouvoir d'achat de la population, les coûts des facteurs de production (engrais, semences sélectionnés, produits phytosanitaires) sont élevés | Non utilisation de ces facteurs de production par les agriculteurs de la région |
| Le manque d'eau et les couts élevés de son pompage | Non irrigation des vergers surtout pour la vigne et le noyer |
| Le vieillissement de certaines plantations d'amandier et de noyer | Répercute négativement sur les rendements |
| l'âge avancé et le taux élevé d'alphabétisation des agriculteurs | Constituent un frein au transfert de technologique |
| L'alea climatique : la zone subit des cycles de sécheresse et surtout une irrégularité spatiale et temporelle des précipitations | Fluctuation des rendements car les agriculteurs n'ont pas recours à l'irrigation |
| L'aléa du marché : les producteurs agricoles non organisés, se trouve dominés par les segments avals des filières (collecteurs, stockeurs, transformateurs etc.) | Les producteurs profitent peu de leur production et ne reçoivent qu'une faible part de la plus value-générée |
| L'organisation professionnelle : peu dynamique, peu efficiente et faiblement engagée dans le processus de développement et valorisation de la production et de la commercialisation | L'agriculteur tout seul, trouve des problèmes lors de commercialisation et de valorisation de la production, ce qui lui pousse à vendre sur pied et ne recevoir qu'une faible part de la plus-value générée |
| La valorisation des productions est assez faible : - L'insuffisance des structures de stockage, de conservation, de conditionnement et de valorisation des productions agricoles (fruits, légumes...) - Transformation de la production oléicole, pas d'effort de modernisation des unités traditionnelles existantes. | L'absence des structures de stockage, conditionnement et de valorisation pousse l'agriculteur à vendre la production sur pied et il ne reçoit qu'une faible part de la valeur ajoutée. |
| Pas d'efforts de traitement et de valorisation des margines d'olive. | Un impact sur les écosystèmes |
| Ventes sur pied des récoltes sont fréquente (légumes et fruits) | Les producteurs profitent peu de leur production et ne reçoivent qu'une faible part de la valeur ajoutée |
| Contraintes liées au financement | |
| Difficultés d'accès au crédit agricole d'une grande partie des agriculteurs et éleveurs, ainsi que les taux d'intérêts sont élevées. | Non recours aux crédits comme un moyen de financement, d'où la non utilisation des facteurs de production, mécanisation' irrigation.... |

Au niveau de L'infrastructure agro-industrielle du territoire d'Oueltana amont, elle est constituée de 56 unités traditionnelles de trituration des olives (Maasras). La maâsra est un ensemble artisanal simple dont on a tendance à faire une technologie préindustrielle à caractère folklorique. Son aspect archaïque laisse prévoir une régression de ces unités traditionnelles et leur disparition dans un proche avenir. Or, dans la Région de Tadla –Azilal, comme partout au Maroc, ce déclin des pressoirs ruraux est une illusion.

Si le rôle des maâsras s'est maintenu, voire sensiblement renforcé par endroits (montagne d'Azilal), l'on ne peut pourtant expliquer cette tendance ni par l'inefficacité des méthodes extractives de ces pressoirs, ni par leur faible rentabilité (3 à 4 qx d'olives par jour). Les raisons de cette persistance résident ailleurs. Plus qu'une technologie, la maâsra est, pour la paysannerie, une image de la tradition à laquelle elle demeure fortement attachée, un vestige du passé dans lequel elle se retrouve et auquel elle s'identifie.

Mais ce facteur d'ordre psychologique ne rend pas compte, à lui seul, de la réalité socio-économique et géographique qui sous-tend la persistance des modes de production à caractère archaïque et que symbolisent les maâsras au sein du monde rural. La permanence des pressoirs ruraux est liée, selon l'expression heureuse de Paul Pascon, à « la compétitivité de techniques à base d'énergie humaine et animale en raison de leur insertion dans un système économique et social à faible intensité de capital ». Le prix de revient, assez modeste, d'une maâsra est à la portée des familles relativement aisées qui peuvent, par ailleurs, tirer un prestige social de la possession d'un pressoir à huile, bien d'utilité publique, au sein de la communauté. (Landel et al 2007)

Le territoire d'Oueltana amont se caractérise par un manque d'infrastructure agro-industrielle à savoir des unités de stockage de poste récolte notamment celles de stockage de grains (céréales), d'entreposage frigorifique, des stations de conditionnement, des centre de collecte de lait et des abattoirs avicoles. Ce manque en infrastructure agro-industrielle présente des opportunités d'investissements faisant l'objet d'installation de nouveaux investisseurs sur le territoire. Les produits de terroir d'Oueltana amont connaissent une grande menace, c'est la vente en état brut aux collecteurs venant de Marrakech et Agadir, l'acheteur transforme ces produits d'Oueltana amont en produits labélisé, de ce fait notre produit perd son titre d'originalité puisque se présente comme un produit purement de Marrakech ou d'Agadir.

La diversité des produits de terroir dans notre zone d'étude traduit l'identité et la du territoire « Oueltana » fondé sur les spécificités culturelles locales, liées à l'activité de l'agriculteur et à l'histoire de ces lieux, les produits de terroir constituent autant d'atouts pour

le développement du tourisme. Plusieurs produits donnent déjà l'image de marque et le label de cette région : la vigne d'Abouhou, les différents types de miel de Tikiwt, le thym, l'amandier, le noyer etc. en plus de savoir faire de la population locale, la continuité de ces produits sur le calendrier agricole et la multitude des produits constituent des atouts pour avoir des alternatifs durant toute l'année. Le calendrier agricole constitue une richesse culturelle par excellence et une spécificité locale de notre territoire... jusqu' à maintenant, le profil touristique se base sur la visite du pont naturel d'Iminifri, les traces de dinosaures, et le trekking, mais aujourd'hui. Ce même profil peut changer lorsqu'il s'agit de mettre en valeur le calendrier agricole de notre zone d'étude « *La mise en valeur touristique de ces produits pourra promouvoir l'idée des monuments du gout ou la vie dans la ferme comme activités touristiques* ». (Amzil.2011)

«Valoriser les produits issus de nos terroirs c'est aussi mettre en valeur notre savoir-faire et les richesses ambassadrices de nos traditions et de notre culture » (Bérard, Marchenay, 2004 cité par Lamani 2014). Certes les produits de terroirs sont issus d'un milieu géographique bien précis mais pour certains auteurs, à l'instar de Bérard et Marchenay, c'est le résultat d'un savoir-faire et d'une tradition. Ces auteurs : (Barjolle, Boisseaux, Dufour, 1998), affirment dans leurs travaux, les limites d'un lien qui se fonderait uniquement sur le terroir physique, pédoclimatique. Selon eux, ce lien n'intervient en rien dans le devenir d'un produit, « *Si un terroir a un potentiel agronomique particulier, faut-il encore qu'il soit exprimé, révélé par des techniques précises de production. Ces pratiques techniques, ces modes d'élaboration imaginés par des hommes au fil du temps vont influencer la production et intervenir à des degrés divers dans les caractéristiques finales du produit* »

Le lien des produits d'origine aux ressources spécifiques locales, telles que les connaissances et les compétences locales, comme une restriction et une occasion. Leur déplacement implique souvent, une perte de leur productivité. (Belletti et al, 2009). Ce lien, selon les auteurs offre la possibilité de différencier le produit sur le marché, et d'internaliser les valeurs liées à l'origine géographique. Ainsi, une meilleure valorisation et une rémunération globale des ressources spécifiques locales peuvent être atteintes. Cependant, il faut noter que les bénéfices de la commercialisation des produits de terroir, vont bien au-delà de l'avantage économique simple. Il y a aussi l'avantage social et environnemental y compris la réduction de l'exode rural, la protection des paysages et des ressources naturelles, mais aussi la conservation des savoir-faire précieux, de la culture, du patrimoine et des traditions (Barjolle et al, 2004).

Dans le territoire d'Oueltana amont, les pratiques qu'utilisent les agriculteurs pour fabriquer leurs produits de terroir présentent un savoir faire à protéger et à classer, ils sont « *le fruit d'une construction sociale et patrimoniale* » (Chazoule et al, 2011). Ces produits peuvent avoir une certaine similarité d'un terroir à un autre mais ne sont pas tout à fait homogène. Chaque communauté a une spécificité dans les coutumes, dans la manière de préparer et de cuisiner les produits et dans la façon des pratiques d'élevages et de culture.

L'importance des pratiques et des techniques se manifeste généralement pour des produits transformés. Les procédés techniques d'extraction de miel sont aussi importants que le miel. Des procédés techniques et une manière de faire qui sont liés aussi à l'histoire et la culture de la population et son savoir-faire. Un savoir-faire, donne au produit un caractère spécifique ou typique.

Ces pratiques déterminent les ressources naturelles et les caractéristiques du terroir qui donnent une « typicité » au produit final. Une typicité qui traduit ce qui est typique. La typicité d'un produit agroalimentaire est la propriété d'appartenance à un type. Le type est défini comme une catégorie [de produits] formant une unité dont les caractéristiques sont reconnues par un groupe. (Challita, 2010). Les démarches de valorisation, des biens résultants de cette dynamique, diffèrent en fonction de l'intérêt porté aux valeurs patrimoniales et culturelles, qui sont propres au terroir. Néanmoins, la qualité du produit et l'ancrage à l'origine sont au centre des enjeux de ces démarches. La qualité du produit, se rapporte aux caractéristiques et aux attributs liés au produit, son goût, sa texture, ses aspects symboliques et culturels doivent se révéler tributaires d'un espace particulier à définir. Même si le lien au lieu est nécessaire, il n'est pas uniquement de nature géographique, mais aussi culturel, « *Les productions alimentaires croisent l'espace, le temps et font l'objet de savoir-faire partagés. Ces trois critères sont étroitement imbriqués, leur fil directeur étant les pratiques qui relient l'ancrage historique et relation au lieu. Leur dimension collective les insère dans la culture* » (Berard et al, 2005 cité par Lamani, 2014). La dynamique territoriale ne se réduit pas à des savoir-faire et à une production des produits de terroir, mais aussi de mettre à disposition une série de services dont le tourisme, qui peut contribuer à la promotion de ses produits et de mieux appréhender l'attractivité du terroir.

3.10 Le Tourisme rural : un service touristique au profit des produits de terroir d'Oueltana Amont.

Le tourisme rural réunit des prestations d'hébergement et de restauration (gîtes ruraux,

chambres d'hôtes, dégustation et vente directe de produits de terroir) mais aussi des activités touristiques telles que des visites et animations autour du patrimoine rural local. Des activités coordonnées et gérées les habitants de la région ou du territoire. Les agriculteurs peuvent contribuer pour une part importante au développement de ses activités. En effet, en dehors de l'activité de production au sens strict, la contribution de l'agriculture aux biens communs et à ses dimensions patrimoniales (patrimoine bâti, patrimoine immatériel, patrimoine gastronomique) est un facteur important du dynamisme des territoires ruraux. (Iamani.2014)

Les activités liées au tourisme, telles que le trekking, la randonnée, ont un rôle dans les dynamiques de développement local. Ce dernier est un des moteurs de l'ancrage territorial puisqu'il facilite l'accès et la consommation sur place des ressources du territoire. « *Il agit donc comme un opérateur de valorisation des biens et services territorialisés et permet le bouclage de l'offre territoriale de biens complexes* » (Mollard et al, 2001). A titre d'exemple, La randonnée pédestre est une autre activité qu'il faudrait prendre en compte. Cette activité permettra aux touristes de découvrir à pied les hautes vallées, un relief unique, des gorges et une culture berbère enracinée. La meilleure façon de faire comprendre aux touristes la manière dont vivent ces montagnards consiste à les amener voir de leurs propres yeux l'entretien de terrasse de culture, le déroulement d'une nouba, et pourquoi pas assister, si le calendrier de travail des fellah(s) le permet, à d'autres activités agricoles (labour, moissons, dépiquage, etc.).

Les coopératives peuvent faire l'objet d'une visite organisée pour présenter les gestes et techniques ancestrales nécessaires l'extraction de miel ou bien à l'obtention de l'huile d'olive (la récolte à la main, dépulpage, triage, et enfin extraction de l'huile), il est aussi à l'origine d'un objet patrimonial c'est-à-dire le moulin traditionnel Imâssert. Cependant, il est urgent de prendre des mesures de conservation pour sauver et valoriser ces artefacts qui souvent tombent en désuétude et en ruine pour être remplacés par des pressoirs modernes.

Les touristes eux-mêmes, pourquoi pas, pourraient participer à l'ensemble de ce processus de transformation ; il s'agirait là d'engager le dialogue avec le touriste en terme d'échanges mutuels. Un système de vente directe peut se mettre en place : les adhérents mettraient ainsi en place une organisation qui leur permettrait de suivre l'ensemble du processus, de la récolte à la commercialisation du produit fini. Le même concept peut s'appliquer d'ailleurs à l'amandier qui subit lui aussi, une série d'opérations, aussi artisanales et anciennes.

En définitive, grâce à l'essor de ces produits de terroir, on valorisera, de manière indirecte, le support même sur lequel ils sont récoltés à savoir les terrasses de culture. Ceci

permettra en quelque sorte d'assurer une certaine garantie d'entretien de ces terroirs et par conséquent leur pérennité, de la même manière qu'il contribuera à revivifier l'artisanat local et à améliorer les revenus des habitants.

L'ensemble de ressources territoriales d'Oueltana amont génère, grâce à une bonne coordination des acteurs concernés et une bonne utilisation des ressources touristiques, des différentiels de prix positifs et des rentes liées entre elles. Le tourisme agricole peut soutenir et contribuer à l'amélioration des activités rurales à travers la valorisation du patrimoine naturel, culturel et touristique. L'agrotourisme est en plein essor, il a un rôle prépondérant dans les dynamiques de développement local. Il est en voie de devenir une activité importante pour soutenir et diversifier le développement économique de certaines régions.

Conclusion

Ce chapitre a révélé que le territoire d'Oueltana amont dispose de deux offres, l'une touristique et l'autre agricole, qui sont les plus compétitives et dont le développement et la promotion permet d'améliorer l'attractivité et l'image dudit territoire. En effet, ces offres sont très riches, allant, pour l'offre touristique, des sites naturels (pont d'Iminifri, randonnées, forêts, grottes, montagnes..) aux sites culturels (bâti traditionnel, paysages) ou historiques (trace de dinosaures), passant par des infrastructures touristiques, des manifestations touristiques (Festival de sidi Hssain, fête Ait Migirt Festival tizgui, Moussems religieux..) et des traditions populaires (fantasia, troupes folkloriques, des arts gastronomiques et culinaires..) très diversifiées.

À l'heure actuelle, les populations, les associations locales, l'ONG et les départements ministériels et les différents projets de développement local au Maroc défendent le tourisme comme alternative de développement local. Bien plus, dans un ensemble de projets de développement en milieu rural, le tourisme est proposé comme principale activité génératrice de revenus susceptibles de résoudre la pauvreté et améliorer les conditions socioéconomiques des locaux. (Ramou, 2011)

Le développement du tourisme est considéré comme une stratégie porteuse d'avenir qui contribue à fixer la population, créer de l'emploi, générer la richesse et attirer des investisseurs étrangers ; il soutient le développement des infrastructures des zones rurales défavorisées. Mais pour atteindre ces objectifs, l'attitude des autorités compétentes, aux niveaux central, régional et local, est fondamentale, notamment pour soutenir le développement des infrastructures de base (routes, électricité, eau potable, moyens de transport...).

Il est nécessaire de mieux comprendre les perceptions des différents acteurs d'Ouelтана amont face au développement touristique d'un milieu patrimonial afin de diminuer les conflits d'usage. Il est intéressant de constater qu'un travail peut être effectué afin d'encourager le développement touristique tout en préservant un certain cadre de vie. La relation entre le patrimoine et le tourisme est aussi perçue comme un dialogue. Edgar Morin désigne ainsi une *«unité complexe entre deux logiques, entités ou instances complémentaires, concurrentes et antagonistes qui se nourrissent l'une de l'autre, se complètent, mais aussi s'opposent et se combattent»* (Morin, 2001, cité dans Payeur, 2013). Selon le géographe, *« le patrimoine et le tourisme amènent à la complémentarité de l'un et voient l'anticipation de l'autre, voire son appel. Ainsi, il est nécessaire de comprendre que le processus de transformation de l'espace ne peut être terminé que dans l'agencement des deux phénomènes. Bref, l'un et l'autre se complètent pour donner au territoire habité des valeurs économiques et de rencontre ».* (Payeur.2013)

Par ailleurs, il faut rappeler que ces espaces ne peuvent être gérés sans une participation efficace de leurs habitants et sous la responsabilité des certains opérateurs locaux. Pour assurer une meilleure insertion des populations dans les différents projets, le développement touristique dans la région ne doit en aucun cas être l'affaire des seuls investisseurs exogènes ou des fonctionnaires de services administratifs. La population locale doit réellement participer dans l'élaboration et la gestion des projets par l'intermédiaire des élus, des investisseurs locaux ou des associations (Tribak et al 2006)

Quant à l'offre agricole d'Ouelтана amont, il y a une diversité de produits de terroir à savoir la vigne, le noyer, l'amandier, le miel, les PAM, ...Ces offres méritent d'être développées et promues. La plupart des recherches se sont centrées sur le rôle du marketing en général, et sa version web en particulier, dans la promotion touristique, sur les atouts (architecturaux, naturels, climatiques, etc.). Pour notre part, nous postulons que des aspects, souvent négligés, sont aujourd'hui à prendre en compte dans une stratégie globale de promotion touristique, notamment les produits de terroir générés par la dynamique associative et coopérative.

En effet, et comme l'a écrit Bentalbe *« La promotion du tourisme ne doit pas s'appuyer uniquement sur les paramètres économiques, mais doit aussi intégrer la dimension socioculturelle et environnementale locale : écosystèmes, ressources naturelles, patrimoine, traditions, etc. Les stratégies d'aménagement de territoire et de développement de l'écotourisme devront en tenir compte pour promouvoir un développement participatif et intégré »* (Bentalbe 2008). La nécessité de diversifier les produits touristiques et inclut la

promotion et le développement d'autres produits tels que le tourisme rural et de montagne. D'autres chercheurs ont démontré le lien indéniable entre le marketing des produits de terroir et le développement local durable. Pour le cas des coopératives d'Argane dans la région de Souss Massa, les auteurs F. El Kandouss, S. Omari et B. Mzali sont parvenues à la conclusion que « *le marketing des produits locaux impacte directement le développement durable d'un territoire* » (El kandoussi et al, 2011). En France, par exemple, les produits de terroir ont joué, non seulement, le rôle de leviers pour le développement rural, mais aussi comme formes de résistance à la disparition de métiers agricoles, à la lutte contre l'exode rural, au maintien de métiers ancestraux et à la résistance à un tourisme uniforme. En tant que produits à valeur économique, ils drainent un chiffre d'affaires important (Delfosse, 2013). Dans ce sens, Fatiha et François Fort (2006) écrivent « *Les produits alimentaires de terroir constituent aujourd'hui une réalité commerciale qui pèse plus de 100 milliards de francs de chiffre d'affaires en France, et connaît une croissance forte et régulière depuis une dizaine d'années* » (Fort et al, 2006)

En un mot, on peut dire que l'on ne peut parler d'un tourisme durable et de manière plus générale d'une stratégie de développement durable dans le territoire d'Ouelтана amont que si l'on est vraiment capable de diversifier les produits touristiques (Lopez E Lara , 2005) et de maintenir, à court comme à long terme, cette population au sein de cet ensemble montagneux, de garantir un revenu supplémentaire aux fellah(s) qui conserveraient, en même temps, leurs activités principales à savoir l'agriculture. C'est bien là la condition la plus importante qu'il faudra exiger parce que le développement d'une activité touristique pourrait bien mettre en péril, encore plus, cette agriculture traditionnelle. Le tourisme pourrait en effet détourner les paysans de l'activité agricole. Les offres touristiques et agricoles dont dispose notre zone d'étude méritent d'être développées et promues d'où l'intérêt du chapitre suivant, en proposant une stratégie de marketing territorial afin de les mettre en valeur.

CHAPITRE QUATRIEME :
UN PROJET DE TERRITOIRE,
AXE SUR LA VALORISATION
DES RESSOURCES
TERRITORIALES ET LA
CONCEPTION D'UNE
STRATEGIE DE MARKETING

Introduction

Le projet de territoire renvoie, tout d'abord, « à une démarche qui s'inscrit en rupture du schéma traditionnel de la planification dans laquelle l'ensemble des projets à réaliser étaient décidés et appliqués par des administrations centrales sans qu'il y ait forcément de consultation préalable des habitants/acteurs du territoire auxquels ils s'appliquaient. A l'inverse, le projet de territoire inclut la participation active de tous les acteurs impliqués pour identifier et réaliser les actions qui correspondent à la mise en valeur des atouts de ce territoire. Le projet de territoire se différencie des politiques d'aménagement venues du « haut » par le fait qu'il est unique, adapté au contexte local et donc impossible à transférer tel quel ailleurs. Il convient donc de saisir « l'esprit du territoire » en adaptant le projet au potentiel spécifique du lieu » (courlet et al, 2013)

L'objectif de ce chapitre est de faire une proposition concrète de projet pour le territoire d'Oueltana amont. Il s'agit, en fonction des diagnostics établis précédemment, de formuler une proposition ou plusieurs pour la réalisation d'un projet d'écotourisme et de revitalisation de ce territoire, en se basant sur ses insuffisances, ses manques et sur ses nombreux atouts.

Le projet formulé pour Oueltana amont se base sur les potentialités humaines, culturelles et paysagères de la zone d'étude, il va sans dire qu'un projet qui répond aux attentes des populations a beaucoup plus de chance d'être accepté qu'un projet qui satisfait uniquement la rationalité des promoteurs.

L'objectif attendu de ce chapitre est de proposer un projet de territoire convenable aux particularités du territoire d'Oueltana amont, et qui aura pour objectif, la valorisation de ses offres territoriales, l'amélioration des revenus et des conditions de vie des agriculteurs. Il vise également l'amélioration des conditions de vie des femmes et des jeunes ruraux de la zone, par la promotion d'activités agricoles et non agricoles génératrices de revenus et d'infrastructures de base.

Le projet de territoire que nous allons proposer va dans une large mesure prendre la participation de tous les acteurs de développement y compris la participation de la population qui constitue l'ossature de tel projet de développement.

La dynamique du projet peut permettre à Oueltana amont de s'engager dans une nouvelle démarche fondée sur l'approche participative, ainsi que l'adoption de la planification stratégique, visant la réalisation des projets.

Le projet de territoire porte sur les quatre principaux axes porteurs de développement territorial, à savoir :

Axe 1 : Les actions de mise à niveau

Axe 2 : la proposition d'un plan d'accompagnement pour le lancement des activités de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

Axe 3 : Stratégie marketing pour le lancement des produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

Axe 4 : la planification et conception des produits touristiques

Axe 5 : la Conception d'une stratégie du marketing Territorial adoptée à la réalité du territoire d'Oueltana amont

Ces cinq axes visent à développer l'identité territorial d'Oueltana amont, à soutenir l'économie et l'emploi, à assurer la cohésion sociale et à améliorer les conditions de vie de la population tout en préservant et protégeant les ressources territoriales.

4.1 Axe premier : Les actions de mise à niveau

L'handicap le plus exigeant au développement du territoire est l'enclavement, la faiblesse des infrastructures de base et l'absence de centres urbains. L'enclavement de la zone est perceptible dans l'état du réseau routier, de l'accès au service de base et de distribution de l'électricité et de l'eau potable. Cet état se répercute directement sur la situation sociale qui demeure très fragile sinon précaire. Par ailleurs, le territoire souffre d'une faiblesse en infrastructures et équipements de base tels que, les structures d'enseignement, les établissements sanitaires et les équipements de loisir. L'aire d'étude connaît également une absence totale de tout centre urbain. Les chefs lieux des communes connaissent un retard très marqué en matière d'équipement en services socio-économiques. Dans ce cadre, l'Etat est appelé à mettre en œuvre des actions de mise à niveau en concertation avec les collectivités locales, les ONG et les différents services ministériels régionaux concernés.

Cependant, en fonction des besoins en équipement et infrastructure socio-économique dans la zone d'étude, les interventions d'organisation territoriale dans notre territoire doivent porter sur les infrastructures publiques en matière de routes, d'adduction d'eau potable, d'électrification, de santé et de formation et d'instruction pour toutes les communes.

4.1.1 Renforcer l'infrastructure de base, une solution pour un arsenal de problème

D'après les entretiens que nous avons effectués, il s'avère que « les pistes représentent une priorité dans les demandes de la population et l'intérêt économique et social du désenclavement est évident » (tous les interviewés). La population prévoit de construire des pistes dans un premier rang, notamment certaines pistes urgentes, à savoir celles qui relient plusieurs douars. Cette piste existe dans la réalité, mais elle doit être goudronnée puisque elle passe par la majorité des douars des trois communes d'Oueltana amont (presque 40 douars). Cette dernière dont la distance est de 110 km va enlever le désenclavement sur la population en question et va permettre ainsi de renforcer la logistique civile, sanitaire et commerciale. Or ces pistes doivent connaître des entretiens solides pour faire face aux contraintes climatiques et topographiques.

Le manque d'expérience de certains entrepreneurs à qui les communes ont sous-traités les projets aggrave la situation et alourdit la facture budgétaire des communes. D'où l'obligation de déléguer la tâche aux spécialistes en la matière. La contribution de la population est importante. Elle s'est manifestée sous forme de cession de bandes de terrain et de participation aux travaux.

4.1.2 L'approvisionnement en eau constitue une priorité essentielle pour les habitants malgré le désintéressement de la population

Les communes doivent se charger à sensibiliser fortement la population sur la nécessité urgente de couvrir tous les foyers par l'eau potable, et la nécessité de construire des centres de traitement d'eau, cela va servir la population dans le long terme contre la pollution, la prévention de certaines maladies.

Ce projet peut être réalisé en faisant appel aux associations, dont l'objectif est de financer les projets visant de faire sortir le monde rural de sa marginalisation, s'ajoute à cela la mobilisation en continu du soutien des acteurs politiques et institutionnels locaux (Autorités locales et communales, Départements Ministériels, ONG de développement rural,...). Comme condition nécessaire pour assurer la pérennisation de la formule de gestion à adopter, le développement de la gestion de proximité à travers l'implication de la population dans le cadre d'une gestion communautaire. Ce projet nécessite le développement des branchements à domicile au niveau des douars. Cette action vient en réponse à la demande de plus en plus importante de la population en matière de branchements individuels.

En effet, alors que le service de base le plus urgent est l'accès à l'eau potable. De même, certains douars souhaitent améliorer davantage leur mode de desserte en optant pour la desserte à domicile. L'ONEP reste ouvert à ce type de desserte sous réserve que certaines conditions techniques, financières et de gestion soit satisfaites.

Dans toutes les communes de ce territoire montagnard, les actions de mise à niveau (alphabétisation, unité médicale mobile, financement de micro-crédit) que mènent l'Etat ou les ONG s'installent au centre communal ; par contre, les douars isolés ne bénéficient pas de ces actions. Pour le secteur d'enseignement, les programmes d'alphabétisation initiés par la délégation du ministère de l'éducation nationale d'Azilal sont limités au centre des communes. Par contre, la majorité des douars où l'on a observé les proportions les plus élevées des populations analphabètes ne bénéficient d'aucune action. Suite à cette situation, l'Etat est appelé à assurer la généralité de ces actions et dans tous les douars ainsi que leur durabilité.

4.1.3 Préserver les ressources naturelles pour réduire la pauvreté

4.1.3.1 *conservation du sol et lutte antiérosive*

L'homme qui, par des pratiques inadaptées sur les versants, est le facteur principal conditionnant l'intensité de l'érosion. Les défrichements qu'il opère sur les forêts et les parcours naturels, le surpâturage, la mise en culture sans précaution des terres susceptibles à l'érosion en pente, les labours mécanisés dans le sens des grandes pentes et le non restitution au sol de ses éléments nutritifs enlevés par les cultures, facilitent le ruissellement et par conséquent l'érosion et ses effets indésirables pour l'environnement et pour l'économie.

L'érosion hydrique des sols résulte de l'interaction entre les facteurs statiques et les facteurs dynamiques. Les facteurs statiques sont reliés à la vulnérabilité des terrains. Celle-ci représente une caractéristique propre du milieu, dépendante de la nature du terrain et indépendante des facteurs dynamiques. Ces derniers sont les agents de pression qui peuvent être soit naturels (climat et couverture végétale), soit humains.

Les précipitations déclenchent le processus de l'érosion hydrique tandis que la végétation limite ce processus, ce qui amène à attribuer au climat un effet destructif et à la végétation un effet protecteur. Selon la conduite de ses activités, l'homme intervient d'une manière positive ou négative sur le processus d'érosion hydrique

Avec l'accroissement de la démographie, la mécanisation des travaux agricoles, l'extension des terres de culture, la dégradation de la végétation et du sol ont progressé d'une manière alarmante. La dégradation du couvert végétal a eu comme conséquence l'accélération de l'érosion hydrique.

En générale, dans la vallée Ghezaf, sur les versants dénudés (défrichement, surpâturage) le ruissellement s'installe rapidement et intensément, s'organise de manière diversifiée en fonction de la pente, de la nature des matériaux et de la rugosité de surface et attaque le sol, de plus en plus en profondeur, et transporte les sédiments jusqu'à l'affleurement de la roche en place. Le processus continue jusqu'à une généralisation du ravinement et la formation de badlands.

Le projet doit prévoir des alignements de pierre et les murettes combinés à l'entretien de la fertilité par la fumure organique : Les murettes sont des petits murs construits en pierres sèches (sans ciment ni enduit) selon les courbes de niveau. Elles permettent à la fois de débarrasser les parcelles des pierres qui handicapent leur valorisation, de réduire le ruissellement et sa vitesse et de piéger les sédiments transportés. Sur les pentes moyennes à fortes, on aboutit rapidement à des terrasses progressives du fait de l'érosion hydrique et mécanique. Ainsi l'amélioration des terres (humidité, profondeur) et donc de la productivité des sols. Elles sont plus adaptées aux pentes fortes (>15 %)

Le projet doit prévoir la mise en place des billons qui, sont des petits cordons en terre : selon les courbes de niveau, donnent une rugosité au sol ce qui facilite l'infiltration et ralentit le ruissellement. Ce type d'équipement sous forme de billons permet l'infiltration d'une quantité maximale d'eau : cela permet donc la culture de nombreuses espèces Les espèces nécessitant un apport important d'eau sont cultivées dans les cuvettes (la luzerne par exemple), et les espèces les plus résistantes à la sécheresse sont semées sur les billons (le maïs par exemple).

Au départ, la commune de Tifni s'est lancée sur l'initiative d'établissement de gabions sur les surfaces ravinées d'érosion concentrée. Mais les objectifs des travaux et leur consistance sont mal compris, les populations ne semblent pas être intéressées, les études de faisabilité accusent des retards et les négociations avec les populations traînent sur le choix des sites de travaux. Il est noté que le traitement antiérosif ne va pas atteindre un haut degré d'efficacité que si le traitement mécanique est complété par un traitement biologique sur de grandes surfaces à l'amont.

4.1.3.2 Réhabilitation de petits périmètres irrigués

Notre projet fixe comme objectifs la mise en valeur et la gestion rationnelle des ressources en terre et en eaux. Cette mise en valeur passe par l'aménagement agricole des grands et petits périmètres irrigués.

Un plan d'action approprié ayant comme objectifs :

- Augmenter les performances des systèmes d'irrigation du périmètre et garantir de la pérennité des équipements ;
- Rationaliser l'usage de l'eau.
- Améliorer la qualité du service de distribution de l'eau aux irrigants ;

Ce plan d'action porte sur trois axes d'intervention :

- Améliorer des performances de l'infrastructure d'irrigation par le renforcement des opérations de maintenance et de réhabilitation des ouvrages et équipements d'irrigation ;
- Renforcer l'encadrement et l'organisation des usagers et les sensibiliser à la nécessité d'une meilleure conduite de l'irrigation, plus efficiente.

4.1.3.3 Appui technique aux agriculteurs

La formation constitue un outil primordial pour l'amélioration de la productivité et la compétitivité des filières ciblées. Son objectif principal est d'améliorer le niveau technique et les performances des différents opérateurs le long de toute la chaîne de valeur notamment le maillon de la commercialisation.

En effet, au niveau des producteurs, la formation permet d'introduire les bonnes pratiques en matière de conduite des plantations, de récolte et de stockage des productions. Au niveau des transformateurs, la formation a pour but l'amélioration des techniques de transformation et de valorisation ainsi que l'instauration de système de management de la qualité.

Il y a lieu de signaler que les objectifs escomptés ne seront pleinement atteints et les résultats attendus ne seront durables que si la formation intègre de manière forte les ressources humaines des structures d'encadrement et des organisations professionnelles existantes ou qui seront initiées durant la mise en œuvre du projet.

Ainsi, le projet doit prévoir de mettre en œuvre un programme de formation répondant aux besoins des différentes catégories des acteurs concernés par les filières ciblées, à savoir :

- Les agriculteurs et leurs enfants
- Les femmes.
- Les responsables des coopératives et associations de producteurs à travers la formation des porteurs de projets tout en leur présentant des soutiens techniques et bénéficier ainsi de leurs expériences en matière de montage de projets, la planification, le suivi, l'évaluation etc. cela va permettre au porteur de projet d'avoir une vision long termiste pour éviter tout échec.

4.2 Axe deuxième : la proposition d'un plan d'accompagnement pour le lancement des activités de la coopérative «Tizgui pour la femme rurale».

A travers l'analyse du système de commercialisation des produits de terroir d'Oueltana amont, nous avons pu déceler les différents dysfonctionnements entravant le développement de ces productions. La vigne, Les amandes amères, les noix, et thym séché sont vendus en vrac et à titre individuel par les agriculteurs, suivant des circuits de commercialisation longs, qui n'intègrent pas la transformation, le conditionnement et la commercialisation collective. Ainsi l'agriculteur génère un gain minime face à la dominance des intermédiaires, qui possèdent le pouvoir de fixation des prix.

En ce qui concerne les amandes douces et les noix, leurs faibles productions sont dues essentiellement à l'absence d'entretien des vergers et au manque d'encadrement technique des agriculteurs. La majorité de la production d'amandes douces est destinée à l'autoconsommation (Amlou). Pour le reste, il est vendu par les collecteurs au niveau des souks locaux aux détaillants, sinon directement aux consommateurs.

Les acteurs locaux doivent récupérer le manque à gagner pour les filières amande, noix et thym, une démarche collective. Cette démarche doit être adoptée en prenant conscience du patrimoine disponible : régénérer les variétés locales et valoriser les ressources au bénéfice de la qualité de vie, tout en exploitant les opportunités offertes aux filières de productions.

A la lumière des analyses de chapitre trois consacré à l'étude des produits de terroir d'Oueltana amont, nous recommandons pour les filières noix, amande douce, amande amère, et thym, un groupement et une valorisation de l'offre, ainsi que l'adoption d'une stratégie fondée sur une intégration industrielle des projets dans la région.

L'intégration de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » comme unité de valorisation, au niveau des filières de productions, se présente ainsi comme meilleur remède face aux dysfonctionnements du système de commercialisation. Ceci permettrait de profiter des nouvelles technologies pour traiter des volumes importants tout en valorisant le tout venant.

La création de « la coopérative de Tizgui pour la femme rurale » n'était que le prolongement de l'idée de « l'association de Tizgui pour le développement de la femme rurale ». Cette dernière qui est spécialisée dans la valorisation des produits locaux, à savoir (le couscous, l'orge mondée, la farine d'orge, l'orge perlé, Herbel (blé concassé),...etc.). Les activités de cette association sont limitées dans le temps et dans l'espace parce qu'elles sont financées par L'INDH et participe seulement à ses activités dans la région d'Azilal. Alors pour dépasser et se libérer de ce cadre législatif, les adhérents de l'association ont pensé à créer une coopérative au même nom dans le but de participer et exposer leurs produits dans tous les forums nationaux et internationaux et aussi pour bénéficier des financements des autres organismes et entreprises.



Planche photo 13 : les produits locaux exposé par l'association Tizgui

Le statut de l'association ne permet pas aux adhérents de générer des bénéfices. Face à cette situation. La création de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » qui prendra en charge la gestion de ce projet, s'est présentée comme solution adéquate. Cette initiative va résoudre la problématique de gestion du projet économiquement rentable, mais aussi créer une activité génératrice de revenu pour la population féminine d'Ouelтана amont, qui s'occupe en temps normal des tâches fermières, sans être directement rémunérée, et qui possède un savoir-faire en matière de pratiques agricoles.

La mise en place d'une stratégie d'accompagnement de la « Tizgui pour la femme rurale » pour le lancement de ses produits s'impose, du fait que ses activités n'ont pas

encore débuté, et que la population locale déclare le besoin d'une démarche d'appui à cette initiative et à ses gestionnaires (adhérents, conseil d'Administration).

De ce fait, et pour faire face aux dysfonctionnements du système de commercialisation des produits de terroir d'Ouelтана amont, il faut appuyer l'intégration de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » aux filières de production. La coopérative présentera le seul acteur porteur de l'action de valorisation au niveau local.

Le regroupement et l'engagement collectif des agriculteurs : permet la mise en marché d'une gamme de produits diversifiée, soutient la motivation dans la durée, limite l'investissement financier de chaque producteur pour développer un nouveau circuit et renforce la solidarité et la cohésion sociale du territoire.

4.2.1 Présentation de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale»

4.2.1.1 Constitution

Les procédures de création de la coopérative sont toujours en cours d'accomplissement, après la tenue de l'assemblée générale constitutive, le matériel et le local dont dispose l'association «Tizgui pour le développement de la femme rurale » vont être transmis à la coopérative, et les activités vont débuter. Prenant l'expérience de la coopérative féminine « Ait Matten n'Toudma » qui a bénéficiée, dans le cadre d'un projet de valorisation des amandes financé par la Direction provinciale d'agriculture d'Agadir en mai 2009, d'un matériel de transformation et conditionnement des amandes douces et amères et des PAM (hachimi.2011). De ce fait, on demande au DPA d'Azilal de financer et d'amener le même matériel à la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » pour commencer leurs nouveaux produits. Le matériel que nous demandons :

- Machine d'extraction d'huile d'amande et de noix une seule tête ;
- Moulin pour pâte et poudre d'amande
- Soudeuse des sachets plastiques ;
- Sertisseuses manuelles capsule 17 et 24 ml
- Torréfacteur électrique
- Balance petite précision 30 kg ;
- Filtre de 20 plaques.

4.2.1.2 Activités

La coopérative « Tizgui pour la femme rurale» s'est fixé comme objectif principal : la promotion de la population féminine d'Ouelтана amont par la création de sources de revenu

fiables et durables, mais aussi la valorisation de l'amandier et des PAM de la zone, moyennant la transformation et le conditionnement.

Selon le matériel demandé, les produits de la coopérative vont être :

- L'huile de noix
- Les amandes salées torréfiées ;
- La pâte d'amande ;
- La poudre d'amande
- L'huile d'amande amère
- Le thym séché.

La coopérative peut aussi jouer le rôle de collecteur. Il s'agit de commercialiser les produits bruts ou transformés en vrac directement au dernier acteur au niveau des circuits de commercialisation, de façon à éliminer les intermédiaires qui contrôlent actuellement les circuits de commercialisation. De cette manière, les marges bénéficiaires du producteur vont augmenter.

4.2.2 Démarche d'accompagnement

La diversité des organisations interdit toute approche uniforme. Il n'y a pas de recette en matière d'appui à l'organisation. La seule attitude efficace consiste, à partir des organisations telles qu'elles sont avec leurs atouts et leurs faiblesses, à leur apporter les appuis qui correspondent à leurs besoins en adaptant ces appuis au fur et à mesure que des évolutions s'opèrent.

Mettre le cap sur la valorisation des gisements de ressources disponibles suppose bien entendu, de résoudre de nombreux problèmes, d'apprendre, à l'agriculteur, de nouveaux métiers: techniques de transformation, mise aux normes sanitaires, apprentissage du marketing et de la gestion...mais aussi la sensibilisation des hommes et des femmes, suivant une approche genre, des avantages et des inconvénients de l'organisation et de l'engagement.

Dans ce qui suit, et après avoir proposé un mode d'organisation et de gestion de la coopérative, nous allons opter pour une description des différentes mesures d'appui à la coopérative féminine « Tizgui pour la femme rurale » qui peuvent favoriser cette initiative, inscrites dans un ordre chronologique bien déterminé, tout en soulevant les formes de résistance et les contraintes susceptibles d'entraver le bon déroulement de ce processus.

4.2.3 Gestion et organisation de la coopérative

4.2.3.1 Objectifs et fonctions

Les adhérentes doivent fournir une cotisation, fixée concertation au préalable avant le démarrage des activités de la coopérative. Cette somme servira comme fond de roulement de la coopérative, qui aura comme fonctions :

- L'achat des produits (noix, noix concassés, amandes douces et amères concassées ou non, et le thym séché) auprès des agriculteurs et agricultrices de d'Ouelтана amont
- Le concassage de noix et le tri des amandes douces et amères ;
- Le tri et le nettoyage du thym séché ;
- La transformation des amandes douces en : pâte et poudre d'amande ;
- La torréfaction des amandes douces
- La transformation des noix en huile
- La transformation des amandes amères en huile ;
- Le conditionnement des produits (mise en sachet du : thym séché, noix, amandes torréfiées, pâte et poudre d'amande ; mise en bouteille de noix et de l'huile d'amande)
- Commercialisation des produits bruts ou transformés en vrac.

4.2.3.2 Organisation du local

Le local dont dispose l'association « Tizgui pour le développement de la femme rurale » et qui va être transmis à la coopérative n'est pas encore aménagé. Il apparaît logique de commencer avec l'organisation de cet espace, de façon à créer un espace pour chaque activité de l'unité :

- Une salle de réception des produits intrants, avec une balance, un bureau, un ordinateur et une vitrine d'exposition des produits de la coopérative ;
- Une salle de stockage des intrants, organisée de façon à séparer les différents produits dont s'approvisionne la coopérative (noix, amande douce, amande amère, PAM séchés. autres intrants). Ces produits doivent être pesés et étiquetés au niveau de la réception :
- Une salle de concassage et tri des noix, amandes et de nettoyage du thym séché
- Une salle comportant les machines de transformation et d'emballage des produits
- Une salle d'étiquetage et de stockage des produits finis ;
- Une salle de réunions comportant : une table de réunion, 30 chaises et un tableau.

4.2.3.3 Organisation du travail

Pour un meilleur fonctionnement de la coopérative féminine « Tizgui pour la femme rurale » nous proposons l'adoption de l'organisation suivante en matière de composante humaine au sein de la structure :

- Formation d'un membre de la coopérative pour diriger la coopérative, il sera chargé de :
- La réception, pesage et étiquetage des produits intrants
- La tenue de la comptabilité de la coopérative;
- La gestion financière de façon à gérer au mieux les dépenses qui sont : l'achat des intrants, le paiement des adhérentes et des recrues (femme de ménage, gardien), les frais de l'eau et de l'électricité, le transport...
- La recherche de marché potentiel pour les produits de la coopérative ;
- La gestion des fournitures (emballage, étiquettes, matière première), de façon à chercher les fournisseurs et les contacter en cas de besoin.
- Responsabilisation de 4 femmes alphabétisées des adhérentes de la coopérative, des machines de l'unité, de leurs mise en marche et entretien ;
- Les adhérentes seront chargées du concassage, tri, nettoyage, emballage et étiquetage des produits ;
- Recrutement d'un gardien et d'une femme de ménage de l'unité.

4.2.4 Mesures d'appui au lancement de la coopérative

Les procédures de création de la coopérative sont toujours en cours. Dans ce qui suit nous allons présenter une démarche d'appui à cette initiative, en prenant en considération que ses activités n'ont pas encore débuté.

4.2.4.1 Sensibilisation des hommes d'Oueltana amont

Avant de se lancer dans ce projet qui concerne exclusivement les femmes de d'Oueltana amont, il semble indispensable de le discuter à priori avec les hommes, qui peuvent encourager sinon limiter les motivations des femmes. Durant notre période d'investigation, nous avons constaté que certains des hommes d'Oueltana amont, développent une mauvaise impression à propos des conséquences de l'engagement des femmes dans une telle activité.

Le travail de sensibilisation doit porter sur les points suivants :

- Présenter les objectifs et l'importance économique des activités de la coopérative ;

- Mettre le point sur le rôle socio-économique de la femme au sein de la famille et de la communauté, et sur la valeur des savoir-faire qu'elle détient ;
- Mettre l'accent sur les problèmes et obstacles dont souffre la femme d'Ouelтана amont (femmes agricultrices sans rémunération directe...) ;
- Présenter des exemples d'organisation féminine réussie comme la coopérative « IDRAREN » dans la région Marrakech-Safi qu'est spécialisée dans la valorisation des noix et amandes de la province.
- Informer les hommes sur les actions prévues en faveur des femmes (les formations, les voyages, les visites...) ;

Cette étape a pour objectif de cerner les formes de résistance et de réticence susceptible d'entraver le travail de la coopérative, et qui peuvent émaner des intentions que développent les hommes concernant l'organisation des femmes de la tribu.



Planche photo 14 : les différentes actions de la coopérative « idraren » dans la production d'huile de noix, un modèle à suivre pour la réussite de notre coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

4.2.4.2 Sensibilisation des adhérentes

Cette étape consiste essentiellement à présenter les conséquences de l'engagement des adhérentes à la coopérative, mais aussi à les informer de la nature des actions d'accompagnement qui seront menées par après.

Le travail de sensibilisation va porter sur les points suivants :

- Présenter les objectifs et les activités de la coopérative ;
- Mettre le point sur les avantages de l'engagement qui se résument en l'autonomie et l'indépendance financière ;
- Informer les femmes sur les actions prévues en leur faveur (les formations, les

4.2.4.3 Formations et voyages en faveur des adhérentes de la coopérative

- Formation en matière d'opportunités de financement et de partenariats offerts par le MAPM (divisions : production végétale, produits de terroir, labellisation) ;

- Formation technique approfondie concernant les processus de production et le fonctionnement des machines ;
- Formation en matière de comptabilité, qui servira au démarrage des activités de la coopérative (avant de faire recours à une directrice de la structure) ;
- Formation sur la gestion financière et le partage des bénéfices ;
- Formation en matière de gestion et fonctionnement de la coopérative (rôle de chaque membre, assemblées générales, réunions,...) ;
- Formation en matière de stratégie de commercialisation et organisation des ventes, ainsi qu'en matière de technique du marketing ;
- Organisation de visite pour un groupement d'intérêt économique de noix, d'amande et des coopératives de noix qui y appartient, qui existent au niveau de la province de Marrakech, Safi, comme exemple d'expérience réussie dans la filière ;
- Organisation de visite pour la coopérative féminine « IDRAREN », de transformation de noix, au niveau de Marrakech. Cette coopérative présente un exemple d'organisation féminine réussie au niveau local.

La totalité de ces actions d'appui et d'accompagnement, sera menée par les techniciens responsables d'encadrement au niveau du Centre des travaux de Demnate dont découle le territoire d'Ouelтана amont, et par les services d'accompagnement de la DPA d'Azilal dans le cadre du plan d'action 2020 du Département de l'Agriculture pour le développement des produits de terroirs.

Au niveau de tout ce qui précède, nous avons présenté une multitude de mesures d'appui favorisant l'émergence de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale », à savoir le mode d'organisation et la répartition des tâches au sein de l'unité, la gestion de l'espace, ainsi que les formations et les voyages dont doivent bénéficier les membres de la coopérative.

Il reste à proposer une démarche marketing appuyant la commercialisation des produits à venir de la coopérative, étant donné que le gain et la création de revenu sont des l'un des objectifs principaux de cette initiative.

4.3 Axe troisième : Stratégie marketing pour le lancement des produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

Étant donné que les produits de la coopérative vont être lancés pour la première fois, nous allons procéder à la formulation du marketing mix, c'est-à-dire de définir les politiques du produit, du prix, de distribution et de communication pour ces nouveaux produits qui sont :

- Les amandes salées torréfiées ;
- La pâte d'amande ;
- La poudre d'amande ;
- L'huile d'amande amère ;
- L'huile de noix
- Le thym séché.

En effet, pour que le marketing mix de ces produits soit efficace, il faut qu'il soit cohérent. L'ensemble des composantes soit inspiré de certaines directives communes. Ces idées directives constituent les trois options fondamentales de la stratégie marketing concernant la segmentation, le choix des cibles et le positionnement.

Une fois ces étapes franchies, il reste à traduire concrètement les options stratégiques fondamentales sous forme de marketing-mix précis, veut dire, l'ensemble cohérent de décisions relatives à la politique du produit, du prix, de distribution et de communication de celui-ci :

- La politique du produit déterminera les caractéristiques intrinsèques du produit, l'emballage et le conditionnement ;
- La politique du prix consistera à proposer les prix pour les différents produits de la coopérative ;
- La politique de distribution consistera à choisir le canal de distribution et le type de clientèle qui développera le plus les ventes ;
- La politique de promotion définira la stratégie à adopter pour mieux faire connaître le produit.

4.3.1 Fixation des objectifs commerciaux

Afin d'estimer les quantités que va produire la coopérative, nous allons supposer que tous les producteurs de la région de d'Oueltana amont vont commercialiser leur produits à la coopérative, du moment qu'elle en achètera au même prix du marché sinon plus. Durant notre période d'investigation, les agriculteurs se sont montrés accueillants de l'idée de vendre à la coopérative, étant donné qu'ils sont conscients de la valeur de leur participation au développement de cette activité promotionnelle de tout le territoire d'Oueltana amont.

En se basant seulement sur les quantités produites en thym séché, noix, amande douce et amande amère au niveau de la région d'Oueltana amont, nous ne pouvons pas estimer les quantités que produira la coopérative. Le pourcentage des écarts du tri par rapport à la qualité de matière première ne peut pas être précis, étant donné que les normes, suivant lesquelles les noix et amandes seront triées, ne sont pas encore définies.

L'objectif principal que se fixe la coopérative est la transformation et/ou le conditionnement de la totalité des produits acheminés à la coopérative, tout en choisissant après les canaux de distribution et de commercialisation les plus fiables surtout au démarrage des activités de la coopérative.

4.3.2 Les options stratégiques

4.3.2.1 Segmentation et choix de cible

Le lancement d'un nouveau produit nécessite un choix de stratégie à mener : concentré ou indifférencié. La pratique d'une politique indifférenciée consiste à ignorer délibérément les différences qui existent entre les consommateurs et à offrir à tous les acheteurs le même produit, au même prix et avec les mêmes arguments. Cette stratégie s'avère périlleuse, étant données les différentes formes de présentation, sous lesquelles les différents produits de la coopérative seront commercialisés. Ces formes de présentation dépendent du mode de vente des produits soit en B to C (pour Business to Consumer désignant la vente au grand public) soit en B to B (pour Business to Business, indiquant la vente à des entreprises). Concernant les produits destinés au grand public, ils seront vendus en pièce après emballage et étiquetage, alors que le deuxième mode de vente implique une commercialisation des produits en vrac (huile d'amande, huile de noix, thym séché). Pour cette raison, nous opterons pour une stratégie concentrée pour le lancement des produits de la coopérative, en jouant surtout sur leurs formes de présentation.

Selon leur nature, le thym séché, l'huile, la pâte et la poudre d'amande sont des produits ne subissant pas de diversification distincte, par exemples en matière de multiplicité d'arômes. Actuellement, les capacités financières au de démarrage des activités de la coopérative vont être limitées (cotisation des adhérentes), étant donné qu'elle ne possède pas de partenaires ou organismes favorisant l'appui à ces activités. Ces capacités ne permettent pas un investissement en matière de diversification de chaque produit, permettant ainsi le ciblage de plusieurs types de consommateur.

Les segments de consommateurs à cibler suivant le mode de vente sont :

- Selon le mode de vente en B to c (Business to consumer), les produits de la coopérative ciblent un segment de consommateurs qui détient des préférences pour les produits agricoles locaux traditionnels (thym séché), biologiques (huile de noix et huile d'amande amère), ainsi que pour les produits issus des organisations paysannes. Le consommateur est ainsi conscient du rôle qu'il joue

en participant au développement de cette organisation en achetant ses produits et non pas des grandes industries.

- Concernant le mode de vente en B to B (Business to Business), la coopérative ciblera comme clients les industries pharmaceutiques et cosmétique (thym séché, huile de noix et d'amande), mais aussi les sociétés exportatrices, des produits en vrac brutes ou transformés, et qui assurent une fonction de tri et conditionnement avant exportation.

Le tableau N° 30 ci-dessous présente les cibles potentielles pour chaque produit de la coopérative :

| Produits | Cibles potentiels |
|--|---|
| Amandes salées torréfiés | <ul style="list-style-type: none"> - Consommation aux niveaux des grandes surfaces - Grands hôtels, bars et auberges au niveau local et national |
| Huile de noix et huile d'amandes amère | <ul style="list-style-type: none"> - Industrie cosmétique (entreprises) - Acheteurs au niveau des grandes surfaces ; Vendeurs des produits de beauté au niveau local et national |
| Pâte et poudre d'amande | <ul style="list-style-type: none"> - Boulangerie pâtisseries et biscuiteries au niveau local et national - Consommateurs aux niveaux des grandes surfaces |
| Thym séché | <ul style="list-style-type: none"> - Consommateurs aux niveaux des grandes surfaces - Industrie cosmétique et pharmaceutique. |

4.3.2.2 Positionnement

Face à la présence d'autres produits qui plaisent les mêmes besoins aux consommateurs sur le marché où chaque marque essaie de se distinguer de l'autre soit par son prix, son emballage ou son goût, il est primordial d'orienter le positionnement des produits de la coopérative.

Le positionnement choisi doit être simple, pertinent, crédible et original. En effet, les traits saillants et distinctifs de l'image à donner à nos produits doivent correspondre aux attentes des ses consommateurs potentiels. Enfin, les produits de la coopérative doivent occuper une position distincte par rapport aux autres produits concurrents.

La stratégie de positionnement consiste, en général, à choisir la catégorie à laquelle nous souhaitons que notre produit soit rattaché dans l'esprit du public, puis à le différencier en mettant en exergue ses caractéristiques distinctives.

Pour notre cas, les produits de la coopérative répondent aux mêmes besoins que les produits concurrents déjà sur le marché, tout en ayant l'avantage d'être des produits traditionnels liés à un territoire et à des savoir faire donnés

Huile de noix, thym séché, huile, pâte et poudre d'amande sont des produits 100% naturels, sans additif chimique, élément qui constitue un avantage concurrentiel par rapport aux autres marques. Tout en sachant que les amandiers et les PAM au niveau du territoire d'Oueltana amont sont conduits en agriculture biologique.

De ces faits, il sera pertinent de choisir un positionnement alliant les avantages que présentent les produits à leur avantage concurrentiel, en l'occurrence un produit local traditionnel à 100% naturel.

4.3.3 Elaboration du mix du produit

4.3.3.1 Politique du produit

Avant tout acte d'achat d'un produit, le consommateur est toujours amené à faire un choix qui peut être objectif ou subjectif. Ses choix émanent de la perception qu'il développe pour ce produit. Pour réussir le lancement des produits de la coopérative et satisfaire les besoins de la clientèle, il faut tenir compte dans l'élaboration de la politique du produit à la fois des critères techniques et de la composition des produits, mais aussi des avis que développent les consommateurs suite à leurs caractères observables (présentation et design).

Dénomination et formes de présentation des produits

Les formes de présentation des produits de la coopérative dépendent : du matériel dont elle dispose (sertisseuse des capsules 17 et 24 ml), de la nature de la clientèle (consommateurs ou entreprise), et de la nature des produits. Le tableau N° 31 présente les noms des produits, leurs formes de présentations ainsi que les poids et volumes qui seront disponibles :

Tableau 31 : Dénomination et forme de présentation des produits de la coopérative

| Nom du produit | Forme de présentation | Poids ou volume |
|----------------------|-----------------------|-----------------|
| Noix sèche en coque | Sac filet | 1 et 1.5 kg |
| Noix concassée | Sachet en plastique | 100 et 200 g |
| Huile de noix | Capsule en verre | 17 et 27 ml |
| Amandes torréfiés | Sachet en plastique | 100 et 200g |
| Huile d'amande amère | Capsule en verre | 17 et 27 ml |
| Pâte d'amande | Sachet en plastique | 250 et 500 g |
| Poudre d'amande | Sachet en plastique | 100 et 200 g |
| Thym séché | Sachet en plastique | 50 et 100 g |

Etant donné que les noix, les amandes torréfiés, l'huile de noix, l'huile d'amande et le thym séché sont des produits liés au terroir, traditionnels et biologiques, ils peuvent être qualifiés de produits de luxe. Ils sont destinés aux consommateurs détenant un pouvoir d'achat relativement élevé. Les volumes que nous avons choisis sont petits visant ainsi une meilleure valorisation du produit, et une augmentation de valeur ajoutée.

En ce qui concerne la pâte et poudre d'amande, ils présentent des produits de base dans la fabrication d'autres produits (pâtisseries et gâteaux), de ce fait les volumes sous lesquels ils seront commercialisés doivent être économiques et donc relativement élevés.

4.3.4 Caractéristique intrinsèques des produits

Les caractéristiques intrinsèques de nos produits sont les attributs réels, objectifs et observables. On peut regrouper ces attributs en deux grandes catégories : les formules des produits et le design des produits.

4.3.4.1 Formule des produits

On appelle la formule du produit ou le contenu, la description technique de ses composantes. Le tableau n° 32 présente les formules des différents produits de la coopérative :

Tableau n°32: Formules des différents produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

| produit | Formule |
|----------------------|--|
| Huile de noix | Huile de noix biologique sans additifs chimiques |
| Amandes torréfiés | Amandes douces biologiques torréfiés, sel |
| Huile d’amande douce | Huile d’amande douce biologique sans additifs chimiques |
| Poudre d’amande | Amandes biologiques broyées finement sans additifs chimiques |
| Pâte d’amande | 50 % de poudre d’amande biologique, 50 % de sucre glace, sel, eau |
| Thym séché | Feuilles de thym biologique séchées de façon traditionnelle, sans transformation industrielle, sans additif chimique |

La matière première de base utilisée dans la fabrication des différents produits de la coopérative, sont les noix, les amandes et le thym d’Ouelтана amont conduits en agriculture biologique.

4.3.4.2 Design des produits

La noix, Le thym séché, les amandes torréfiés, la pâte et poudre d’amande seront présentés dans des sachets en plastiques joints d’étiquettes indiquant la composition ainsi que l’utilisation de chaque produit, écrites en arabe et en français, étant donné que le packaging est un support d’information sur le produit pour le consommateur.

En ce qui concerne l’huile d’amande et de noix, elles seront commercialisées dans des petites bouteilles (17 et 24ml) en verre transparent, permettant ainsi une meilleure visualisation de l’huile. Bien que pour une meilleure conservation de l’huile, un emballage opaque est préférable, et ce pour minimiser l’oxydation par la lumière, nous avons choisi un verre transparent pour les bouteilles parce que le consommateur marocain est habitué à juger la qualité d’huile par sa couleur et sa clarté. De ce fait nous proposons d’adopter cet emballage, en attendant la réalisation des péronières ventes de la coopérative pour concevoir des boites pour les capsules d’huile, bloquant ainsi tout rayon de lumière menaçant la qualité et la durée de vie du produit.

La photo 52 ci-dessous présente un logo de la coopérative que nous avons proposé :



Photo 52: Logo de la « coopérative Tizgui pour la femme rurale », (proposé par M. El Bakkari)

En plus du logo de la coopérative, les étiquettes des différents produits (sachet et bouteille) doivent comporter les informations suivantes :

- Le nom de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » ;
- Le nom du produit ;
- Le poids ou le volume ;
- La composition ;
- Les utilisations ;
- Les coordonnées de la coopérative.

Toutes ces informations doivent figurer en arabe et en français

La photo 53 ci-dessous présente un model d'étiquette que nous avons conçu pour l'huile d'amande :

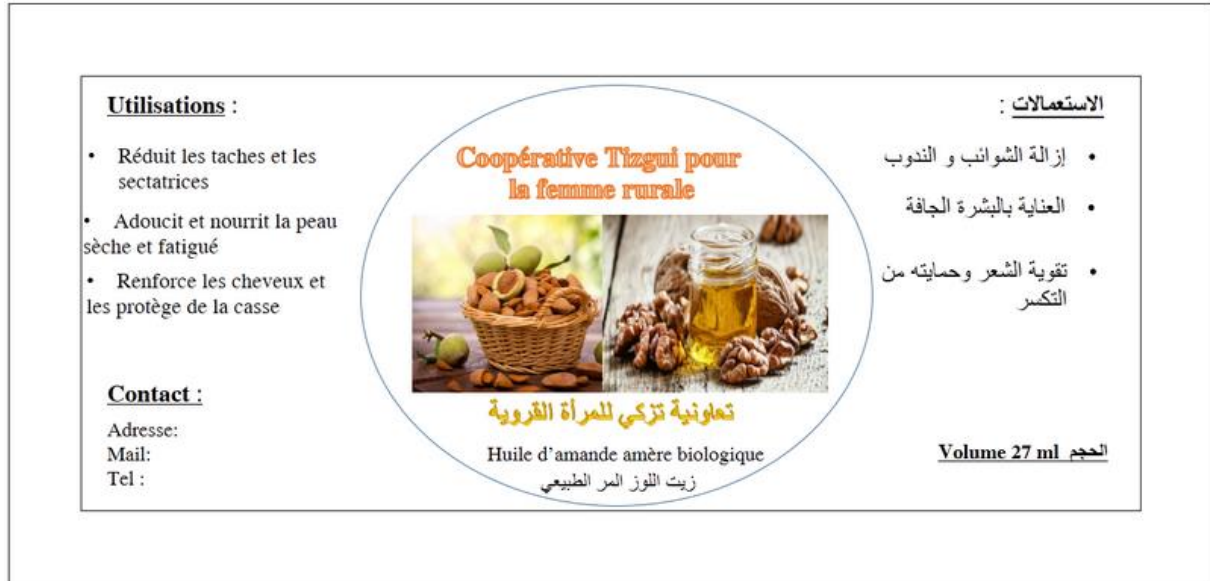


Photo 53 : Modèle d'étiquette conçue pour l'huile d'amande amère, (proposé par M. El Bakkari)

4.3.5 Politique du prix

La composante la plus déterminante, du mix marketing dans le comportement des consommateurs reste certainement le prix. Il constitue pour le consommateur la contrepartie à déboursier pour acquérir un bien afin de satisfaire son besoin.

Pour fixer le prix de vente d'un produit trois éléments essentiels sont à prendre en compte : le coût de revient, les prix acceptés par les clients, les prix de la concurrence. Du fait qu'il n'existe pas de réglementation des prix dans le cas de nos produits, c'est la confrontation de ces trois éléments qui permettra à la coopérative de fixer ses prix de vente.

4.3.5.1 Formulation des objectifs

Pour la totalité des produits de la coopérative, nous nous fixerons pour objectif, une maximisation du volume de vente plutôt qu'une maximisation de rentabilité du produit à court terme. Ainsi, nous recommandons l'adoption d'une politique de pénétration. Ce choix s'explique par le fait que d'une part nous ne pouvons pas espérer pratiquer une politique d'écrouissage vu les moyens limités de la coopérative et compte tenu du faible budget à investir dans l'emballage, et d'autre part le fait que l'objectif économique de la coopérative n'est pas la recherche du profit, mais la satisfaction des aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels des membres.

4.3.5.2 Détermination du prix

Compte tenu que nous ne pouvons pas estimer les coûts de productions (manque de plusieurs variables), nous devons prendre en considération les variables : concurrence et prix acceptés par les clients.

Pour la concurrence : Nous avons constaté au niveau du marché (super marchés, pharmacie et parapharmacie), que les prix de ventes des produits concurrents (même poids et volume) sont en moyenne comme suit :

Tableau n°33 : Prix moyen des produits concurrents sur le marché

| produits | Poids ou volume | Prix moyen (en DH) |
|----------------------|-----------------|--------------------|
| Noix sèche en coque | 1 kg | 80 |
| Noix concassée | 200 g | 25 |
| Huile de noix | 24 ml | 50 |
| Amandes torréfiés | 100 g | 18 |
| Huile d'amande amère | 24 ml | 20 |
| Poudre d'amande | 250 g | 30 |
| Pate d'amande | 250 g | 20 |
| Thym séché | 50 g | 5 |

Les produits concurrents que nous avons choisis, possèdent à peu près les mêmes caractéristiques que nos produits. Il s'agit des produits traditionnels issus de coopératives agricoles présentés sous un emballage simple.

En ce qui concerne, l'accessibilité par le consommateur : Nous avons réalisé des enquêtes auprès des consommateurs pour but de préciser la marge du prix qu'ils sont prêt à payer pour acquérir les différents produits de la coopérative, une fois lancés sur le marché. Les résultats sont présentés au niveau du tableau N°34 :

Tableau 34 : Prix minimums et maximums proposés par le consommateur pour les produits de la coopérative.

| produits | Poids de volume | Prix minimum en DH | Prix maximum en DH |
|----------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Noix sèche en coque | 1 kg | 70 | 90 |
| Noix concassée | 200 g | 20 | 30 |
| Huile de noix | 24 ml | 40 | 60 |
| Amandes torréfiés | 100 g | 15 | 20 |
| Huile d'amande douce | 24 ml | 15 | 25 |
| Poudre d'amande | 250 g | 30 | 40 |
| Pate d'amande | 250 g | 14 | 23 |
| Thym séché | 50 g | 5 | 10 |

Le prix de vente se situe à l'intervalle des prix acceptés par le consommateur, tout en étant légèrement en dessus de ceux pratiqués par la concurrence, étant donné que les produits de la coopérative sont biologiques et traditionnels.

Toutefois, pour définir les prix de vente des produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale », il faut s'assurer qu'ils supérieurs aux coûts de revient, de façon à couvrir les dépenses et à laisser une marge bénéficiaire à la coopérative.

4.3.6 Politique de distribution

Compte tenu des résultats obtenus par cette étude (segmentation, positionnement, cibles), nous proposons de s'orienter essentiellement vers les grandes distributions pour la commercialisation de tous les produits de la coopérative, afin d'atteindre une large gamme de consommateurs.

La pâte et poudre d'amande, peuvent être vendues directement aux boulangeries, pâtisseries et biscuiteries de Demnate. Toutefois, l'huile d'amande et de noix aux vendeurs de produits cosmétiques et aux parapharmacies au niveau local et national. Alors que le thym séché peut être vendu aux industries cosmétique et pharmaceutique (extraction d'huile essentielle).

Nous proposons au début des activités de la coopérative, de cibler des canaux de distribution fiables. Il s'agit de vendre les produits en vrac directement aux exportateurs, qui se trouvent à l'aval des circuits de commercialisation, comme l'a révélé notre analyse du système de commercialisation. En adoptant cette stratégie, on va couvrir les besoins en fond de roulement de la coopérative, déjà alimenté par les cotisations des adhérentes.

4.3.7 Politique de communication

Les produits de la coopérative présentent des produits nouveaux sur le marché : sous produits d'amande et de noix traditionnels issus d'une agriculture biologique, et thym séché selon un processus traditionnel relatif au savoir faire locaux des femmes d'Ouelтана amont. Les consommateurs ignorent les caractéristiques et les atouts de ces produits. Ainsi, la communication dans notre cas a des objectifs cognitifs, où nous cherchons à informer le consommateur. Les communications de masse s'avèrent donc très nécessaire et plus utiles pour acheminer le message vers une large audience.

Afin de faire connaître au maximum les produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale », une politique de communication doit être menée auprès des consommateurs potentiels, que ce soit en jouant sur le packaging et sur l'aspect observable du produit, soit par la participation aux foires et au salon, à savoir:

- le festival des amandes de Tafraout ;
- le Salon International d'Agriculture de Meknès ;
- le Salon International des Fruits et Légume à Agadir.

Une confection de dépliants et de carte visite pour la coopérative doit être menée pour la facilitation de circulation des informations sur la coopérative et ses produits, ces support vont être distribué aux participants dans les différentes manifestations. Nous proposons aussi d'organiser des visites aux acheteurs potentiels au niveau local et national, pour les informer des produits et mettre à leur disposition des échantillons gratuits.

S'ajoutant à ces moyens, le bouche-à-oreille qui peut être un moyen très intéressant pour faire connaître ces produits. Cette politique de communication ne nécessite pas un investissement, sachant que les moyens de la coopérative sont limités pour investir dans des annonces publicitaires sur des supports télévisuels.

4.4 Axe quatrième : la planification et la conception des produits touristiques adaptés au territoire d'Ouelтана amont

Après avoir fait le diagnostic des principales potentialités existantes dans la région d'Ouelтана amont, cet axe se penchera sur la conception des produits touristiques adaptés à notre zone d'étude. Du faite que le territoire d'Ouelтана amont est très riche, notamment par son arrière pays, nous avons élaboré des circuits de randonnée pédestre, équestre et VTT qui rassemblent tous les points attractifs de la zone.

4.4.1 BUT du produit

Le but de notre produit, est d'abord de désenclaver les douars les plus cloîtrés d'Ouelтана amont et essayer d'apporter aux populations locales un revenu additionnel et durable, en vue de réaliser un développement économique et social de toute la région. Ensuite, essayer d'attirer des touristes nationaux et internationaux et prolonger leur séjour à l'échelle locale, pour que la population locale profite directement des retombées socioéconomiques du tourisme.

Le développement des produits touristiques dans la zone d'Ouelтана amont, peut encore stimuler les investissements dans le domaine touristique dans la région, et inciter les porteurs de projets à investir dans le contexte du développement touristique de la région. En outre, il peut mettre en valeur les patrimoines naturels et culturels de la région par la création de circuits touristiques basés sur ces potentialités. Enfin, il peut permettre de créer de nouvelles opportunités d'emplois par l'initiation de nouveaux projets d'hébergement, de restauration, et de location de matériels, qui accompagneront le développement des circuits touristiques dans la région.

4.4.2 Conception du produit touristique

Le produit touristique peut être l'ensemble des activités réalisées par le touriste à partir du moment où celui-ci quitte son espace habituel de vie et ce, jusqu'à ce qu'il y retourne. Pour notre cas, le produit touristique proposé correspond à l'ensemble du périple. Les diverses consommations que chacun effectue en cours de voyage seraient des composantes du produit final. En économie, on parle d'un bien composite (Caccomo et al, 2006).

Le produit touristique est confectionné par le touriste lui-même ; il se compose d'un assemblage d'éléments disparates, dont certains ne peuvent être prévus à l'avance, et le touriste n'aura une idée complète et juste du produit qu'une fois qu'il aura fini de le

consommer. (De Grandpré, 2007). Le produit touristique qu'on présente contient plusieurs circuits touristiques à savoir :

4.4.2.1 Circuit de randonnée pédestre

4.4.2.1.1 Fiche technique du circuit

Le montage du circuit de randonnée pédestre, a été appuyé par notre expérience sur le terrain d'étude. Ce circuit intègre les principales attractions touristiques suivantes :

- Les monuments historiques dans la ville de Demnate
- Le pont naturel d'Iminifri
- Les traces de dinosaures
- Les Paysages agricoles ;
- Les terrasses de culture
- Le patrimoine bâti traditionnel
- La forêt d'Aghri et d'Assloul
- Les vues Panoramiques.

Nom du voyage : Iminifri, porte d'entrée à Ouelтана amont

Date : été/printemps/ automne

Durée : 5 jours

Type d'hébergement : hébergement chez l'habitant

Guides : guides formé et officiellement reconnus par les autorités locales

Min/max clients : 6-12.

Nombre de guides : 1 pour un groupe de 6

2 pour un groupe de 12

Services :

- Repas : Gastronomie marocaine et traditionnelle.
- Spécialité de la zone : produits d'amande, noix, la vigne et l'apiculture locale.

4.4.2.1.2 Description de l'itinéraire

Jour 1 : Accueil à l'aéroport de Marrakech, direction la vile de Demnate (100km), installation chez l'habitant, nuit, Bain traditionnel (hammam), dîner et nuit chez l'habitant.

Jour 2 : Matin : visite de Demnate avec possibilité de voir des monuments historiques (dar moulay hicham, Imelah, (les groupes de septembre assisteront au cours de leurs voyage au spectacle danses Gnawa, hmadcha et musique traditionnelles (dekka demnata), données dans le cadre du moussem de zawiyat tijania

- Vues panoramiques : vision de toute la ville inclut la zone de poterie de boughrart

- prendre le déjeuner dans la ville de Demnate

Après midi : trois à quatre heures de marche, à partir de Demnate jusqu'à les traces de dinosaures à Iwariden et retour vers Iminifri

- Randonnée pédestre vers le pont naturel d'Iminifri, en traversant des vergers d'olivier et des champs de céréale, en passant par les villages ighir et ait omghar situé sur un sommet de montagne où il y a une vue panoramique, on peut voir la ville de Demnate.
- Visite du site naturel d'Iminifri, ce lieu est caractérisé par de très forts contrastes lumineux. On pénètre dans une zone où la lumière semble filtrée et se fait plus rare, «comme si l'on pénétrait dans une cathédrale ». On se sent à l'entrée d'une grotte. Cet effet est renforcé par la structure des travertins dont la forme évoque celle des stalactites. La progression vers le pont est lente et difficile, elle donne un côté aventureux au parcours. elle est caractérisée par le contact physique avec le rocher très lisse, le sol et le travertin, Sous le pont, le lieu se révèle moins obscure que ce qu'il ne paraissait. La lumière provenant des deux côtés permet enfin de prendre conscience qu'il s'agit d'un pont. Le regard se porte vers le haut, vers la voute et ses arches. Le lieu apparaît froid et humide (impression accentuée par les gouttes d'eau tombant du plafond).
- Visite le site de traces de dinosaures d'Iwariden, Le site est constitué de traces de sauropodes quadrupèdes herbivores et de traces de théropodes tridactyles bipèdes carnivores
- Retour vers Iminifri, hébergement chez l'habitant

Jour 3 : sept heures de marche, d'Iminifri jusqu'au village d'Ougougen

Départ d'Iminifri en passant par la forêt d'Assloul, puis départ vers village tighmert (Vue panoramique : un patrimoine bâti ; Ces villages conservent encore le cachet architectural traditionnel. Les villages sont toujours en altitude et en pente par rapport aux parcelles d'agriculture situées au fond des vallées et sur les berges. Une pause midi dans le village lhart, offre aux visiteurs de la détendre et une reprise des forces. A tout moment, il est possible de faire une rencontre avec les habitants et prendre le déjeuner. La suite de la marche amène vers deux villages, aux façades marron, izarifen et Almsa (possibilité d'achat des produits locaux comme la noix), puis départ vers ougougen, un village très particulier et connu par ces coutumes et la présence des groupes d'ahwach, , possibilité d'hébergement chez l'habitant, des moments de pause photo sont prévus.

Jour 4 : 5 heures de marche, d'ougougen vers Tirika

Départ d'ougougen vers tirika, en traversant la vallée ghezaf, l'espace agricole est formé de terrasses qui surplombent le cour d'eau. Un peu plus en haut, les villages sont accrochés aux versants sur des terres incultes, possibilité de la découverte du système d'irrigation traditionnel et aussi la rencontre de la population autochtone de dégustation des produits de l'apiculture locale et de noix. La floraison des plantations fruitières rajoute au paysage une diversité attrayante de couleurs. Les versants, notamment après les chutes de pluies, reflètent un contraste de couleurs très variées du fait de la diversité lithologique de cette zone. Le paysage est marqué par l'importance de la diversité des terrasses d'agriculture.

-Retour vers Iminifri

Jour 5 : Fin du séjour puis départ vers Marrakech (visite de la Médina et des monuments historiques).

N.B : La durée du trajet n'est pas fixe, elle diffère d'un groupe à l'autre.

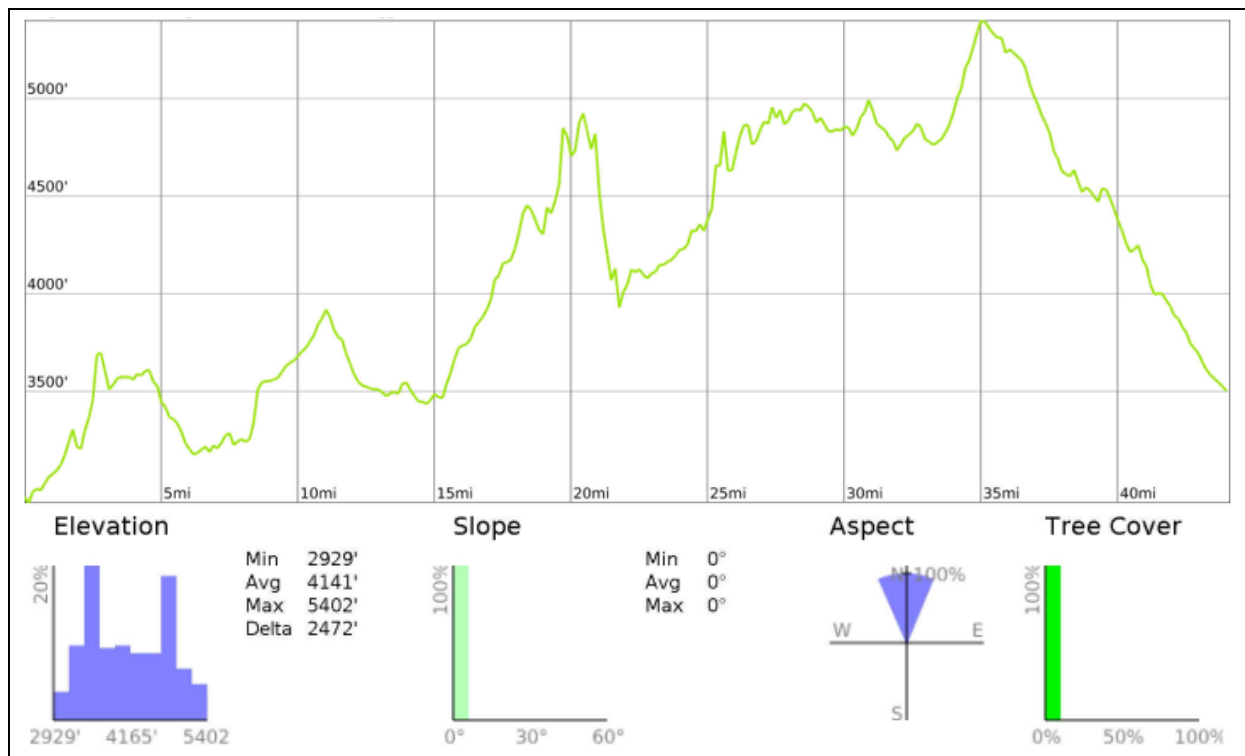


Figure 38 : le profil du circuit pédestre proposé dans le territoire d'Ouelтана amont.

4.4.2.2 Circuit de randonnée équestre

4.4.2.2.1 Fiche technique du circuit

Nom du voyage : Ouelтана amont, vierge nature.

Date : Eté, printemps, automne.

Durée : 6 jours.

Type l'hébergement : hébergement chez l'habitant.

Guides : guides formés et officiellement reconnus par les autorités locales.

Min/Max clients : 6-12.

Nombre de guides : 1 pour groupe de 6 ;

2 pour un groupe de 12

Services :

Repas : Gastronomie marocaine et traditionnelle.

Spécialité de la zone : Produits oléicoles, de noyer et produits de l'apiculture locale

4.4.2.2.2 Description de l'itinéraire

Jour 1 : Accueil à l'aéroport de Marrakech, direction Ait blal (141km)

Jour 2 : à partir de village Tizi Noubadou vers targua – 6 heures à cheval

Départ de village tizi noubadou -chef-lieu de la commune d'ait blal - vers le village d'ait toutline où on peut découvrir pendant la route « Azib iselk » un type d'habitat dont tout éleveur de la commune d'ait blal a le droit de mener son troupeau dans ce parcours situé dans les limites du territoire tribal avec ait bouli, pique-nique puis route à cheval vers le village targua, visite typique de ce village qui se caractérise par un bâti purement traditionnel, Superbe vue sur la vallée des noyer.hébergement chez l'habitant, en matinée petit déjeuner.

Jour 3 :à partir de village targua.....jusqu'à ikhachan - 5 heures à cheval

Départ de village targua vers tilsekht, repos et visite du village, Vous découvrez les cultures en terrasses, les superbes villages berbères accrochés à flanc de montagne où se déroule une vie aux traditions séculaires, plus possibilité de prendre le déjeuner chez l'habitant, puis route à cheval vers ikhachan, hébergement chez l'habitant.

Jour 4 : à partir de village ikhachan jusqu'à Aamalou - 6 heures à cheval

Randonnée à cheval dans la vallée GHezaf et traversée de nombreux villages berbères. Cette vallée sur le plateau d'iwarden est très connue pour ses cultures de vigne, Les villages et leurs cultures en terrasse se succèdent le long de l'oued, en passant par village ait wakrim pour admirer la beauté de terrasse de culture et des vues panoramiques que peut offrir cette vallée. Des moments de pause photo sont prévus.

Jour 5 : à partir de village Aamalou vers iminifri – 4 heures à cheval

Dernière étape à cheval dans la matinée afin de rejoindre iminifri. Installation en maison d'hôtes et dans l'après-midi visite de pont naturel et les traces de dinosaures

Jour 6 : Fin du Séjour puis départ vers Marrakech (visite de la Médina et des monuments historiques).

N.B : Il y a nécessité d'aménagement d'un club d'équitation local, qui jusqu'à maintenant reste inexistant, afin de diversifier l'offre touristique de la zone.

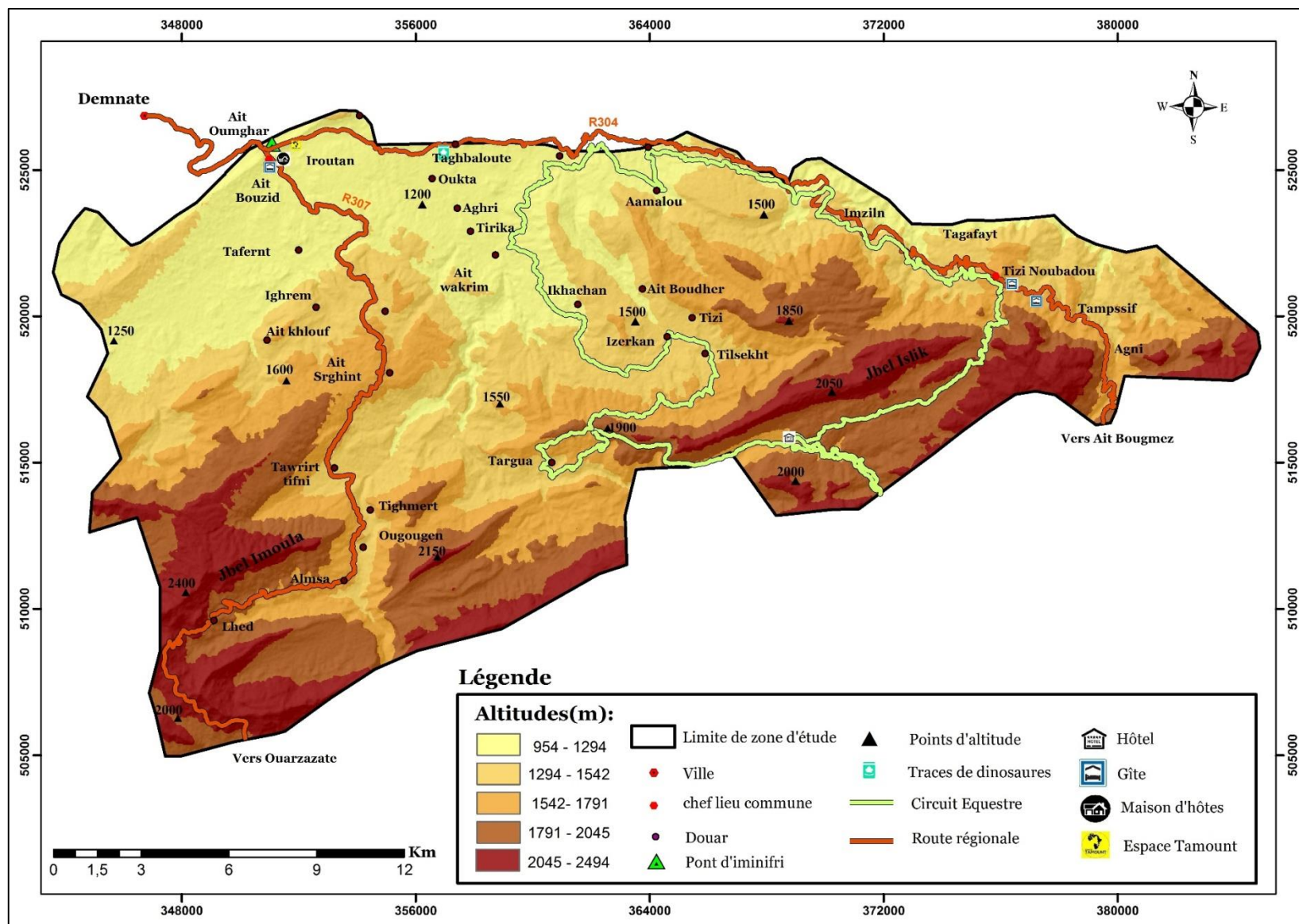


Figure39: le circuit équestre proposé dans le territoire d'Ouelтана amont

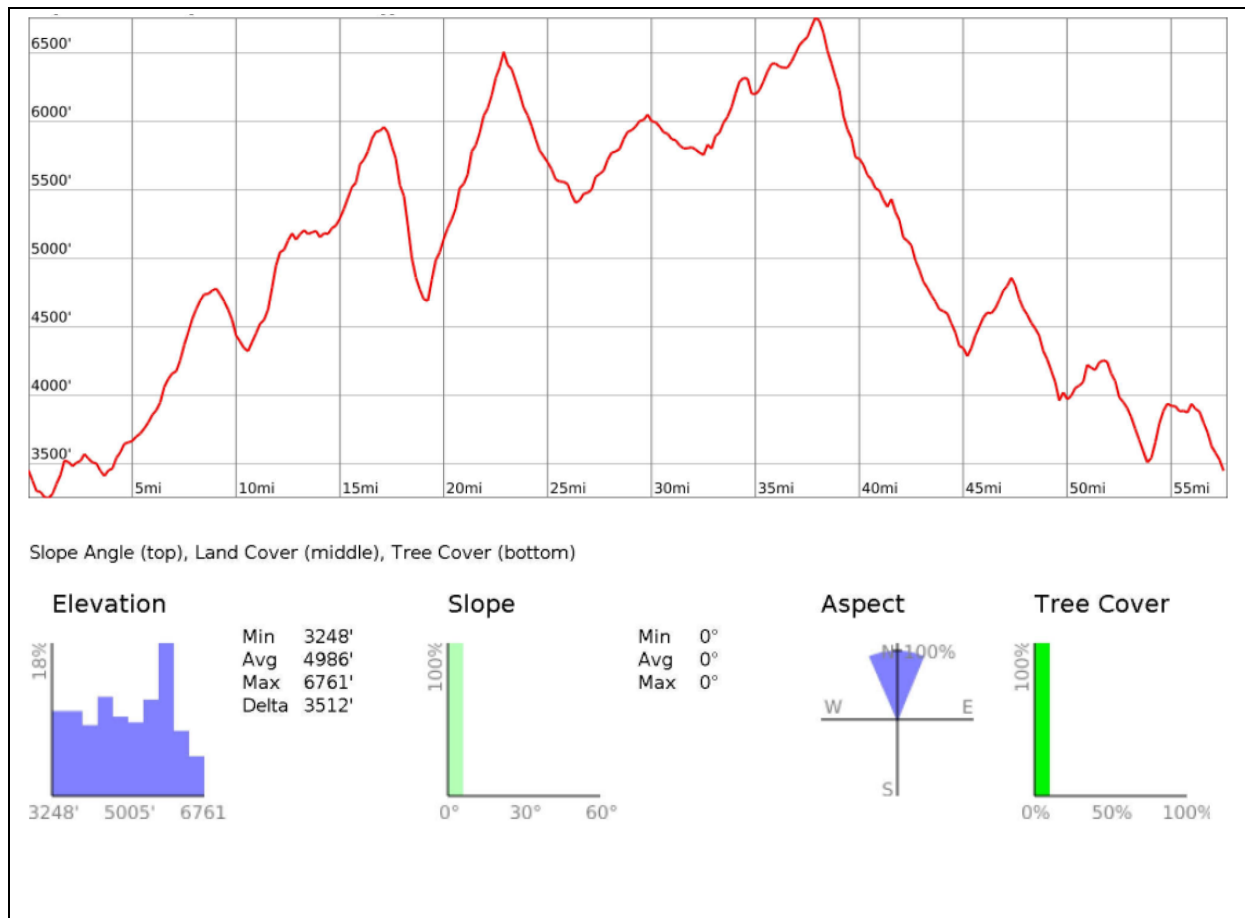


Figure 40: Le profil du circuit équestre proposé dans le territoire d'Ouelтана amont

4.4.2.3 Circuit VTT

4.4.2.3.1 Fiche technique du circuit

Nom du voyage : VTT dans le massif d'Ouelтана amont

Date : Eté/ printemps/automne.

Durée : 4 jours.

Type d'hébergement : hébergement chez l'habitant.

Guides : guides formés et officiellement reconnus par les autorités locales.

Min/Max clients : 8-12.

Nombre de guides : 1 pour un groupe de 10 personnes

Services :

Repas : Gastronomie marocaine et traditionnelle.

Spécialité de la zone : Produits amandiers et produits de l'apiculture locale

4.4.2.3.2 Description de l'itinéraire

Jour 1 : 8 Km, à partir de Ait bouzid, à Ait khlouf

Découverte de pont naturel d'iminifri. Puis route vers le site des traces de dinosaures, Pique-nique puis route en vélo (vtt) vers le village ait khlouf, en passant par village ighrem, hébergement chez l'habitant.

Jour 2 : 20Km, à partir d'ait khlouf, à tizi n'ait saleh

Départ d'ait khlouf, Un itinéraire sauvage et une route assez raide qui passe entre la forêt d'asslouf et qui nous mènera vers tizi n'ait salah, Hébergement chez l'habitant

Jour 3 : 8 Km, à partir de tizi n'at salah jusqu'à ait smih

De tizi n'ait salah vers ait smih, passant par village izmaoune qui est un village située sur un sommet de montagne qui peut offrir des vues panoramiques et c'est une bonne opportunité pour se détendre et hébergement chez l'habitant.

Jour 4 : 9Km, à partir de ait smih jusqu'à ait bouzid

De Ait smih vers ait bouzid, cette étape offre de belles vues sur les vergers d'amandier, de terrasses agricoles et de constructions architecturales, tous cela s'intègre harmonieusement dans un paysage naturel unique, hébergement traditionnelles, chez habitant Retour à Iminifri.

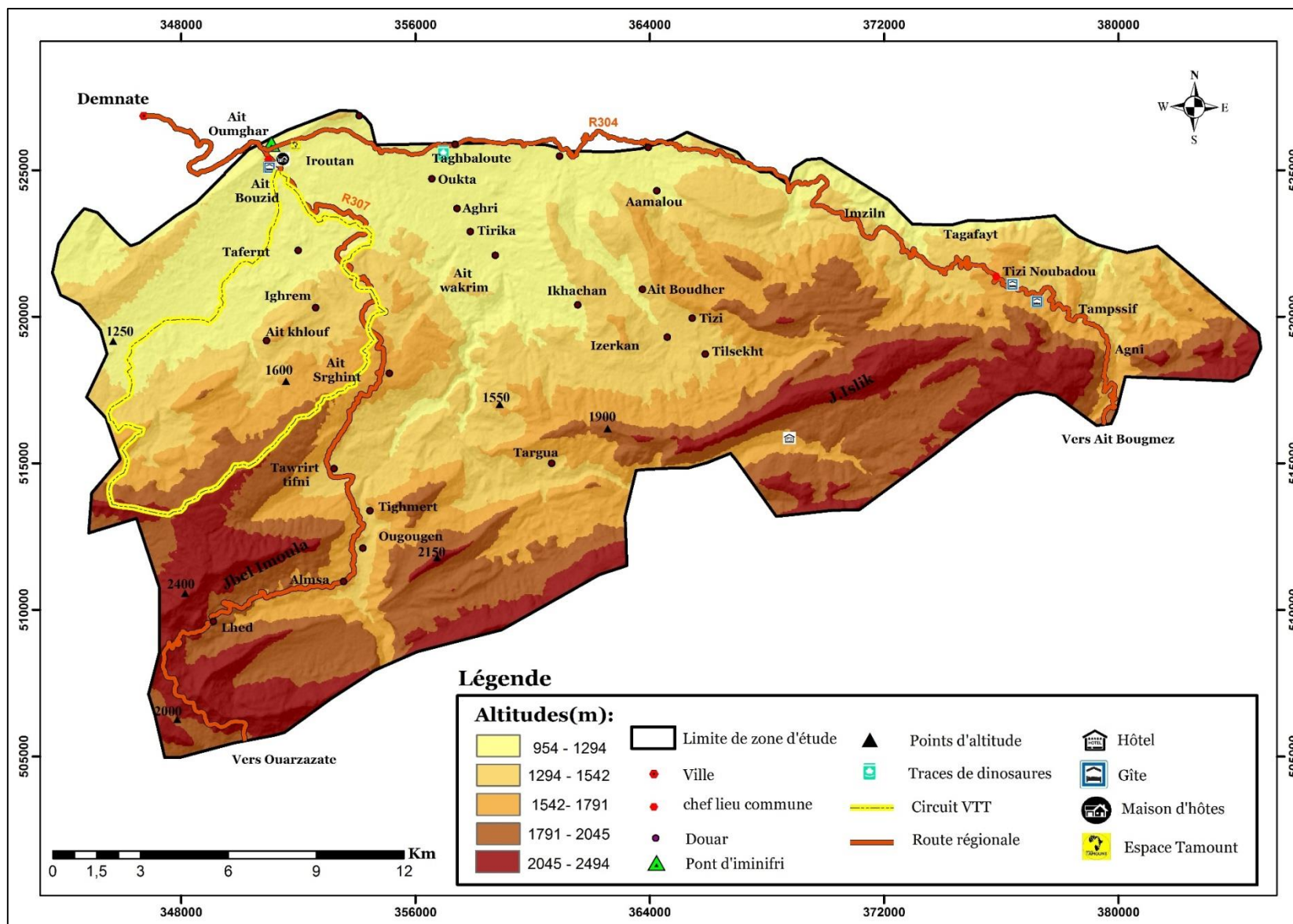


Figure 41 : le circuit VTT proposé dans le territoire d'Oueltana amont

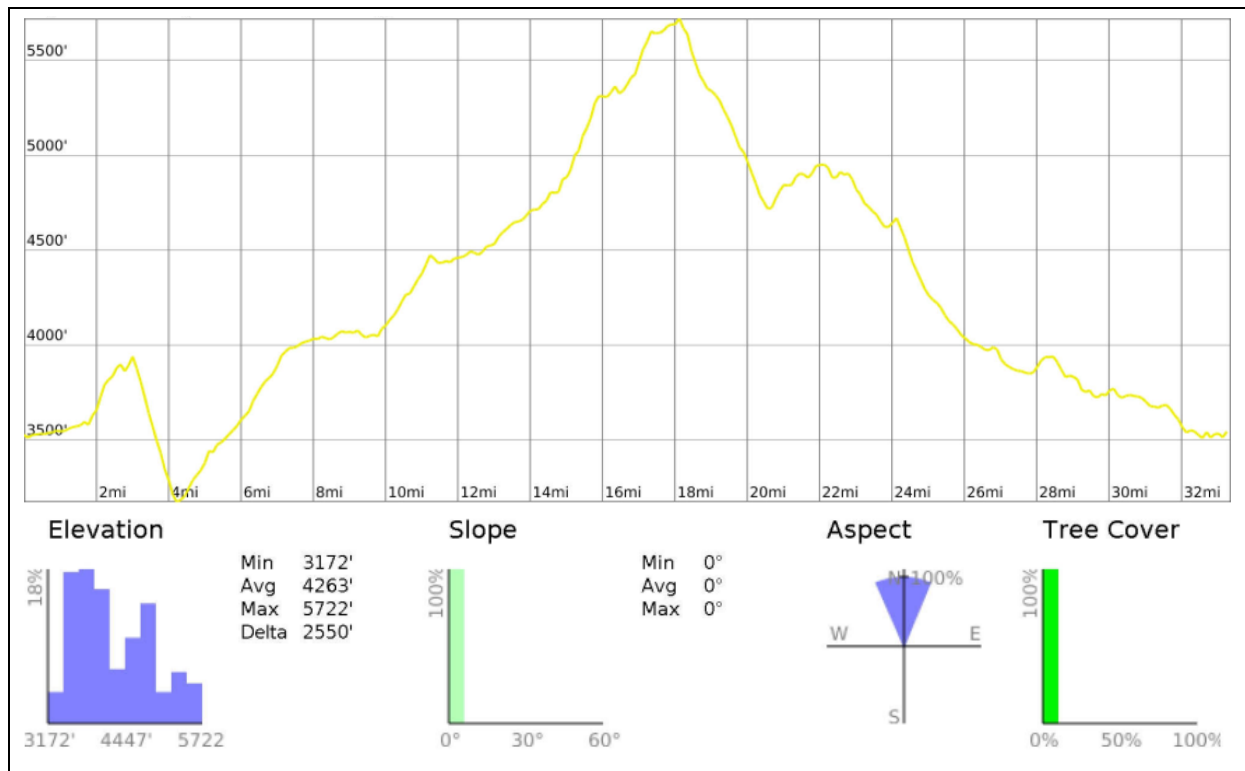


Figure 42 : Le profil du circuit VTT proposé dans le territoire d’Oueltana amont

4.4.3 Retombées économiques et sociales.

Du point de vue économique, il s’agit d’abord d’établir et d’édifier l’infrastructure nécessaire pour un désenclavement total de la région. Avec l’instauration d’une activité touristique dans la région, d’autres activités sectorielles auront l’occasion de se développer et de générer davantage de revenus pour les populations locales. Parallèlement, les perspectives économiques d’un développement de tourisme rural dans la région d’Oueltana amont auront des reflets sur le côté social.

Seul le géosystème d’Iminifri qui enregistre comme moyenne annuelle 50 mille visiteurs, donc avec le développement de ces circuits il y aura plus de visiteurs et aussi plus de retombées directes sur la population locale d’Oueltana amont. En effet les touristes internationaux sont disposés à payer plus pour un produit de tourisme rural ou culturel, surtout s’ils constatent que leur argent aide au développement local.

Parmi les dépenses des touristes, certains auront directement des retombées sur les prestataires locaux, et les fournisseurs de services (guide, propriétaires des structures d’hébergement, transporteurs, agence de voyage...). D’autres retombées se traduisent par différents achats d’articles de terroir (alimentaires et artisanaux), générant ainsi des revenus

indirects à l'échelle locale et participant à l'amélioration des conditions de vie des populations.

D'une part, la génération de revenus additionnels pour les foyers de la région de d'ouelatana amont aidera à diminuer le flux de migration que connaît la zone. Chaque année, plusieurs jeunes habitants de la région quittent leurs familles et s'installent dans les grandes villes du royaume, Ce phénomène d'émigration affecte négativement l'économie de la région.

D'autre part, l'accélération du processus de développement économique de la région à travers le tourisme rural, aidera les populations locales à bénéficier en même temps d'un vaste programme d'alphabétisation qui touchera essentiellement les femmes de la région qui seront facilement intégrées dans la vie publique de la région dans un cadre socio-économique.

Cependant, le tourisme rural peut aussi avoir des répercussions négatives sur la région. En effet, la première conséquence négative du tourisme rural serait la dégradation de l'environnement d'Oueltana amont. Avec une exploitation irrationnelle, la région peut perdre ses ressources environnementales (eaux, faunes et flores). D'une autre part, le processus de développement que connaîtra la région ne doit sous aucune condition devenir un progrès vers une modernisation urbaine, à l'image des grandes villes marocaines. En effet, le développement du tourisme culturel peut améliorer les conditions de vie des populations locales, et non pas de changer radicalement leur style de vie. Chose qui risque de tuer l'authenticité et par conséquent, le tourisme.

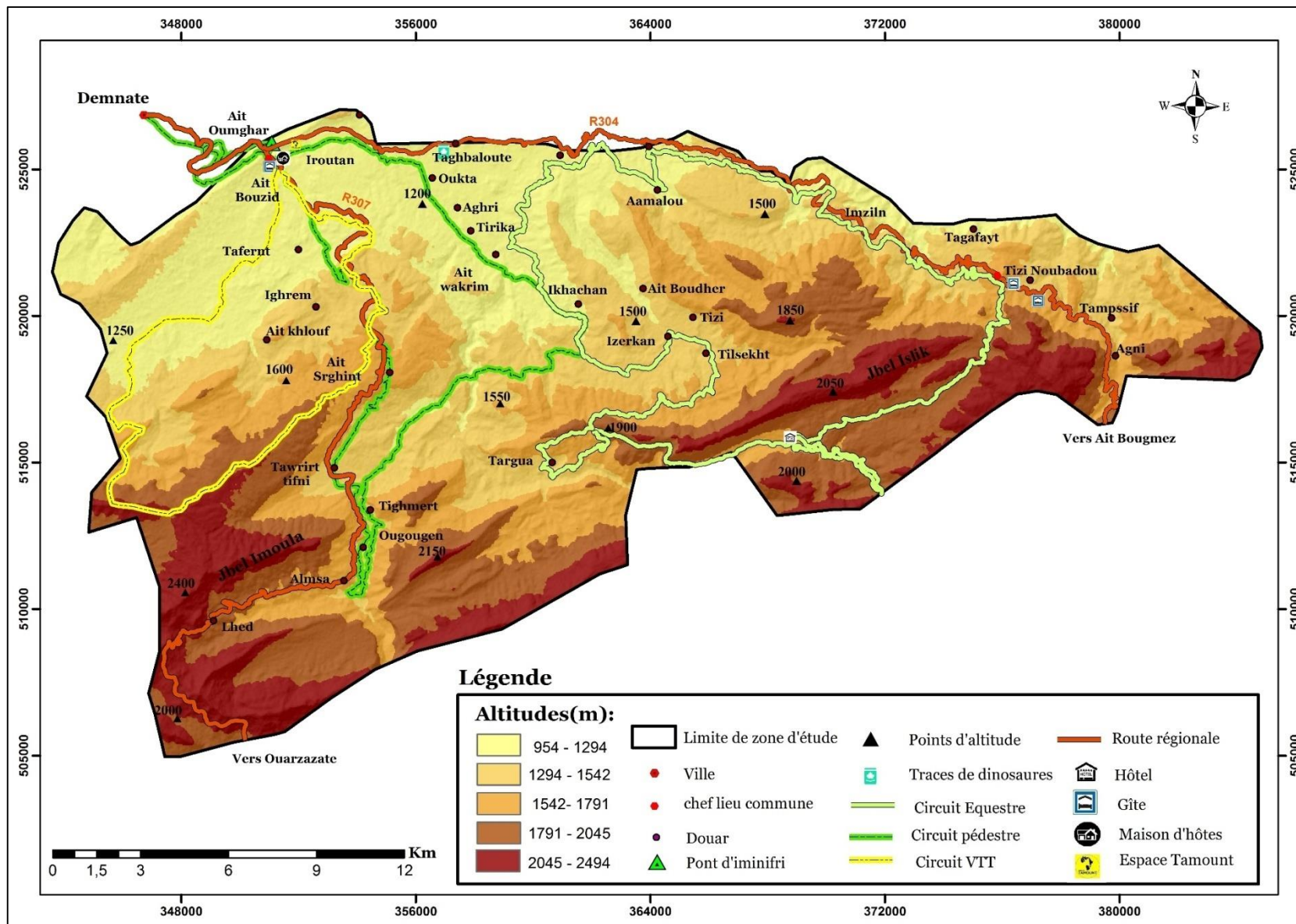


Figure 43: les circuits touristiques proposés dans le territoire d'Ouelтана amont

4.4.4 L'équipement d'Oueltana amont par des infrastructures touristiques indispensables

Sur la base de l'analyse des données récoltées au niveau de la zone, un ensemble de propositions ont été formulées :

4.4.4.1 Création d'un centre d'accueil et d'informations touristiques

Du fait des problèmes que nous avons sur la fréquentation de la zone, nous proposons la création d'un centre d'information où le visiteur pourra se renseigner et rentrer en contact avec les prestataires des activités touristiques. Ce centre pourra contrôler la fréquentation dans la zone, et l'évaluation de la capacité d'accueil.

4.4.4.2 Création d'un musée

Le musée servira à diffuser tous les renseignements nécessaires, en présentant les caractéristiques naturelles et culturelles de la zone, l'organisation des expositions photographiques ou de peinture, des projections sur grand écran des documentaires qui traitent l'histoire de la région, ces traditions, son paysage, et ses richesses.

4.4.4.3 Les sentiers

4.4.4.3.1. L'entretien des sentiers pédestres

La région est sillonnée par plusieurs sentiers pédestres, ces derniers doivent être entretenus afin d'assurer la sécurité des randonneurs, parmi les entretiens il faut procéder à l'élargissement de certains sentiers qui rendent le passage difficile, surtout dans les montagnes et le balisage des sentiers.

Il faut aussi installer des poubelles qui doivent s'intégrer dans le paysage, en les construisant à base de pierre ou en bois. Il faut ainsi prévoir leur entretien et l'évacuation de leurs contenus.

Concernant la valorisation des sentiers, il est intéressant de proposer des circuits thématiques mettant en valeur l'aspect éducatif et de sensibilisation et non seulement de la découverte. L'engagement des guides de la région est indispensable mais auparavant il faut leur organiser une formation sur les thèmes proposés surtout en matière de faune, de flore, d'écologie, de géologie, etc.

4.4.4.3.2. La signalétique

Le territoire d'Oueltana amont est riche de nombreux éléments et potentialités. Cependant, beaucoup de ces derniers sont dissimulés en son sein, et le visiteur non guidé n'est

pas forcément à même de les voir. Il est donc nécessaire d'attirer son attention sur certains éléments afin de lui faire découvrir la richesse de notre territoire.

D'autre part, il paraît nécessaire, afin de développer l'économie locale, que le touriste soit informé sur place de la présence de points de restauration, de vente ou d'hébergements (gîtes) à proximité. Pour cela, nous proposons trois sortes de signalétiques :

4.4.4.3.2.1. La signalétique d'orientation

Elle a pour fonction d'aider les visiteurs à trouver leur chemin. Le message est bref, évident, sans aucune ambiguïté, sans aucune interprétation possible ; les panneaux doivent être étudiés pour être aperçus de loin sans pour autant perturber visuellement le site. Son emplacement doit être vu facilement et rapidement, on doit l'apercevoir de loin.

4.4.4.3.2.2 La signalétique d'information

Elle apporte les informations indispensables : danger, réglementation à respecter, services à la disposition du public, carte générale.

La quantité d'information est nettement importante. Elle nécessite l'aménagement d'une aire pour consulter ces panneaux en toute tranquillité.

Son emplacement : au niveau des portes d'entrée de la ville de Demnate et sur le pont d'Iminifri.

4.4.4.3.2.3. La signalétique d'interprétation

Elle aide les visiteurs à mieux comprendre la zone en permettant d'établir la communication entre les gens et la zone.

A noter que la signalétique d'interprétation peut intégrer dans un panneau des éléments d'orientation et d'information. Son emplacement au niveau des sites remarquables et authentiques de la zone où on peut les lire à une distance plus rapprochée.

Le point commun de ces trois sortes de signalétiques :

- L'utilisation d'un mobilier fixe obéissant à des règles esthétiques, techniques et de durabilité aux intempéries.
- Avoir un style qui devient l'image de marque de la région et du service gestionnaire de la zone

4.4.4.4 La population locale

La participation de la population locale est une nécessité à toutes les étapes de planification du tourisme dans la zone. Cependant, l'encouragement d'une telle participation

efficace doit rehausser l'implication des gens locaux en priorité et développer chez eux la conscience du potentiel touristique de leur région.

Dans ce cadre des ateliers, et des méthodes d'approches participatives devront s'instaurer pour but :

- De faire exprimer par la population les problèmes auxquels elle est confrontée, en particulier ceux liés au secteur touristique dans la zone ;
- D'identifier des sources de revenus alternatives à partir du tourisme, sans toutefois, compromettre l'environnement (apiculture, artisanat, accompagnateurs, etc.)
- D'encourager la population à s'organiser en association pour entreprendre les alternatives identifiées ;
- Développer des programmes de sensibilisation au sein de la communauté locale à propos du respect du patrimoine naturelle, le maintien des traditions et coutumes locales, le respect du visiteur et le maintien du patrimoine architectural ;
- Développer des programmes de sensibilisation au sein de la communauté locale à propos du respect du patrimoine naturelle, le maintien des traditions et coutumes locales, le respect du visiteur et le maintien du patrimoine architectural ;
- D'encourager la population locale à être plus vigilante vis à vis de son environnement naturel (éviter la pollution des sentiers et des villages)

4.4.4.5 Les guides

En général, l'organisation des séjours touristiques dans la zone ne sera couronnée de succès que si les guides et les spécialistes des voyages nationaux et étrangers visent à conserver le patrimoine local et supporter financièrement les acteurs locaux.

Le succès ou échec du tourisme aussi bien que la protection de l'environnement est en grande partie dépendant des connaissances et des compétences des différents acteurs impliqués dans le secteur. Ainsi la formation et l'information en matière de tourisme sont des besoins urgents pour une production touristique efficace.

La création d'un centre de formation des accompagnateurs et des métiers de montagne (CFAMM) est souhaitée pour dynamiser le secteur touristique d'Ouelтана amont et aussi pour conserver le patrimoine matériel et immatériel de l'aire d'étude.

4.4.4.6 L'artisanat

Nous proposons dans ce secteur, d'une part, la création d'un centre d'exposition de produits artisanaux, et d'autre part, l'organisation des artisans dans des coopératives ou des associations, ainsi que la valorisation des produits locaux pour mieux les commercialiser. La Délégation Régionale de l'Artisanat de béni Mellal khenifra devrait porter plus d'intérêt pour l'artisanat dans le territoire d'Oueltana amont pour, entre autre, mieux connaître le nombre d'artisans et leurs pratiques.

L'artisanat pourrait être aussi intégré comme activité touristique sans se limiter à son rôle de base qui est de produire des articles locaux. Elle jouera un rôle important au niveau de l'attraction de touristes amateurs et demandeurs d'apprentissage de tout ce qui est artisanal.

4.5 Axe cinquieme : la Conception d'une stratégie du Marketing territorial adoptée à la réalité du territoire d'Oueltana amont.

Après avoir présenté et analysé les offres territoriales les plus compétitives du territoire d'Oueltana amont en chapitre trois, (l'offre touristique et l'offre en produits agricoles de terroir), il apparait très utile de proposer des axes de développement puis de promotion de telles offres. Ces axes seraient alors les principaux piliers pour la conception d'une stratégie de marketing territorial pour Oueltana amont. la conception de cette stratégie pourrait être mise à la disposition des collectivités locales pour initier la fonction du marketing territorial dans leur territoire.

4.5.1. Etapes préliminaires de la conception de la stratégie du Marketing territorial pour le territoire d'Oueltana amont

Avant de proposer la stratégie du MT, il faut rappeler les principales étapes préliminaires à la conception de cette stratégie, ces étapes sont résumées dans les points suivants :

4.5.1.1. Diagnostic territorial

Il s'agit de conduire une analyse SWOT sur la totalité du territoire, comme le montre le tableau n ° 35 ci-dessous, puis sur chaque offre territoriale à part (voir chapitre 7 qui présente les analyses SWOT de l'offre touristique et celle de l'offre agricole).

Tableau 35: Analyse SWOT du territoire d'Oueltana amont

| Forces | faiblesses |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Situation géographique favorable • Une offre touristique très riche : <ul style="list-style-type: none"> - patrimoine culturel (matériel et immatériel); - patrimoine naturel important : forêt, grottes, traces de dinosaures , montagnes...etc. • Une offre en produits de terroir très diversifiée (amandier, vigne, noyer, miel...etc.) • Proximité des Ressources humaines compétentes (béni Mellal et Marrakech). | <ul style="list-style-type: none"> • Carences en matière d'infrastructures et d'équipements publics et privés (touristiques et agro-industrielles) ; • Subdivision des terres agricoles ; • Abondance des terrains en pente ; • Manques de coopération et de coordination entre opérateurs locaux ; • Insuffisance des efforts relative à : <ul style="list-style-type: none"> - la protection et conservation des monuments et sites historiques ; - la protection de l'environnement ; - l'organisation des secteurs (agricole, touristique et artisanal). |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Promotion du tourisme rural ...; • Promotion des produits de terroir ; • Développement et promotion de l'agro-industrie • Promotion de l'emploi via celle d'investissement dans différents domaines : tourisme, artisanat, agriculture et service | <ul style="list-style-type: none"> • Dégradation accélérée du patrimoine historique, et naturel • Dégradation de l'environnement ; • Elévation du taux de chômage ; • Dépendance de la production agricole des aléas climatiques ; • Baisse de la productivité dans les secteurs les plus compétitifs |

5.1.2. Positionnement territorial

L'objectif principal de cette stratégie de marketing territorial consiste à améliorer le positionnement du territoire d'Ouelтана amont, en lui donnant une position spécifique, dans l'esprit des clients, qui le différencie clairement de la concurrence.

Dans le cadre de cette recherche, nous n'avons pas procédé par toutes les étapes de détermination du positionnement territorial, qui sont déjà mentionnées dans la revue bibliographique. En effet, lorsqu'on parle d'Ouelтана amont, l'idée qui revient généralement à l'esprit est celle de l'histoire, la culture et l'identité. Ainsi, le label d'Ouelтана amont peut s'articuler autour des trois variables précédentes. Ce positionnement devrait par conséquent se présenter sous forme d'un logo pour le territoire en choisissant les couleurs adéquates aux spécificités authentiques de l'aire d'étude.

4.5.1.3. Politique de l'offre territoriale

La politique de l'offre territoriale consiste à identifier les caractéristiques et les prestations que le territoire est capable de proposer à ses cibles. La présentation des offres de territoire d'Oueltana amont ainsi que les segments de chaque offre sont détaillées dans le troisième chapitre.

4.5.1.4. Axes de développement

Beaucoup d'effort devraient être déployés au niveau de la zone d'étude dans la mesure où le territoire n'a pas encore bien développé sa notoriété. De ce fait, Le questionnement qui précède toute stratégie de communication est le suivant :

1. Quoi : quel produit (dans ce cas : c'est l'offre territoriale d'Oueltana amont), que veut-on promouvoir ?
2. Pourquoi : quels sont les objectifs ? (type d'objectifs : de notoriété, d'image, ..)
3. A qui : auprès de quelles cibles ? (Définition des cibles, et de leurs freins et motivations.)
4. Comment : par quels moyens adaptés à chaque cible,

Donc la stratégie de communication territoriale qui est au service des collectivités locales pour assurer un bon marketing territorial, peut être schématisée de la manière suivante, comme le montre la figure n°44 ci-dessous, en s'articulant entre trois axes fondamentaux : les objectifs, les moyens et les cibles.

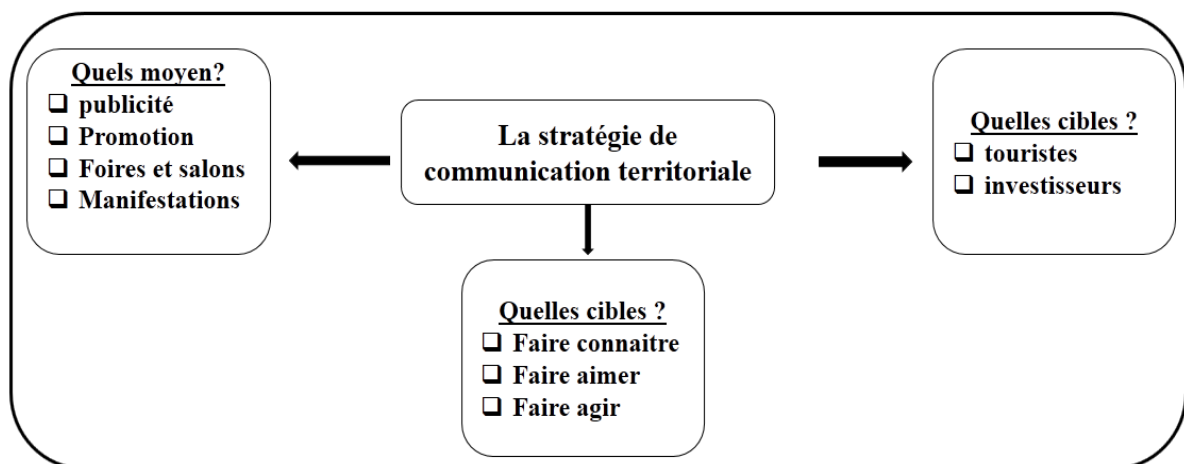


Figure n°44 : Stratégie de communication territoriale

La stratégie de communication aura au moins trois objectifs essentiels :

- Faire connaître le territoire
- Faire aimer le territoire

- Faire agir (c'est-à-dire inciter les populations cibles à opter à ce territoire)

Le premier objectif consiste à développer la notoriété du territoire. En effet, le territoire, présenté par les collectivités locales et les entreprises déjà installées, devrait donc mener des campagnes de communication permettant de développer sa notoriété afin qu'il soit la destination privilégiée pour les touristes et les investisseurs potentiels. Une panoplie de moyens s'avère utile à ce niveau dont le plus adéquat est l'internet, par la mise en place d'un site, avec une mise à jour continue, permettant de valoriser les potentialités du territoire. En plus, le marketing one to one (bouche à oreille) est un canal incontournable ; il conviendrait ainsi d'intervenir auprès des prescripteurs (les agences de voyage, tours opérateurs...) afin de développer l'attractivité de ce territoire.

Pour le second objectif, il consiste à développer une image de marque favorable auprès des clients de la zone. D'une part, il conviendrait de développer le lien social chez la population pour qu'elle soit fière d'y appartenir. D'autre part, il s'agit de fidéliser les clients de la zone d'étude en les poussant à y retourner.

Pour le 3ème objectif, il cherche à faire agir les cibles de la communication, en consistant à pousser le client ciblé à opter au produit made in Oueltana amont par exemple. Cet objectif peut être atteint en adoptant le marketing direct, qui se base sur le contact direct avec les clients, afin de les informer sur une actualité déterminée (nouveau service, produit...).

Pour atteindre ces trois objectifs, plusieurs actions sont à entreprendre et sont représentées dans la stratégie du MT proposée dans le paragraphe suivant. En effet, il s'agit de représenter les axes de promotion de chaque offre territoriale, qui seront au service des collectivités locales pour assurer une bonne communication territoriale.

4.5.2. Schéma conceptuel de la stratégie du marketing territorial pour le territoire d'Oueltana amont

La stratégie du marketing territorial adaptée au territoire d'Oueltana amont s'appuie sur les deux offres principales : offre touristique et celle des produits agricoles du terroir.

La figure n°45 ci-dessous donne les principales articulations de la stratégie MT conçue dans le cadre de la présente étude.

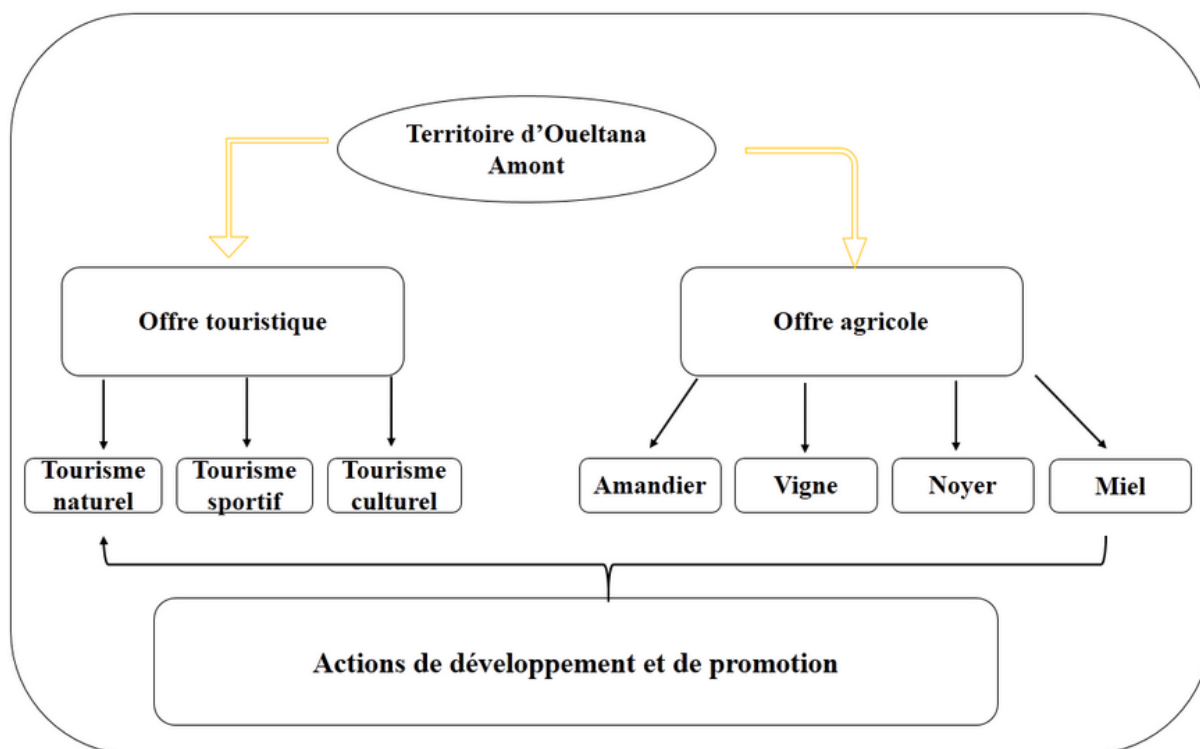


Figure n°45 : principales articulation de la stratégie MT conçue pour Ouelтана amont

Cette stratégie est composée des axes principaux, des sous axes et des actions. En effet, les axes permettent d'identifier les principales offres territoriales, les sous axes présentent les différents segments de chaque offre et les actions à entreprendre pour chaque segment concernent le développement et la promotion. Dans le territoire d'Ouelтана amont, on distingue l'offre touristique et l'offre agricole, plus précisément celle en produits de terroir. L'offre touristique présente trois segments : 1) tourisme culturel, 2) tourisme naturel, 3) tourisme sportif, également l'offre agricole présente les quatre segments suivants : 1) amandier, 2) vigne, 3) noyer et 4) miel

4.5.2.1. Actions de développement et de promotion de différents segments de l'offre touristique

Les principaux segments de l'offre touristique du territoire de d'Ouelтана amont sont détaillés dans la figure n° 46 suivante :

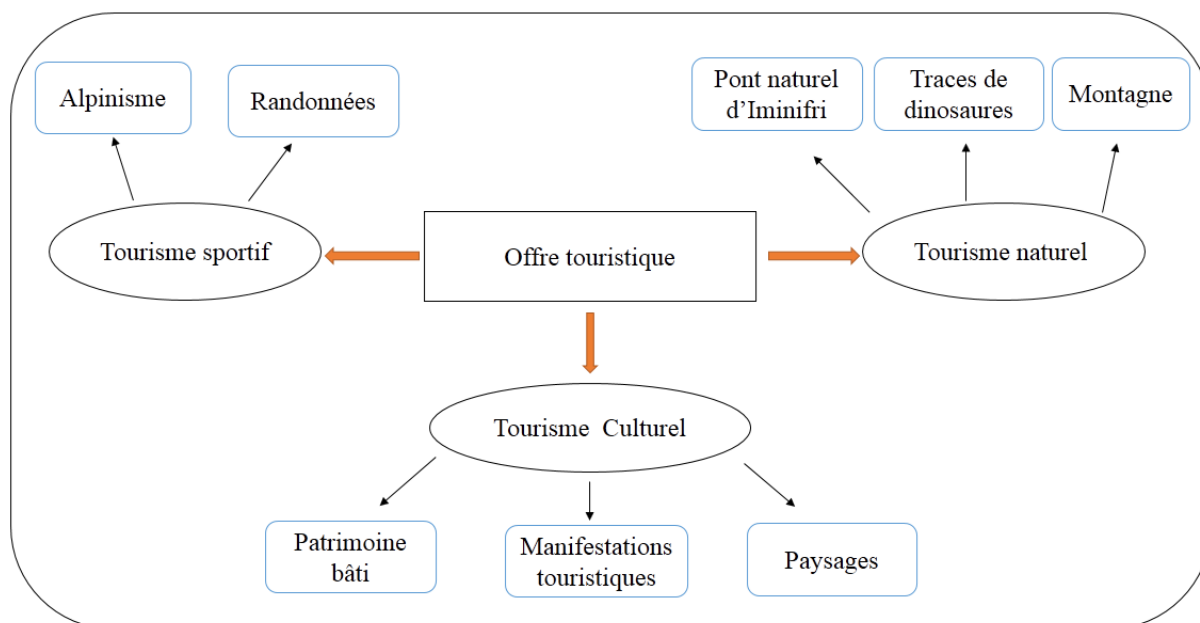


Figure n° 46 : offre touristique du territoire d'Ouelтана amont

4.5.2.1.1. Actions de développement et de promotion du tourisme culturel

Les actions de développement et de promotion à mener pour améliorer l'activité du tourisme culturel sont représentées dans les trois tableaux n°36, n°37, n°38 ci-dessous.

Pour le patrimoine bâti:

Tableau N° 36: Actions de développement et de promotion du patrimoine bâti d'Ouelтана amont

| Le patrimoine bâti d'Ouelтана amont | |
|--|--|
| Actions de développement et de valorisation | Actions de promotion |
| <ul style="list-style-type: none"> • Une amélioration des cadres juridiques nationaux et une progression qualitative du cadre international concernant le patrimoine bâti. • Une adaptation des programmes des écoles d'architecture en vue de répondre toujours mieux aux besoins de rénovation des patrimoines anciens. • L'utilisation du patrimoine bâti à vocation culturelle par des organismes hôteliers ou à vocation sociale, pourvu qu'un respect total soit apporté aux valeurs matérielles et immatérielles de ce patrimoine • Développer un argumentaire documenté et accessible pour sensibiliser les intervenants qui ont à décider de l'avenir des éléments de notre patrimoine bâti dans communes | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures présentant les étapes et les méthodes de construction de l'habitat traditionnel • Animation du site par l'injection d'activités telles que (des spectacles permanents, saisonniers, des moussems...etc) • Elaboration des cartes touristiques régionales qui localisent le patrimoine bâti ; • Création d'un site web présentant les l'architecture du patrimoine bâti • Organisation des journées de la découverte du patrimoine bâti |

Pour le patrimoine paysager

Tableau N°38 : Actions de développement et de promotion du patrimoine paysager d'Oueltana amont

| Le patrimoine paysager d'Oueltana amont | |
|---|---|
| Actions de développement et de valorisation | Actions de promotion |
| <ul style="list-style-type: none">• Examiner le contexte spatial et les rapports entre les particularités et les caractéristiques du paysage• Obtenir des documents sur le paysage et ses éléments tels qu'une carte, un levé ou toute autre note d'information sur la situation géographique, la description, l'état général et les menaces pesant sur le site• Restaurer les systèmes hydrauliques• Nécessité d'une formation spécifique pour les personnes qui travaillent dans les paysages culturels du patrimoine mondial afin que toutes leurs valeurs soient gérées avec doigté.• Utiliser des politiques agricoles et forestières pour définir les changements qu'il est permis d'apporter dans le paysage tout en lui conservant sa valeur exceptionnelle ainsi que les techniques à utiliser à cet effet.• Gérer le tourisme de façon à garantir l'accès permanent des visiteurs sur le site et leur appréciation du paysage sans porter gravement atteinte à sa valeur exceptionnelle.• Encourager l'entretien et la transmission | <ul style="list-style-type: none">• Création des événements touristiques• forums et foires des produits de terroir au sein du site ;• Elaboration des brochures présentant des photos et des interprétations des différentes composantes du paysage (les maisons traditionnelles, les terrasses de cultures et ses composantes, les canaux d'irrigation ...)• Réalisation de point de presse, des émissions radio et de reportages télévisés pour informer sur les potentialités du site ;• Installation des panneaux à l'intérieur de Demnate et sur la route principale menant vers Iminifri. |

| | |
|---|--|
| <p>des savoir-faire et des métiers manuels locaux nécessaires pour maintenir le paysage en marche.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encourager un sentiment de fierté locale dans le paysage traditionnel en insistant pour qu'il procure une identité de groupe et rende les gens différents des autres. • Maintenir sa structure physique, par exemple, les terrasses et les murs en pierre. • Valorisation des paysages par les itinéraires de randonnées • Valorisation des paysages au travers l'Observatoire photographique | |
|---|--|

4.5.2.1.2 Actions de développement et de promotion du tourisme naturel

Les actions de développement et de promotion permettant d'améliorer l'attractivité du tourisme naturel du territoire d'Ouelтана amont sont représentés dans le tableau n°39 suivant :

Tableau N°39 : Actions de développement et de promotion du tourisme naturel :

| Tourisme naturel (traces de dinosaures, Grotte d'Iminifri, et jbel Giber) | |
|---|--|
| Actions de développement et de valorisation | Actions de promotion |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aménagement du jbel giber pour qu'il soit une destination touristique par excellence : poubelles, bancs et pergolas partout, des passagers et sentiers bien entretenus, des parcs de jeux, des aires de services, des aires de piqueniques, boutiques souvenirs... • Aménagement de la grotte d'Iminifri et les traces de dinosaures d'Iwariden : aménagements intérieurs et extérieur | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures présentant des photos, des descriptions et des interprétations des sites de ce type de tourisme (Jbel giber et grottes...); • Installation des panneaux à l'intérieur de Demnate et sur la route principale menant vers le Jbel Giber, les grottes et les traces de dinosaures ; • Réalisation des émissions radio et de |

| | |
|---|---|
| <p>permettant l'accessibilité des touristes et aménagement des aires de services, des aires de pique-nique, restaurant, boutiques souvenirs ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création des espaces de vente et d'exposition des produits de terroir et d'artisanat au sein du Jbel et à l'entrée des grottes ; • Aménagement des pistes menant au Jbel et aux grottes ; • Création des circuits de différentes randonnées intégrant ces sites ; • Aménagement d'un parking Pour les touristes ; • Développement des signalétiques d'orientation et d'interprétation à l'intérieur de pont et sur la route principale de différents sites. • Organisation des journées de sensibilisation des citoyens à l'importance du tourisme ; • Création d'un centre d'information et de promotion entre le pont d'Iminifri et les traces de dinosaures pour contrôler la fréquentation touristique de ses deux sites. | <p>reportages télévisés sur ces sites ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contact de la presse • Intégration de la présentation de ces produits touristiques dans le site web qui sera créé par les collectivités territoriales : • Création des événements touristiques : forums, foires par la commission représentant les collectivités locales en concertation avec les hôtels ,auberges et maisons d'hôtes d'Ouelтана amont ; • Création d'un site web présentant les atouts de Tifni et Sidi Boukhalif et Ait Blal ; • Développer un label pour Iminifri et traces d'Iwariden (identité, histoire, culture) |
|---|---|

4.5.2.1.3. Actions de développement et de promotion du tourisme sportif

Les actions de développement et de promotion permettant d'améliorer l'attractivité du tourisme sportif du territoire d'Ouelтана amont sont représentées dans le tableau suivant :

Tableau N° 40 : Actions de développement et de promotion du tourisme sportif

| Tourisme sportif | |
|---|---|
| Actions de développement et de valorisation | Actions de promotion |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aménagement des espaces de pratique d'alpinisme dans les gorges, près de douar Tighmert dans la commune de Tifni • Création des circuits de randonnées pédestres et équestres intégrant les différents sites touristiques des trois communes (sidi Boukhalf, Tifni et ait Blal) ; • Création des circuits VTT • Création d'un circuit agritouristique intégrant les différentes exploitations agricoles ; • Création des boutiques d'exposition des produits de terroir et des produits artisanaux dans ces circuits touristiques ; | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures présentant des photos, descriptions et interprétations sur les activités touristiques (randonnées et alpinisme...) ; • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés sur ces sites ; • Contact de la presse • intégration de la présentation de ces produits touristiques dans le site web qui sera créé par les collectivités territoriales. • Organisation des compétitions sportives au sein du territoire d'Oueltana amont |

4.5.2.2. Action de développement et de promotion de différents segments de l'offre agricole (produits de terroir)

Les actions de développement et de promotion permettant d'améliorer l'attractivité du secteur des produits de terroir d'Oueltana amont sont représentées dans le tableau n° 41 suivant :

Tableau n°41 : Actions de développement et de promotion de l'offre agricole

| Offre agricole | |
|--|---|
| Actions de développement et de valorisation | Actions de Promotion |
| <ul style="list-style-type: none"> • Encouragement de l'opération du remembrement des terres pour diminuer l'effet de morcellement sur les rendements ; • Formation et sensibilisation des agriculteurs à la maîtrise des conduites techniques des cultures (la taille, l'irrigation, les engrais, les produits Phytosanitaires..) ; • transfert de technologies à travers les essais de démonstrations ; • Appui à l'organisation professionnelle (aides financières, encadrement et appui technique...); • Contacte des réseaux associatifs chargés | <ul style="list-style-type: none"> • Organisation de moussem de noyer dans la commune de Tifni et celui de la vigne dans la commune de sidi Boukhalf • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés (par exemple éco-écho) sur ces produits ; • Contact de la Presse ; • Elaboration des brochures et prospectus que devront être distribués dans des manifestations agricoles nationales et internationales ; • Intégration de ces produits dans des manifestations touristiques : installation des |

| | |
|--|---|
| <p>d'étudier la question de commercialisation, pour ouvrir aux agriculteurs les voies de recherche des débouchés à l'échelle national et même internationale ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la vulgarisation en matière de la qualité et stratégies de promotion du produit ; • Promotion des investissements en matière des infrastructures agroindustrielles absentes dans le territoire, par l'assurance des services d'aide à l'investissement et des services après vente | <p>stands d'exposition et de vente ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • création des boutiques d'expositions dans les circuits touristiques ; • Encouragement des coopératives à participer aux manifestations régionales, nationales et même internationales ; • Labellisation IG (Indication Géographique) ou AO (Appellation d'Origine) du produit (miel) ; • Développer des labels bio et des certificats de la production biologiques surtout pour le miel, le noyer et la vigne, qui sont destinés à l'exportation ; • installation des panneaux des coopératives des produits de terroir sur le pont d'Iminifri et sur sa route principale ; • Elargir le réseau de commercialisation via l'Office de Commercialisation et d'Exportations • Etablissement des contrats avec les moyennes et grandes surfaces pour élargir le réseau de commercialisation ; • Encourager les membres du groupe d'intérêt économique à développer les marques pour ces produits. |
|--|---|

4.5.2.3. Indicateur d'évaluation des actions promotionnelles

Chaque action promotionnelle devrait avoir des indicateurs d'évaluation. Le tableau n°42 fait état des indicateurs d'évaluation que l'on propose pour les actions promotionnelles.

Tableau n°42 : indicateurs d'évaluation des actions promotionnelles

| Action | Indicateur d'évaluation |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Organisation et participation aux manifestations touristiques/ agricoles • L'organisation des émissions radios et reportage tv • L'élaboration et distribution des brochures prospectus et panneaux • Création d'un site web • Contact la presse | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de manifestations et le nombre d'assistance /manifestation • Nombre des émissions et de reportage et nombre de copies distribuées • Nombre de visiteurs du site web • Nombre de lecteurs |

4.5.3. Evaluation financière de la mise en place de la stratégie du marketing territoriale d'Oueltana amont

L'évaluation financière de la stratégie du marketing territorial permet d'identifier le cout total de sa mise en place en se basant sur celui de chaque action de développement et de promotion à entreprendre. Cette évaluation est résumée dans le tableau N° 43 suivant :

Tableau N°43 : besoin financier de chaque action de développement et de promotion de l'offre territoriale d'Oueltana amont :

| Offre | Actions de développement et de valorisation | Besoin financier/5 ans | Actions de promotions | Besoin financier/5 ans |
|---|---|------------------------|--|------------------------|
| Tourisme naturel (traces de dinosaures, Grotte d'Iminifri, et jbel Giber) | • Aménagement des traces de dinosaures d'Iwariden | 1 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures présentant des photos, des descriptions et des interprétations des sites de ce type de tourisme (Jbel giber et grottes...) • Installation des panneaux à l'intérieur de Demnate et sur la route principale menant vers le Jbel Giber, les grottes et les traces de dinosaures • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés sur ces sites • Contact de la presse • Création des événements touristiques : forums, foires par la commission représentant les collectivités locales en concertation avec les hôtels ,auberges et maisons d'hôtes d'Oueltana amont • Développer un label pour Iminifri et traces d'Iwariden (identité, histoire, culture) | 0.1 Mdh |
| | • Aménagement du jbel giber | 2 Mdh | | 0.2 Mdh |
| | • Aménagement de la grotte d'Iminifri | 2.03 Mdh | | |
| | • Création des espaces de vente et d'exposition (des produits de terroir et d'artisanat au sein du Jbel et à l'entrée des grottes | 6 Mdh | | 0.01Mdh |
| | • Aménagement des pistes menant au Jbel et aux grottes | 1 Mdh | | |
| | • Création des circuits de différentes randonnées intégrant ces sites ; | 0.05 Mdh | | 0.05 Mdh |
| | • Aménagement d'un parking Pour les touristes | 0.7 Mdh | | |
| | • Développement des signalétiques d'orientation et d'interprétation à l'intérieur de pont et sur la route principale de différents sites. | 2 Mdh | | 1 Mdh |
| | • Organisation des journées de sensibilisation des citoyens à l'importance du tourisme | 0.01 Mdh | | |
| | • Création d'un centre d'information et de promotion | 12 Mdh | | 0.3 Mdh |
| Total | | 26.79 Mdh | Total | 1.66 Mdh |
| Tourisme culturel | • valorisation du Moussem, de sidi hssain et sidi bouaaisa | 2 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures et prospectus sur les manifestations touristiques • Elaboration des banderoles d'accueil et de publicité • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés • Contact de la presse | 0.1 Mdh |
| | • valorisation du Moussem de zawit nsidi boukhalf | 1 Mdh | | 0.02 Mdh |
| | • valorisation du Festival tizgui | 1 Mdh | | 0.1 Mdh |
| | • Mise en place et aménagement des sites de déroulement des manifestations touristiques en infrastructures nécessaires | 0.3 Mdh | | 0.05 |
| Total | | 4.03 Mdh | Total | 0.27 Mdh |

| | | | | |
|-------------------------|--|--------------|--|----------|
| Tourisme sportif | <ul style="list-style-type: none"> • Aménagement des espaces de pratique d'alpinisme (1000m²) | 1 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des brochures présentant des photos, descriptions et interprétations sur les activités touristiques (randonnées et alpinisme...) | 0.1 Mdh |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Création des circuits de randonnées pédestres et équestres intégrant les différents sites touristiques des trois communes (sidi Boulkhalif, Tifni et ait Blal) | 1Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Installation des panneaux à l'intérieur de Demnate et sur la route menant vers Iminifri | 0.2 Mdh |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Création des circuits VTT | 10 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés sur ces sites | 0.01Mdh |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un circuit agritouristique intégrant les différentes exploitations agricoles | 1 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Contact de la presse | 0.05 Mdh |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Création des boutiques d'exposition des produits de terroir et des produits artisanaux dans ces circuits touristiques (4 boutiques) | 8 Mdh | <ul style="list-style-type: none"> • Organisation des compétitions sportives au sein du territoire d'Ouelтана amont | 2 Mdh |
| Total | 21 Mdh | Total | 2.36 Mdh | |

Tableau N°43 (suite) : besoin financier de chaque action de développement et de promotion de l'offre territoriale d'Oueltana amont :

| Offre | Actions de développement et de valorisation | Besoin financier/ 5 ans | Actions de promotions | Besoin financier/ 5 ans |
|---|--|-------------------------|--|--|
| Offre agricole (miel, noyer, vigne et amandier) | • Achat de matériels pour la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » | 1 Mdh | • Organisation de moussem de noyer dans la commune de Tifni et celui de la vigne dans la commune de sidi Boulkhalf | 0.7*2Mdh |
| | • Transfert de technologies à travers les essais de démonstration | 0.15 Mdh | • Réalisation des émissions radio et de reportages télévisés (éco- écho) sur ces produits | 0.01 Mdh |
| | • Formation et sensibilisation des agriculteurs | 0.2 Mdh | • Elaboration des brochures et prospectus | 0.1 Mdh |
| | • Renforcement de la vulgarisation en matière de la qualité et stratégies de promotion de produits | 0.3 Mdh | • contact de presse | 0.05 Mdh |
| | • Appui à l'organisation professionnelles (aides financières, appui technique) | 0.5 Mdh | • développer des labels (IG ou AO) du produit (miel | 0.2 Mdh |
| | | | | • développer des labels bio et des certificats de l'agriculture biologique |
| | | | • Elargir le réseau de commercialisation via l'OCE | 0.01 Mdh |
| | | | • Etablissement des contrats avec les GMS | 0.01 Mdh |
| | Total | 2.15 Mdh | Total | 1.93 Mdh |
| Total | | 54.24 Mdh | | 6.22 Mdh |

D'après nos investigations, les collectivités locales ont exprimé leur volonté à participer au développement et à la promotion de l'offre territoriale. En effet, les représentants de ces collectivités trouvent nécessaire, voire indispensable, de mettre en place une cellule chargée du Marketing Territorial pour faire face à la concurrence entre les territoires. Alors, cette volonté doit être concrétisée par l'adoption d'une vision stratégique, en intervenant par la mise en place de la stratégie du marketing territorial proposée dans cet axe. Ainsi, les actions de développement et de promotion et l'évaluation financière de ces actions sont proposées, et

sont à la disposition des collectivités locales qui doivent proposer un plan d'action de cette stratégie sur une période de 5 ans qui est choisie comme une période de sa mise en œuvre.

Conclusion

Les infrastructures rurales sont indispensables pour réduire la pauvreté, favoriser les échanges et la commercialisation des produits de terroir. Elles sont aussi un moyen de prévenir l'apparition de conflits. Notre proposition s'inscrit dans ce sens tout en défendant l'idée que le réseau routier, la santé, l'éducation, l'assainissement etc... sont des priorités indiscutables.

Puisque le revenu de la majorité de la population repose essentiellement sur l'agriculture, notre projet vise d'après les programmes que nous avons proposés l'amélioration de la productivité et de la rentabilité des exploitations agricoles dans une optique de durabilité pour participer davantage à l'approvisionnement des marchés urbains. C'est aussi l'élément majeur de la croissance en milieu rural.

Une des nouvelles voies de développement durable et viable pour les populations rurales est la création et le maintien d'activités agricoles économiquement rentables dans ces zones rurales défavorisées, à travers la promotion et la reconnaissance des produits agricoles locaux. L'appui à la commercialisation constitue un des canaux vers le développement des produits agricoles locaux issus de notre territoire fragile. De ce fait, nous avons présenté une multitude de mesures d'appui favorisant l'émergence de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale ».

Il s'avère évident que la valorisation des produits de terroir est érigée en tant que locomotive du développement local, non seulement le développement de l'activité agricole, mais aussi, de la vie dans les zones rurales fragiles. La mise en place d'un programme collectif de valorisation de ces produits est porteuse de plusieurs bénéfices. Il s'agit essentiellement de la dynamisation des secteurs économiques et sociaux, de l'incitation à la préservation de l'environnement, de la stimulation à la sauvegarde du patrimoine techniques (savoir faire locaux), culturel et historique et la promotion d'une vraie dynamique territoriale.

Le tourisme pourrait être à la fois l'élément déterminant du décollage économique et social de la région en parallèle avec le développement de l'agriculture, des services, etc. Ceci participera à freiner les effets déjà sensibles d'un processus d'exode rural et de paupérisation visible.

La contribution active au développement durable présuppose nécessairement la solidarité, le respect naturel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans ce processus. Cette concertation doit se baser sur des mécanismes efficaces de coopération à tous les niveaux, local, national, régional, et international. L'activité touristique est porteuse de retombées socio-économiques et peut constituer pour le territoire d'Oueltana amont une occasion pour un essor économique important. En effet, son introduction offre de nouvelles opportunités d'investissement qui se traduisent par la génération de l'emploi, l'amélioration des conditions socio-économiques de la population locale et la protection des patrimoines naturels et culturels d'Oueltana amont.

Le marché touristique mondial est aujourd'hui dans une phase hyperconcurrentielle. La concurrence porte autant sur les prix que sur la nature des produits, leur qualité, la communication et les performances commerciales. Pour assurer la viabilité du produit d'Oueltana amont dans un marché international et national, il faut faire des packages compétitifs et de qualité.

Le développement touristique à Oueltana amont est confronté à de nombreuses contraintes, essentiellement la faiblesse de l'infrastructure de base, le manque d'investissements touristiques, l'image d'Oueltana amont, le manque de guides officiels, la faiblesse de l'infrastructure et le manque de plan d'aménagement, etc. La planification touristique doit tenir compte de ces limites et de toutes les composantes appropriées au tourisme.

La confrontation de ces résultats nous a permis de proposer des circuits de randonnée pédestre, équestre et VTT qui regroupent toutes les attractions naturelles et culturelles et nous avons précisé la durée, la période de la visite et les activités pratiquées. Le développement de ces produits va engendrer un désenclavement des villages les plus cloîtrés, attirer davantage des touristes, prolonger leur durée de séjour et engendrer un maximum de retombées directes et indirectes pour la population locale. Le démarrage de cette activité ne peut avoir lieu sans une mise en place de l'infrastructure d'hébergement et autres équipements et services touristiques (transporteurs, muletiers, guides, restaurateurs et gestionnaires).

La viabilité du projet de promotion des chambres d'hôte et chez l'habitant ne sera couronnée de succès qu'avec le développement de ces produits qui rassemblent des villages cloîtrés, ainsi une amélioration des routes, reliant tous ces points, et de signalétique. Ces produits peuvent être accompagnés par une participation active des touristes dans la vie

locale, un échange avec les populations et la pratique d'activités ayant des retombées positives sur l'environnement et le développement à l'échelle locale et régionale.

Le dernier axe nous a permis de concevoir une stratégie de marketing territorial au service des collectivités locales du territoire d'Ouelтана amont, cette stratégie a pour objectif d'améliorer son positionnement, en proposant des actions de développement et de promotion à entreprendre pour chaque offre territoriale plus attractive notamment, l'offre touristique et l'offre en produits agricoles de terroir. Finalement, l'évaluation financière de telle stratégie, qui est de l'ordre de **60.46** Mdh, permet d'identifier le cout total de sa mise en place par les collectivités locales.

En outre, pour encourager les collectivités territoriales à adopter l'approche du marketing territorial, il est jugé utile de penser aux infrastructures nécessaires, en termes de moyens humains, techniques et matériels. Ainsi, l'implication de l'Etat est vivement souhaitée pour intégrer le concept du Marketing territorial dans la politique publique. Ce qui amènera les collectivités locales d'intervenir en concertation et collaboration avec les autres acteurs de développement dans la promotion de leur territoire. De même, l'Etat est également amené à renforcer les moyens humains et financiers nécessaires à l'accomplissement de cette mission.

Les résultats obtenus, nous ont permis d'affirmer la dernière hypothèse de la problématique qui suppose que, **Le renforcement des capacités des acteurs locaux d'ouelatana amont pourrait déboucher sur une mobilisation optimale des ressources territoriales.**

Conclusion générale

Au terme de cette recherche, nous rappelons que la finalité de notre thèse était de comprendre les aspects du déséquilibre territorial à Oueltana amont, de saisir les paramètres et les processus qui forment et produisent ce déséquilibre. Le tout pour savoir sur quelles boucles faut il agir, et comment agir ; supprimer, atténuer ou bien introduire de nouveaux mécanismes ? Pour enfin proposer un projet de territoire, pour rétablir l'équilibre territorial de notre zone d'étude.

Ainsi, en épilogue à cette problématique, nous avons été amenés à proposer les orientations stratégiques du projet de développement territorial local approprié. Au total, cette thèse a problématisé à la fois un territoire et une approche. Pour résoudre ce problème à la lumière de l'articulation des questions, des objectifs et du cadre thématique et conceptuel du développement territorial, nous avons été amenés à articuler la thèse autour de huit chapitres, organisés en deux parties principales.

Sur le plan conceptuel, nous avons retenu que le développement local est un processus de développement défini à un niveau territorial limité. Elle repose, d'une part, sur la volonté de différents groupes sociaux, de créer un climat d'accord tacite et général, tout d'abord entre eux, puis avec les partenaires locaux. D'autre part, le développement local dépend de la capacité des différents acteurs, groupes sociaux "les acteurs", à optimiser l'exploitation du potentiel, marchand et non marchand de leur territoire par des actions cohérentes, intra-locales et inter-locales.

C'est à la lumière de ces réflexions que nous avons finalement constaté que le développement local était un processus complexe qui nécessitait une vision plurielle et multidimensionnelle intégrée. Elle met au défi des relations extrêmement complexes et imbriquées de dimensions et d'angles de vision différents, économiques, sociaux, culturels, politiques, environnementaux et géographiques.

Notre posture méthodologique, basée sur l'approche systémique nous a permis d'organiser le diagnostic du système territorial local d'Oueltana amont en l'hierarchisant en trois sous-systèmes et de définir d'une part au niveau de chaque sous-système et au niveau de leurs interactions les aspects du déséquilibre territorial et d'autre part, de relever les signaux faibles et les signaux forts des différents capitaux du territoire. L'utilisation de la base des

données quantitatives et qualitatives que nous avons constituée principalement de la collecte de l'information du terrain et secondairement en appuie sur les bases de données quantitatives disponibles et appropriées des différents recensements, nous a permis de construire le système d'indicateur approprié pour le diagnostic des sous-systèmes composant notre système territorial local.

A la lumière de cet exercice, nous avons pu conclure que l'état socioéconomique de la population locale est affecté par un grave déclin démographique et une très profonde précarité des conditions de vie ; humains, sociales et économiques. L'examen de l'état et de la dynamique d'état de la réponse de régulation entreprise par le sous-système organisationnel du système territorial, a confirmé la déficience de la réponse organisationnelle en matière de services de proximité à la population, d'équipements et d'infrastructures de mobilité. De même, l'examen de l'état et la variation d'état des conditions biophysiques, toujours dans le respect de l'approche systémique confirme que le système biophysique d'Ouelтана amont subit un processus de dégradation complexe et globale, que sont enclenchement est ancré dans le temps et généralisé dans l'espace. Par l'investigation des facteurs responsables de ce déséquilibre du système biophysique, nous avons relevé que les facteurs anthropiques, et les facteurs hydro- climatiques œuvrent conjointement pour enclencher, soutenir et amplifier le processus de déséquilibre du sous-système biophysique de notre système territorial.

En somme, cette thèse a traité la complexité d'un territoire montagnard qui abrite une énorme richesse en potentialités, pourtant il laisse apparaître de multiples formes de précarité et persécution. L'aire d'étude qui fait partie du Haut Atlas Central est un territoire à la fois complexe et particulier. Complexe par ces contraintes naturelles, ses difficultés sociales et économiques qu'il connaît, ainsi que les mutations socio spatiales dont il est le théâtre actuellement. Mais c'est également un territoire particulier compte tenu ses ressources patrimoniales, sa richesse en potentialités naturelles, culturelles et éco-paysagère. Cette complexité nous pousse à chercher dans une deuxième partie, les causes de mal mobilisation de ses ressources territoriales et leurs incidences sur le développement territoriale de notre zone d'étude. Pour cette raison, on a appréhendé la ressource territoriale comme étant le fruit d'une construction par des acteurs qui se mobilisent. Nous ne pouvons pas aborder la question de l'acteur sans faire référence au territoire, les acteurs sont les clefs de la compréhension du territoire, son organisation et son système en général. De ce fait, on a évalué la participation des acteurs locaux dans les projets de développement menée par leurs communes d'Ouelтана amont.

L'analyse des pratiques des acteurs du développement (communes, élus locaux, associations, population) à Ouelтана amont révèle une série de dysfonctionnements et d'entraves qui limitent la portée de leur action. Le premier d'entre eux semble être le manque de coordination et de communication entre les différents acteurs sur des sujets d'intérêt commun. Plusieurs secteurs peuvent illustrer ces difficultés : l'eau, l'agriculture et l'infrastructure de base en général. Sur plusieurs niveaux essentiels, on constate l'absence de coordination transversale entre les acteurs concernés et le manque de concertation parfois au sein d'une même équipe ou d'un même département.

La commune est indubitablement l'organe directeur du développement local et par conséquent, la responsabilité lui revient de se charger de la stratégie de communication, pour instaurer le partenariat et la mobilisation des autres acteurs. C'est aux élus locaux formés et préparés de perpétuer cette nouvelle culture du partenariat pour le développement en promouvant le rapprochement entre les acteurs locaux, la population et les services extérieurs dans un ouvrage permanent pour l'intérêt commun.

Donner à la population et aux acteurs locaux les moyens de prendre en main leur propre développement, de participer à l'identification de leurs besoins et de concourir, tous ensemble, à la recherche de solutions et à la mise en pratique des orientations stratégiques qu'ils auront prises. C'est sans doute, l'idée directrice du plan communal de développement. L'approche participative est, en ce sens, incontournable précisément quand les plans communaux de développement reposent sur le diagnostic territorial participatif et la planification stratégique participative. De ce fait, il va sans dire que tous les fondements et les principes de la planification communale passent par la nécessité d'une communication efficace au sein même des organes directeurs du plan et mieux encore entre les différents organes.

La participation doit être considérée comme un moyen et non pas une finalité. Sa mise en œuvre nécessite du temps et des efforts pour sensibiliser la population, comprendre ses motivations et élaborer avec elle des solutions. Toute tentative de développement agricole et rural doit par conséquent s'inscrire nécessairement dans la durée.

par ailleurs, il devient nécessaire de passer d'une approche favorisant la participation des populations aux projets à une approche visant l'accompagnement des initiatives locales. A cet effet, il est primordial d'assurer l'accompagnement des organisations de base dans la durée afin de favoriser leur capacité à s'intégrer dans les processus de décentralisation et de professionnalisation. Cet exercice exige de la part de l'agent de développement d'être en phase avec la dynamique locale et d'œuvrer avec la

population concernée pour réussir son ancrage à son contexte régional, national et même international.

La création de mécanismes participatifs susceptibles de favoriser la responsabilisation des acteurs doit se fonder sur une implication et une responsabilisation des acteurs dans les processus d'identification, de programmation et d'exécution des actions de développement. Cette démarche implique l'existence d'organisations représentant les communautés rurales ou les groupes d'intérêt, et un accompagnement de ces structures afin de les doter des capacités nécessaires pour établir des choix, programmer des actions, accéder aux ressources et moyens nécessaires et, enfin pour évaluer les résultats de ces actions.

Le slogan de la communication pour le développement communal est vraisemblablement « communiquer avec les uns pour qu'ils puissent communiquer avec les autres » c'est-à-dire réussir une communication verticale avec les institutions de développement et les partenaires pour accomplir une communication horizontale avec les acteurs locaux et la population. Il est nécessaire d'approfondir davantage le processus de la décentralisation pour que la gestion des ressources locales ainsi que la prise de décision soient menées par le niveau local qui est mieux appréhendé par la commune, puisque celle-ci est plus proche de la réalité de son territoire et qu'elle connaît parfaitement ses potentialités et ses priorités en termes de ses besoins.

En fonction des approches de recherche adoptées, le territoire d'Oueltana amont offre un important potentiel de développement basé sur les ressources territoriales. Il dispose de deux offres qui sont très riches, l'une est touristique (sites naturels, sites culturels, infrastructures touristiques, manifestations touristiques et traditions populaires) et l'autre est agricole issue d'une diversité de produits de terroir à savoir l'amandier, la vigne, le noyer, et les plantes médicinales principalement le thym. Ces deux offres peuvent activer les processus de développement et déclencher l'attractivité de notre territoire. Néanmoins, faute de mobilisation adéquate, cette région ne profite pas pleinement de cette disponibilité. Le manque des moyens financiers, le manque d'organisation des filières de production et la persistance des moyens rudimentaires d'utilisation et de gestion de l'espace expliquent cet état de fait. Les niveaux de productivité restent généralement, en deçà des attentes des populations, et ne parviennent même pas à subvenir leurs besoins les plus incessants.

A la lumière de ce diagnostic, nous constatons que nous sommes devant une situation paradoxale qui oppose un territoire prometteur par l'importance des opportunités de

développement, à une situation précaire alarmante qui touche toutes les composantes du territoire, à la fois le capital humain et le milieu naturel. De cette situation contradictoire naît notre projet de territoire.

Le projet de territoire proposé, s'appuie sur la conception d'une stratégie de marketing territorial au service des collectivités locales du territoire d'Ouelтана amont, afin d'améliorer son positionnement. Cette stratégie a permis d'identifier les principales offres territoriales, de présenter les segments de chaque offre. L'offre touristique comporte : tourisme de la nature, tourisme culturel et tourisme du sport et l'offre agricole comprend : l'amandier, la vigne, le noyer, et le thym. Ainsi, elle a permis de mettre en évidence les actions de développement et de promotion de chaque segment dont les actions de développement sont :

- Création des circuits d'interprétation, d'un centre d'interprétation et d'une vitrine commerciale de l'artisanat régional et des produits de terroir dans le site d'Iminifri
- Aménagement d'un parking pour les touristes
- Réalisation d'un centre équestre et d'un centre d'information, ainsi que développement des signalétiques à l'intérieur d'Ouelтана amont
- Création des circuits de randonnées pédestres, équestres et vtt intégrant les différents sites touristiques du territoire ;
- Formation et sensibilisation des agriculteurs à la maîtrise des conduites techniques des cultures ;
- Renforcement de la vulgarisation en matière de la qualité et stratégies de promotion des produits.

Et les actions de promotion peuvent être résumées dans les points suivants :

- développer un site web dont les principales offres territoriales, les opportunités d'investissements, seront présentées ;
- Valoriser les événements existants et organiser d'autres événements ;
- élaborer des brochures et des prospectus présentant les caractéristiques de chaque offre territoriale. Ces brochures doivent être distribuées au sein des grands hôtels pour qu'elles soient exposées aux clients de ces derniers, notamment les hommes d'affaires. Egalement, elles peuvent être distribuées dans des salons et lors des festivals soient nationaux ou internationaux;
- contact de la presse, réalisation des émissions radio et de reportages télévisés pour chaque offre territoriale;

- développer des labels (bio, IG, AO...) pour les produits de terroir ;
- Encourager les membres d'association, des coopératives et les membres du groupement d'intérêt économique des produits de terroir d'assister aux moussems, festivals. Forums, salons et foires que se soit au niveau national ou international.

Finalement, l'évaluation financière de cette stratégie a permis d'identifier le coût de mise en place des actions de développement, de valorisation et de promotion de chaque segment de l'offre territoriale. En effet, ce coût est de l'ordre de 4,57 Mdh pour le tourisme culturel, 28,45 Mdh pour le tourisme naturel, 23,36 Mdh pour le tourisme sportif et 4,08Mdh pour l'offre agricole. Ainsi, le coût total de la mise en place de cette stratégie est de 60,46 Mdh

Partant du fait que la plupart des représentants des structures administratives chargées de la promotion des offres territoriale de la région d'Azilal, n'ont aucune idée sur la notion du MT, il est recommandé de ce que l'Etat intervienne pour mettre en œuvre des formations sur ce concept, pour que ces structures puissent avoir une vision claire et globale du MT, ainsi qu'une convergence d'actions promotionnelles entre les différents secteurs.

En outre, pour encourager les collectivités territoriales à adopter l'approche du marketing territorial, il est jugé utile de penser aux infrastructures nécessaires, en termes de moyens humains, techniques et matériels. Ainsi, l'implication de l'Etat est vivement souhaitée pour intégrer le concept du MT dans la politique publique. Ce qui amènera les collectivités locales d'intervenir en concertation et collaboration avec les autres acteurs de développement dans la promotion de leur territoire. De même, l'Etat est également amené à renforcer les moyens humains et financiers nécessaires à l'accomplissement de cette mission.

Outre l'appui de l'Etat, l'implication volontaire des collectivités territoriales dans le développement et la promotion de l'offre territoriale devient impérative. En effet, à travers la présente étude, ces collectivités ont exprimé leur volonté et intérêt de mettre en place une cellule chargée du MT pour faire face à la concurrence extérieure. Ainsi, s'avère-t-il nécessaire de concrétiser cette volonté pour garantir une meilleure mise en place de la stratégie du MT préposée dans cette étude. Pour ce faire, l'action intercommunale est vivement recommandée, en constituant une commission composée d'un personnel suffisant et spécialisé au niveau du territoire d'Oueltana amont.

D'ailleurs, pour améliorer le niveau de communication interterritoriale du territoire d'Oueltana amont, il est recommandé à la commission représentant les collectivités locales

d'explorer le champ communicationnel d'alliance. L'adoption de la coopération décentralisée qui est un mode de coopération comprenant toutes les relations d'amitié, de jumelage ou de partenariat nouées entre les collectivités locales d'un pays et les collectivités d'autres pays est souhaitée.

Le projet proposé vise à renforcer l'attractivité du territoire touristique d'Ouelтана amont, L'attractivité de ce territoire touristique renvoie à sa capacité de mobiliser ses ressources locales, qu'elles présentent une valeur marchande ou non marchande, mais qui reflètent l'image d'une spécificité locale différenciée. Cette singularité confère au territoire une force et un potentiel d'attractivité qui lui permet de continuer d'exister dans la scène de la « concurrence territoriale » le contexte actuel marqué par une concurrence déloyale imposait aux acteurs locaux de remettre en question leurs relations et aussi de revoir les représentations qu'ils se font vis-à-vis du territoire et les ressources qui lui sont associées. Autrement dit, réinventer le rapport avec les ressources implique assumer ses responsabilité envers son territoire. Mais, suffit-il de proposer aux acteurs de se remettre en question et d'agir collectivement pour mobiliser les ressources ?

Avant d'évoquer la mobilisation des ressources patrimoniales locales, les acteurs impliqués devraient effectuer un travail sur eux même en vue d'améliorer leurs capacités. La capacité, comme notion qui renvoie à l'ensemble des libertés et des opportunités saisies par un individu mais qui ne sont présentes qu'à travers l'action collective. Cette action collective favorise le vivre ensemble, le renforcement des rapports de proximité et le transfert et l'échange des capacités entre les individus. Une assise servant de base pour toute action collective concertée.

Pour permettre à ces acteurs de poursuivre leurs intérêts privés tout en adhérant à ce processus de mobilisation, l'accent doit être mis sur les ressources patrimoniales qui constituent des composantes fondamentales dans la marque de fabrique de leur identité locale. Dans le territoire d'Ouelтана amont, lorsqu' on évoque la composante Amazigh, tout le monde donne son aval. C'est en s'appuyant sur ses repères identitaires ou sur des biens communautaires qui n'ont pas de valeur marchande apparente que ces acteurs vont exprimer leur intentionnalité et leur volonté d'implication. Si les retombées économique suscitent des rivalités, voire des animosités, certaines ressources patrimoniales locales vont jouer ce rôle unificateur puisque si l'image de la collectivité qui est en jeu. Lorsque les ressources patrimoniales cimentent la cohésion sociale, leur mobilisation et leur valorisation et leur défense font l'unanimité de tous les acteurs. Une fois que ce consensus est crée, le processus

de mobilisation se met au service de l'attractivité du territoire touristique. Cette attractivité qui est fondée sur des ressources spécifiques dotant le territoire d'une force lui permettant de garder sa singularité tout en s'inscrivant dans une vision d'altérité.

Nous rappelons enfin que la finalité de l'aboutissement de cette analyse empirique du système territorial local d'Ouelтана amont est de pouvoir mettre le point sur les ruptures de l'équilibre au niveau des plus importantes boucles d'interactions dans le système territorial local, pour qu'il nous soit possible de proposer les axes d'orientation pour le projet de territoire approprié. Un projet susceptible de garantir une dynamique de changement et de favoriser une valorisation des ressources territoriales, afin d'aboutir à une réappropriation du territoire, saine et équilibrée. Aussi, faut il rappeler que la coordination des acteurs trouve ses fondements dans la mobilisation de leurs ressources et leurs capacités individuelles et collectives qui ne peut se concrétiser que dans le cadre d'une action collective concertée et destinée vers le processus de révélation, de mobilisation et de valorisation des ces ressources qui constituent un bien collectif et communautaire. La mise en place de projet de développement territorial durable doit s'effectuer dans un cadre décentralisé, pouvant favoriser une synergie entre différents acteurs pour lutter contre toutes les formes de précarité. Le projet territorial proposé peut constituer la bouée de sauvetage grâce à sa capacité de renforcement de l'attractivité du territoire, l'augmentation des ventes des produits de terroir, la réduction du chômage, la génération des revenus supplémentaires et par voie de conséquence, la diminution de la pauvreté et l'amélioration du niveau de vie. Ce projet pourrait même espérer attirer des populations nouvelles dans cette montagne ou du moins y maintenir celles qui restent.

Liste des Abréviations

| | |
|-------------|---|
| ADS | : Agence de Développement Social |
| AO | : Appellation d'Origine |
| AOC | : Appellations d'Origine Contrôlées |
| CRI | : Centre Régional d'Investissements |
| CRMT | : Centre Régional d'Investissements |
| DPA | : Direction Provinciale d'Agriculture |
| GIE | : Groupement d'Intérêt Economique |
| IG | : Indication Géographique |
| INDH | : Initiative Nationale de Développement Humain |
| IR | : Impôt sur les Revenus |
| IS | : Impôt sur les sociétés |
| LA | : Label Agricole |
| MT | : Marketing Territorial |
| OCE | : Office de Commercialisation et d'Exportations |
| ONG | : Organisations Non Gouvernementales |
| OT | : Offre Territoriale |
| PMV | : Plan Maroc Vert |
| SAU | : Superficie Agricole Utile |
| SIBE | : Site d'Intérêt Biologique et Ecologique |
| PAM | : Plantes Aromatiques et Médicinales |
| PMV | : Plan Maroc Vert |
| SIG | : Système d'Information Géographique |
| TVA | : Taxe sur la Valeur Ajoutée |

Références bibliographiques

Abbadi D., 2004. Gouvernance participative locale au Maroc, Rapport national sur l'évaluation du système de gouvernance au Maroc, imprimerie de Fédala Mohammedia, 17p.

Aït Hamza M., 1996. La maîtrise de l'eau : pratiques de CES dans le Haut Atlas marocain, In : Reiji Chris (éd.), Scoones Ian (éd.), ToulminCamilia (éd.), Techniques traditionnelles de conservation de l'eau et des sols en Afrique, Éditions Karthala, CDCS et CTA , 71p.

Amahan A., 1998. Mutations sociales dans le haut atlas, les Ghoujdama, éditions de la Maison des sciences de l'homme, Méditerranée-Sud 2, Paris, 325p.

Amil M., et Daafi R., 2006. La promotion de l'investissement au sein de la région de Rabat-Sale -Zemmour - Zaër : quelle démarche stratégique et quel rôle pour le centre régional d'investissement ? , thèse présentée pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion, 297p.

Amzil L. 2011. Agriculture et tourisme rural : essai d'évaluation des produits de terroir ; cas du pays d'idaw-tanan, Haut Atlas Occidental-Maroc, in Produits Agricoles, touristiques et Développement Local, Association National Des Géographes Marocains et Union Géographique Internationale : Commission sur le développement Durable et les systèmes Ruraux, Best Imprimerie, Casablanca, Maroc, ISBN 978-9954-30-180-7, pp 403-407

Arocena J., 1986. Le développement par initiative local, revue française de sociologie, Ed Harmattan ,29-2, paris, pp 383-384

Arocena J., 2002.L'avenir des régions et la problématique sociale conférence de l'association des sciences régionales de langue française, Montevideo, l'Uruguay.

Azouaoui H.,2006. L'apport du marketing territorial à la bonne gouvernance locale, mémoire pour l'obtention du diplôme des études supérieure approfondies en management stratégique des entreprises, université Mohammed V-Souissi, 215 p

Azzioui S. et Nehnahi L., 2005. La gestion des risques environnementaux dans la politique d'aménagement du territoire, aménagement du territoire et gestion des risques environnementaux, publication de l'USMBA, acte de colloque international.

Barham E., 2003. Translating Terroir: the Global Challenge of French AOC labeling. Journal of Rural Studies, vol. 19, n. 1, pp. 127-138.

Barjolle D., Boisseaux S., et Dufour M., 1998. Le lien au terroir, bilan des travaux de recherche, école polytechnique fédérale de Zurich, Institut d'économie rurale, Suisse,14p

Barjolle D., Chappuis JM., et Dufour M., 2004. Key Success Factors of Competitive Position from Some Protected Designation of Origin (PDO) Cheeses. Lausanne, Switzerland:ETHZInstitute of Agricultural Economics.pp1-15

Basri D., 1994. La décentralisation au Maroc de la commune à la région, Ed. Nathan, PARIS, 291p

Bekkari L.,2009. Dynamiques institutionnelles des systèmes d'irrigation communautaires au Moyen Atlas, de la communauté à l'association des irrigants, Thèse de doctorat, Maroc, 307p.

Bel Bachir, 1987. Décentralisation communale et développement social, in Edification d'un Etat moderne, le Maroc de Hassan II, ouvrage collectif, Ed. ALBIN Michel, Paris, pp 146-147

Belk R., Wallendorf M., et Sherry J., 1989. The Sacred and the Profane in Consumer Behavior : theodicy on the Odyssey, Journal of Consumer Research, 16, pp.1-38

Belletti G., Marescotti A. 2009. Supporting Local Qualification Processes of Origin Products in the Perspective of Sustainability: Legitimacy and Role of Public policy, pp 45-57

Benabid A., 2000. Flore et écosystème du Maroc : évaluation et préservation de la biodiversité. Ibis Press, Paris, 357p.

Benhayoun G., Gaussier N. et Planque B., 1999. L'ancrage territorial du développement durable. Paris : l'Harmattan, 122p.

Ben-said E., Boukdir A., Mahboub A., Younsi A. El Moquaddam K., Alili L. et Zitouni A.,2017. Apport de la statistique à l'étude des interactions entre la nappe jurassique et le barrage Hassan Addakhil (Errachidia), pp 3-12

Bensouda N., 2011. Trésorier Général du Royaume, la cohérence financière de l'Etat territorial au Maroc. Actes du 5ème Colloque International de Rabat,LGDJ. Lextenso édition. pp3-18

Bentalbe A., 2008. Les produits du terroir au service de tourisme dans la vallée du Draa : Un levier de valorisation des oasis marginales, Colloque International "Tourisme oasien : formes, acteurs et enjeux". Université Ibn Zohr, Agadir.pp 6-12

Bérard L., et Marchenay P., 2004. Les produits de terroir, entre cultures et règlements. CNRS éditions, Paris, 229p

Berard L., et Marchenay P., 2005. Produits de terroir, fromages, normes et biodiversité. Ressources des terroirs, cultures, usages, sociétés. UMR Eco-Anthropologie et Ethnobiologie Centre national de la recherche scientifique, ISBN 978-2-9528725-0-8, pp 64-70

Berelson, 1952. In**Ghiglione R., et Matalon B., 1978.** Les Enquêtes Sociologiques, A. COLIN, Paris, 155p.

Bernadette M.-S.,2010. « De l'aménagement du territoire au développement territorial : évolution ou révolution ? » Texte sur Internet, non daté.

- Berque A., 1994.** Cinq propositions pour une théorie du paysage, champ Vallon, Editions Champ Vallon 01420 Seyssel, pp60-75
- Biaou, F., 1987.** Etude des marchés ruraux de Klemé, d'Azovè et de Dogbo. Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UNB. 112p
- Blanchet A. 1991.** Dire et faire dire : l'entretien , in O. Thuilier, Méthodologies de la recherche : méthode clinique et recherche en soins et santé, Armand Colin. Paris, IFCS AP-HM, p. 141
- Boisier, S., 2003.** Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica, Reforma y demovracia n° 27, Caracas.
- Boujedja K., 2013.** Les acteurs et le développement local : outils et représentations, cas des territoires ruraux au Maghreb. 390p.
- Boujrouf S., 1996.** La montagne dans la politique d'aménagement du terre du Maroc/the Place of Mountain Areas in Morocco's National Planning and Development Policies, revue de géographie alpine, tome 84 n°4. pp.37-50.
- Boujrouf S., 2016.** La montagne dans la politique d'aménagement du territoire du Maroc. Revue de géographie alpine, tome 84, n°4, 1996. pp. 37-50
- Boujrouf S., et Giraut F, 2000.** Des territoires qui s'ignorent ? Dichotomie entre territoire administratifs et espaces de mobilisation au Maroc. Montagnes Méditerranéennes, in la montagne et le savoir, ISSN 1268-6603, pp.61-69
- Boukhari M., 1995.** Systémique du développement durable et participatif, In (<http://membres.lycos.fr/boukharih>), DSVP, ENA, Meknès. 175p.
- Boukhari M., et Mohamed A., 1994.** Le diagnostic global rapide et participatif, manuel de formation, école national d'agriculture. Meknès, 106p
- Boulifa A., 2001.** Un indicateur des changements économiques et sociaux dans la partie septentrionale des Jbala : l'habitat rural, In : Les Jbala : espace et pratiques, communications présentées à l'occasion du colloque international « Jbala : systèmes et savoirs paysans », les 13, 14 et 15 décembre 1993, Université Ibn Tofaïl, FLSH Kenitra, pp. 65-83
- Brahimi M., 1996.** La question régionale au Maroc, ED remald, pp35-52
- Brunet R., 1997,** Champs et contrechamps : raison de géographie, coll. Mappemonde, Ed, Paris. 320p
- Brunet R., Ferras R., et Thery H., 1995.** Les mots de la Géographie, Montpellier : Reclus/La Documentation Française, pp. 433-434.
- Brunet, R., Ferras, R. et Théry H., 1998.** Les mots de la géographie. Dictionnaire critique, Reclus-La Documentation Française, Paris, 470p
- Cacomo, J-L., et Solonandrasana B., 2006.** L'innovation dans l'industrie touristique – Enjeux et stratégies, 2e éd., L'Harmattan, Paris, 180p
- Célerier J., 1935.** Le rôle de l'Oum-er-Rbia dans l'équipement économique du Maroc. Paris, Revue Générale de l'Electricité, n° 8. pp 255-262, n° 9. pp. 283-291.

Cerema, 2010. Les maisons anciennes et les économies d'énergie, amélioration thermique du bâti ancien, Maisons Paysannes de France et Centre d'Études Techniques de l'Équipement (CETE) de l'Est.43p

CESE, 2013. Rapport du Conseil Economique, Social et Environnemental, Initiative Nationale pour le Développement Humain : analyse et recommandations ;ISBN : 978-9954-9161-6-2.

CESE,2017. Le développement rural : espace des zones montagneuses,Saisine n°21,pp17-23

CESE,2017. Rapport sur le développement du monde rural, défis et perspectives.Saisine n° 29,SBN : 978-9954-635-33-9

Challita C., 2010. Quelles valorisations des produits agro-alimentaires typiques libanais ? Thèse (Dr. Sciences Economiques, Sociales et de Gestion) : Institut des Sciences et Industries du Vivant et de l'Environnement (Agro Paris Tech). Paris. 318p.

Chamard C. et Liquet J.-C., 2009. L'évaluation de l'image perçue des régions françaises, « L'impact d'un succès cinématographique sur l'image d'une région : le cas de "Bienvenue chez les ch'tis" », Actes du Congrès international de l'Association Française de Marketing, Londres.

ChazouleC.,et Lambert R., 2011. Ancrage territorial et formes de valorisation des productions localisées au Québec. Economie rurale, vol. 322, pp. 11-23.

Chevallier D., 2000. Le patrimoine rural, projet de société, collection MUTATIONS, édition autrement, EAN : 9782862609973, 225p

ChraïbiBennouna S.,1999. L'action associative : vecteur d'émergence d'un développement socio-économique durable, in aménagement du territoire et développement durable, quelles intermédiations ?, Harmattan GRET, pp.215-225.

Chtatou M., 2009. La diversité culturelle et linguistique au Maroc : pour un multiculturalisme dynamique, ◊⊙ξ|◊-Asinag, 2, pp.149-161.

Claval P., 1988. Habitat et espace dans le monde rural, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Ministère de la Culture, Paris, 117p

Collier J. Jr, et Collier M., 1986. Visual Anthropology. Photography as a Research Method. Albuquerque: University of New Mexico Press, 248 p

Collier J., 2003. Photography and visual anthropology dans Hockings P., Principles of Visual Anthropology, Mouton de Guyter, 562p

Corcuff P., 1999. Le sociologue et les acteurs : épistémologie, éthique et nouvelle forme d'engagement, in Politique des sciences sociales, pp. 135-148.

Courlet C., El Kadiri N., Fejjal A., Jennan L., et Lapèze J., 2010. Etude sur les projets de territoires. Etude pour le compte de la DAT ; 4 volumes, pp1-11

Cunha, L., 2003.IntroduçãoaoTurismo. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo (2ª edição), pp.15-23

Dany L.,2016. Analyse qualitative du contenu des représentations sociales, in G.lomonaco, S.Delouvé et P. Rateau (EDS), les représentations sociales, Bruxelles, pp. 85-102.

- De Corcelles J.-J., Catherin J.-Y., et Mazin R., 2011.** Le noyer et la noix, charly-
yveschaudoreille-la calade-13090 Aix-en-Provence, ISBN 2-85744-791-4
- De Rosnay J.,1975.** Le microscope. Vers une vision globale, Seuil, Collection Point, n°80,
295p
- De Sardan J. O., 1995,** Anthropologie et Développement. Essai en socio-anthropologie du
changement social. Collection: Hommes et sociétés Marseille: APAD; Paris: Karthala, 221p.
- De Grandpré F., 2007.** Attraites, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts
dans le contexte d'un développement touristique régional, Téoros, 26-2, p. 12-18.
- Debarbieux, B., 2001.** Conclusion. La montagne dans la recherche scientifique : Statuts,
paradigmes et perspectives. In Revue de Géographie Alpine, tome 89, N°2, pp. 101-121.
- Dérior P., 2004.** Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë, in
montagnes méditerranéenne n° 20, actes du colloque »la notion de ressource territoriale. pp.
55-163
- Dion D., et Ladwein R., 2005.** La photographie comme matériel de recherche, Journées de
Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon France, pp3-18
- Diyari A., 2003.** L'accès aux ressources forestières dans le Haut Atlas central marocain. In:
Méditerranée, tome 100, 1-2-. Recherches récentes en géographie aixoise. pp. 63-68.
- Dupé L.,2007.** Le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local
touristique et culturel ? .Thèse du master I. Université de Toulouse le Mirail, département du
Cetia site de Toulouse,332p
- Duponcheel M.-A., Georgeon L., et Ragot C., 2009.**Diagnostic et Perspectives Pont naturel
d'Iminifri, Institut National d'Horticulture et de Paysage, Agro Campus, Centre d' Angers,
20p.
- El Bakkari M., khalouk N., et Bouifadene M., 2018.** Le marketing territorial au service de
developpement local des communes territoriales Tifni et Sidi Boukhalf, province d'Azilal,
revue espace et developpement : Marketing Territorial enjeu de developpement spatiale, n°3,
pp41-54
- El Bakkari M., khellaf H., Farrah A., Moussaoui M., et Ghanioui M., 2018.** Les
ressources patrimoniales locales en mal de mobilisation : quelles incidences sur l'attractivité
du territoire touristique à la montagne ? Le cas de la vallée d'Ait Bougmez dans le Haut Atlas
Central, revue espace et developpement : Marketing Territorial enjeu de developpement
spatiale, n°3, pp22-40
- El Garouani A., Merzouk A., Raouf J. et Boussema M. R., 2003.** Cartographie de l'érosion
des sols dans le bassin versant de l'oued jema, préif, Maroc, geomaghreb, n°1, pp. 39-46.
- El ghachi M. et Corbonnois J., 2005.** Caractérisation d'un système fluvial par la méthode de
la cartographie des morphologies fluviales : le cas de la seille (Lorraine, France),
aménagement du territoire et gestion des risques environnementaux, acte de colloque
international. Publication de l'USMBA,

- El Hassouni K., 2007.** Le guidage touristique au Maroc : un métier en quête de statut ? The Ostelea School of Tourisme and Hospitality, Rabat, 4p
- El Idrissi S., et Moufakkir N., 2011.** L'audit interne dans les collectivités territoriales, cas de la commune urbaine de Ribat el Kheir ; Université Sidi Mohammed ben Abdellah Maroc - Licence fondamentale en économie et gestion, 100p
- El Jihad M.-D., 2010.** L'eau de la montagne et le pouvoir étatique au Maroc : entre le passé et le présent, Armand colin, annales de géographie, pp.665-672
- El Kandouss F, Omari S., et Mzali B., 2011.** Les Coopératives Féminines d'Argan au Maroc : un domaine propice à la mise en place de la démarche de Développement Durable, Colloque international francophone, « Le développement durable : débats et controverses », Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand.
- El Khalki Y., Bissour R., Hili A., 2016.** Apport de la télédétection spatiale à l'étude diachronique de la dynamique de l'occupation du sol dans le bassin versant de l'oued el abid (Haut Atlas Central, Maroc). La 3ème Edition du Colloque International des utilisateurs du SIG, Oujda, Maroc.pp257-262
- El Khalki Y., Gartet J., et Hili A., 2017.** Estimation qualitative de l'érosion hydrique dans le bassin versant de l'oued Amlil (Taza-Maroc) Par la combinaison de l'outil SIG et de l'approche Pap/Car, revue espace géographique et société marocaine n° 18.pp133-143
- El khazzar A., 2004.** Gouvernance et Approche Territoriale : Pour une Nouvelle Stratégie de Développement ; Séminaire Conjoint CAFRAD/OFFPA sur la Clarification des Missions de l'Etat, de la Société Civile et du Secteur Privé dans la Gouvernance Economique et la lutte contre la Pauvreté en Afrique, Tanger, Maroc.
- El Mouchataray M., 2000.** Le rôle des collectivités locales dans le développement économique et social, Ed. REMALD.195p
- Ettahri M. O., 2004.** Importance économique et multiplication des plantes aromatiques et médicinales. Mémoire de troisième cycle en agronomie. Ecole Nationale d'Agriculture de Meknès.
- Fabrice H., 2008.** Marketing territorial principes, méthodes, pratiques. Editions EMS.292p
- Fanou K.L., 1996.** Cours de Commercialisation-Marketing (1ère partie). ESR/UNB.
- FAO, 1995.** Participation et risqué D'exclusion –réflexion à partir de quelques exemples sahéliens, département du développement durable.
- Fischer G., 1975.** Tradition, identité nationale et développement. Note introductive. In: Politique étrangère, n°6 - 40^e année. pp. 657-661.
- Fort F., 2000.** Étude des stratégies de terroir : le cas des PME agroalimentaire du Languedoc Roussillon, Montpellier, 60p
- Fort F., et Fort F., 2006.** Alternatives marketing pour les produits de terroir. Revue française de gestion 2006/3, DOI 10.3166/rfg.162.145-160, p. 145-159
- Fowler P., 1999.** Cultural Landscape– Archaeology, Ancestors and Archive, in GejaHajos (dir.), Monument-Site-Cultural Landscape Exemplified by the Wachau, Vienne, Comité national autrichien de l'ICOMOS, pp. 56-62.

- Gammoudi T., 2018.** Tourisme, gouvernance, TIC et politique territoriale en Afrique. Université internationale d'Agadir-universiapolis, ISBN : 978-9920-35-364-9.
- Garcia-Ruiz JM.,2010.** The Effects of Land Uses on Soil Erosion in Spain: A Review, *Catena* 81. pp. 1-11
- Garrigues-Cresswell M., et Lecestre-Rollier B., 2002.** « Gérer les aléas, les sociétés du haut atlas marocain », *techniques et culture* n°38 ,4p
- Gebrati F., 2004.** La mobilisation des acteurs du développement local dans le Haut Atlas de Marrakech, rapport de thèse, IGA.352p
- Goeury D., et Sierra P., 2016.** Introduction à l'analyse des territoires - Concepts, outils, applications, Armand colin, dunod, Paris, ISBN 978-2-200-29302-4.
- Gollain V., 2008.** Réussir son marketing territorial en 9 étapes, Club des développeurs économiques d'île de France, Paris, 132p
- Gottmann, J.1966.** Essais sur l'aménagement de l'espace habité. Mouton, Paris, 349p
- Labasse, J., 1966.** L'organisation de l'espace. Eléments d'une géographie volontaire. Hermann, Paris, 606p
- Grawitz M., 2001.** Méthodes en sciences sociales, in O. Thuilier, *Méthodologies de la recherche : méthode clinique et recherche en soins et santé.* . 11^e édition. Dalloz. IFCS AP-HM. 586 p
- Grefte X., 2000.** Le patrimoine comme ressource pour la ville, les annales de la recherche urbaine, no 86 Uuin, pp.29-38.
- Greffit-Alami A., Jaidi L. et Benali D., 2005.** Ensemble pour un développement humain, pour une politique de développement social intégré, Mission d'appui du PNUD au Ministère du Développement Social de la Famille et de la Solidarité.
- Grini E. H., 2005.** Tourisme et développement local en milieu rural à travers l'expérience du tourisme de montagne dans le Haut Atlas Central, cas de la commune rurale de Tabant à Azilal, mémoire de 3^e ème siècle, institut national d'aménagement et d'urbanisme, Rabat.
- Grolleau H., et Ramus A., 1986.** Espace rural, espace touristique : le tourisme à la campagne et les conditions de son développement, Ed., la documentation française, PARIS.
- Grovel R.,1996.** La préservation des forêts du Rif Centro-occidental : un enjeu de développement de la montagne rifaine, *Géographie Alpine*, 84-4, pp. 75-94.
- Gumuchian H., et Pecqueur B., 2007.** La ressource territoriale. Anthropos. Paris : Economica. 252p.
- Guy D. M., 1998.** Géographie sociale et territoires. Paris : Nathan Université. 317p.
- Hamerton P.G., 1885.** Landscape, collection History of photography (Woodbridge, Conn.), Monographs, Reel 830. 885.
- Hammouda N., 2010.** Evolution de l'occupation des sols et de l'érosion dans le bassin versant Tleta (Rif occidental, Maroc). Rabat (MAR) ; Rabat : IAV ; IRD, 119p.

- Hannani M., Taïbi A., khalki Y. et Benyoucef A., 2009.** Le paysage à l'épreuve des « nouveaux » défis de l'aménagement du territoire au Maroc : Contraintes et perspectives. le cas de l'atlas des paysages du Tadla-Azilal, 11p
- HCEFLCD, U., 2008.** Stratégie nationale de développement du secteur des plantes aromatiques et médicinales au Maroc. Rapport final, 70p.
- Henner H.F., 2003.** Les acteurs du développement, XIXème Journées du Développement, Association Tiers Monde GEMDEV, Paris le 2,3 & 4 juin 2003, CERDI, pp30.
- Heusch B., 1970.** L'érosion du préif : une étude quantitative de l'érosion hydraulique dans les collines marneuses du préif occidental. Ann. Rech. Forest. du Maroc, tome 12, Rabat, pp. 9-176.
- Hmamouchi M., 1999.** Les plantes médicinales et aromatiques marocaines. Utilisations traditionnelles, marché, biologie, écologie, chimie, pharmacologie, toxicologie. Lexiques. Imprimerie Fédala, 389p.
- Hmimina M., 2010.** Produit de terroir. Une notion peu identifiée. Agriculture du Maghreb, n. 46, pp.38-40.
- Hounmenou B. G., 2006.** Gouvernance de l'eau potable et dynamiques locales en zone rurale au Bénin, in *Les territoires de l'eau*, 26p
- Hountondji Yvon C., Ozer P. et Jacques N., 2004.** Mise en évidence des zones touchées par la désertification par télédétection à basse résolution au Niger. *Cybergeographie: European Journal of Geography, Environnement, Nature, Paysage*, 291: 19.
- Ismaili K., 2007.** La lutte contre la pauvreté au Maroc : quelle politique public ? Mémoire D.E.S.S, Faculté S.J.E.S, Rabat-Agdal, 2007, 47p.
- Jacob G.R., et Schreyer R., 1980.** Conflict in Outdoor Recreation: a Theoretical Perspective. *Journal of Leisure Research*, 12 (4), pp.368-380.
- Jiang Z., Huete A.R., Chen J., Chen Y., Li J. Yan, et G. ZhangX., 2006.** Analysis of NDVI and Scaled Difference Vegetation Index Retrievals of Vegetation Fraction. *Remote Sensing of Environment* 101, pp. 366-378.
- Jouad H., et Lortat-Jacob B., 1981.** La Saison des fêtes dans une vallée du Haut-Atlas, *L'Homme*, tome 21, n°3, pp124-126
- Kadiri M., 2002.** Les Zaouias au Maroc : fonction religieuse et rôle politique, Thèse de doctorat en Histoire du droit et des institutions, N°2002PERP0418, France, 406p
- King D. et Le Bissonnais Y., 1992.** Rôle des sols et des pratiques culturelles dans l'infiltration et l'écoulement des eaux. Exemple du ruissèlement et de l'érosion sur les plateaux limoneux du nord de l'Europe. *C.R.Acad.Agric.Fr* 78(6) , pp. 91-105.
- Kitzinger J., Marková I., et Kalampalikis N., 2004.** Qu'est-ce que les focus groups? bulletin de psychologie, tome 57 (3) / 471, pp281-289

- Klett, M., 2011.** Repeat photography in landscape research. Dans E. Margolis, et L. Pauwels (Éds), *The Sage handbook of visual research methods* Los Angeles, CA, pp. 114-131.
- Kradi C., 2012.** L'agriculture solidaire dans les écosystèmes fragiles au Maroc, INRA, Edition 2012, 185p.
- Lajugie, J. 1964.** Développement économique régional et aménagement du territoire. Sirey, Paris, 438p
- Lalot S., 2013.** Comprendre le paysage pour fonder un projet de territoire participatif. Communication au colloque Participation créative, paysage et urbanisme durable : vers une évolution des pratiques professionnelles et de la gouvernance, Aix-en-Provence, 134p.
- Lamani O., 2014.** Institutions et acteurs locaux dans la valorisation des produits de terroir, Quelle démarche locale de valorisation de l'huile d'olive de Beni-Maouche en Kabylie, thèse de doctorat, 383p.
- Landel P.-A., Senil N., et Mao P., 2007.** Étude sur les pôles d'économie du patrimoine, diagnostic stratégique des ressources patrimoniales de la région de Tadla Azilal, direction de l'aménagement du territoire A.O.N° 18/2004, 179p
- Laouina A., Roose E., et Sabir M., 2010.** La dégradation des terres et l'érosion des sols, Gestion durable de l'eau et des sols au Maroc, Valorisation des techniques traditionnelles méditerranéennes, Institut de recherche pour le développement, Marseille. pp21-33
- Lascoumes, P., 1994.** L'Éco-pouvoir : environnements et politiques, la Découverte, Paris, pp167-169
- Lattugui J., 2014.** Programme de développement rural des zones de montagne (PDRZM) phase I Rapport de conception finale, volume I : Rapport principal et appendices, 134p.
- Baali H., 2011.** Développement local au moyen atlas nord oriental : défis, enjeux territoriaux et perspectives, thèse de doctorat présenté à la faculté des lettres et des sciences humaines Sais-Fès. 332p
- El Bezzari L., 2013.** Le développement territorial au Moyen Atlas : Atouts, contraintes et enjeux d'acteurs, cas des communes d'Ain Leuh, Timahdite, DaytAoua et Tizguite, , thèse de doctorat présenté à la faculté des lettres et des sciences humaines Sais-Fès, 270p
- Lazrak N., 2014.** La gouvernance financière locale, Vers un nouveau modèle, in revue de la trésorière générale du royaume, N°11, pp7-10
- Lazzeri Y., Chiappero M., Mésini B., Martine P., et Chiappero F., 2014.** Paysage et développement durable : à la recherche d'une participation créative, Rapport final - Tome 1 Participation créative : un concept opératoire ? CERIC - DICE UMR 7318, 13628, Aix-en-Provence, France, 145p
- Le Bissonnais Y., Cerdan O., Lecomte V., Benkhadra H., Souchere V et Martin P., 2005.** Variability of Soil Surface Characteristics Influencing Runoff and Interrill Erosion *Catena* 62. pp. 111-124.
- Lecomte J., 2002.** À la recherche de la nature, *Le Courrier de l'environnement de l'INRA*, 45, pp. 17-22.

Letablier M.TH., Nicolas F., 1994. Genèse de la typicité. Science des aliments, vol. 14, n. 5, pp. 541-556.

Lhafi A., Badraoui M. et Mhirit O., 2005: RDH 50 Ans de Développement Humain au Maroc et Perspectives pour 2025. Groupe thématique «Cadre naturel, environnement et territoires» Une vision pour 2025. Rapport de synthèse.

LifranR., et OueslatiW., 2007. Eléments d'économie du paysage, Économie rurale, pp. 297-298

Linossier R., Russeil S., Verhage R., et Zepf M., 2005. Entre conflits et synergies, renouvellement urbain et patrimonialisation ». DISP, no 159, pp.4-12.

Lopez Lara E., 2005 La imagen turística de Marruecos proporcionada por Internet: reinterpretao el orientalismo», Cuadernos de Turismo, n° 16, ISSN: 1139-7861 pp. 123-134.

Lopez Lara E., et Obda k., 2012. Estudio de casos de hábitat rural en las montañas del medio atlas y del rif (marruecos), anales de geografía de la universidad complutense, Vol. 32, n°1 ISSN: 0211-9803, pp 29-43.

Lopez Lara E., Marco G.-C., 2010. Consecuencias del turismo de masas en el litoral de Andalucía (España), Caderno Virtual de Turismo, ISSN : 1677-6976, Vol. 10, N° 1

Lopez Lara E., Obda K., Akdim B., Tribak A., , Bonila M. J., 2011. Le patrimoine rural et le développement durable, produits agricoles, touristiques et développement local, association nationale des géographes marocains et union géographique internationale : commission sur le développement durable et les systèmes ruraux, Best imprimerie, Casablanca, Maroc.

Luginbühl Y., 2013. Le paysage, une chance du développement durable ? Communication au colloque Participation créative, paysage et urbanisme durable : vers une évolution des pratiques professionnelles et de la gouvernance, Aix-en-Provence, pp257-269

Mahdi M., 2006 .Douar et construction sociale du territoire, in Développement rural, pertinence des territoires et gouvernance. INAU – RELOR – Rabat.

Malinowski B.,1922. Les argonautes du pacifique occidental, édition Gallimard, paris, 606p

MAPM,2015. Note relative au Développement des zones de Montagne au Maroc. P. 20.

MAPM, 2015. Projet de Performance, secteur agricole, loi de finances 2016.

Marchesnay M., 1998. L'entrepreneuriat rural en quête de légitimité, Agriculture et alimentation en quête de légitimité, collectif, Ed. Paris, Economica, 371p.

Maurer G., 1993. L'agriculture de montagne dans les pays rifains et telliens du Maghreb, in Montagnes et Hauts pays d'Afrique (2), Publ. Fac. Let. Et Sci. Hum., Rabat, sér. Coll. et sémin., n°29 : pp.35-54

Mauss M.1969. Manuel d'ethnographie, Archives de Sciences Sociales des Religions, payot, pp 223-224

Mayer L.D. et Harmon W.C., 1992. Interrill Runoff And Erosion Effects Of Sideslop Shape, Rain Energy and Rain Intensity. Am.Soc.Agr.Eng.Trans 35. pp. 1199-1203.

- Mead M., et Bateson G., 1942.** Balinese Character: a Photographic Analysis, Academy of Science, New York.
- Merlin, P., et Choay, F., 1996.** Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. PUF, Paris.
- Meyer M., 2017.** De l'objet à l'outil : la photographie au service de l'observation en sciences sociales, recherches qualitatives, Hors-série, n° 22, pp. 8-23.
- Michard A., 1976.** Eléments de géologie Marocaine, Sciences Géologiques, bulletins et mémoires. Serv.Géo Maroc. p. 325
- Mitchell N., Rössler M., et Tricaud P.-M., 2011.** Paysages culturels du patrimoine mondial Guide pratique de conservation et de gestion, 135p
- Moine A., 2007.** Le territoire : comment observer un système complexe, l'Harmattan, 178p
- Mollard A., Pecqueur B., et Moalla M. 2001.** Offre de produits et services territorialisés et approche lancastérienne de la demande de biens combinés. 20p.
- Morin E., 2001.** La méthode. L'humanité de l'humanité, l'identité humaine. Tome 5. Paris : Éditions le Seuil, 288p.
- Mounet J.-P., 2007.** Sports de nature, développement durable et controverse environnementale, Natures Sciences Sociétés 15, pp. 162-166
- Naciri M., 1977.** Pouvoir de commandement, espace rural et modernisation au Maroc. In "Etat, pouvoir et espace dans le tiers monde", Paris, PUF, pp 65-84.
- Naciri M., 1984.** La géographie coloniale : une "science appliquée" à la colonisation In "connaissances du Maghreb, sciences sociales et colonisation", Paris, CNRS, pp. 309-343.
- Naciri M., 1999.** Territoire : contrôler ou développer le dilemme du pouvoir depuis un siècle. In Monde Arabe Maghreb Machrek, n° 164 pp. 8-34.
- Naggar M., 2000.** Éléments de base d'une stratégie de sylvo-pastoralisme en Afrique du nord. Options méditerranéennes, rupture nouvelle image de l'élevage sur parcours, série A /n° 39, pp191-202
- Naimi M., et Baghdad B., 2009.** Aménagements traditionnels dans une vallée du haut atlas occidental, Maroc. Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II. Conférence inter régionale enviro water, Marrakech, Maroc, pp82-94
- Naji S., 2006.** Greniers collectifs de l'Atlas : Patrimoines du Sud marocain, Edisud, collection monde mediterrra, ISBN : 274490645X, 301p
- Najim A., et Vedelago F., 2001.** L'agent de développement local, Emergence et consolidation d'un profil professionnel, Chaire Unesco Université de bordeaux 3, Ed La louse, Bordeaux, 221p
- Oiry-Varacca M., 2012.** La mobilisation des identités Amazighes dans des projets de développement touristique. Dynamiques du branchement et de l'ancrage dans les montagnes marocaines », in Revue internationale du tourisme 2.
- Oueslati W., 2011.** Analyses économiques du paysage, Update Sciences et Technologies, Editions Quæ, 256p.

- Oueslati W., et Madariaga N., 2006.** Évaluation contingente d'aménités paysagères liées à un espace vert urbain. INH, document de travail, pp77-98
- Passarge S., 1921-1930.** Vergleichende Landschaftskunde. Ein Lehrbuch und eine Anleitung zu landschaftskundlicher Forschung und Darstellung, 3 vols. Hambourg, Friedrich, 94p
- Payeur J., 2013.** La relation du patrimoine et du tourisme : une histoire de perception -le cas du Vieux-Québec, Université du Québec à Montréal, Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en développement du tourisme, 215p
- Pecqueur B., 2002.** Politiques publiques, action publique et spécificités territoriales. Séminaire DADP, Montpellier, France.
- Pecqueur B., 2005.** Le développement territorial une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud, Le territoire est mort vive les territoires. IRD Éditions, Marseille, pp295-316
- Peemans J.P., 2002.** Le développement des peuples face à la modernisation du monde - Essai sur les rapports entre l'évolution des théories du développement et les histoires du "développement réel" dans la seconde moitié du XXe siècle, Ed., harmattan. ISBN 2-7475-2410-8, pp 65-71
- Pérennès, J-J., 1993.** L'eau et les Hommes au Maghreb. Contribution à une politique de l'eau en méditerranée. Paris, khartala, 646p.
- Perroux F., 1981.** Pour une philosophie du nouveau développement, Aubier, Les presses de l'Unesco, Paris, pp231-235
- Perroux, 1981.** Dictionnaire économique et sociale, Hartier, Paris, 126p
- Peyrache-gadeau V. et Perron L., 2010.** Le Paysage comme ressource dans les projets de développement territorial, in Revue Développement durable et Territoires, vol 1, n°2.
- Piette A., 1992.** La photographie comme mode de connaissance anthropologique, Université de Montpellier III, pp. 129-136.
- Piveteau, J.-L., 1979.** L'aménagement du territoire est-il, en Europe occidentale, une invention de la deuxième moitié du XXe siècle ? In Recherches de géographie rurale (Hommage au Professeur F. Dussart), tome II, Liège. pp. 991-1002.
- Porter M. E.,1985.** Compétitive avantage. Creating and Sustaining Superior Performance, the free press, New York, 557p
- Ramou H., 2011.** Tawada r-udrar n'toubkal : quel apport économique des randonnées touristiques dans la montagne marocaine ?, in produit agricoles, touristiques et développement local, best imprimerie, Casablanca, Maroc, ISBN : 978-9954-30-180-7, pp173-192
- Raymond H., 1968.** Analyse de contenu et entretien non-directif : application au symbolisme de l'habitat, Revue française de sociologie, 9-2, pp. 167-179.
- Rebouilla, J.P., 1983.** Les milieux de sédimentation et les étapes de la transgression du Dogger dans la région de Demnat, Haut Atlas central (Maroc). Thèse de 3e cycle, Université de Dijon (inédate), 173p

- Redondo-Toronjo D., 2007.** Territoire, gouvernance et intelligence territoriale, Bulletin de la Société géographique de Liège, 28p.
- Rey F., Chauvin C., Richard D., Mathys N., Rovéra G. et Morel A., 2002.** Le piégeage des sédiments marneux par des barrières végétales (Alpes du Sud, France). Bull. réseauérosion n° 21. pp. 331-345.
- Rieger, J.,2011.**Rephotography for documenting social change.in E. Margolis, et L. Pauwels (Éds), The Sage handbook of visual research methods,. Los Angeles, CA : Sage. pp. 132-149
- Roch E., 1939.** Description géologique des montagnes à l'Est de Marrakech, Notes .Mém . Serv. Géol. Maroc, V.51, 425 p.
- Roose E.,1994.** Introduction à la gestion conservatoire de l'eau, de la biomasse et de la fertilité des sols (GCES). Bulletin pédologique de la FAO N° 70, Rome. 420p.
- Sabir M., Merzouk A., Berkat O. et Roose E., 1996.** Effet de la maximisation du pâturage sur certaines caractéristiques de la surface et la perméabilité du sol dans un milieu steppique Marocain Aarid (Haute Moulouya).Bull. Réseau Erosion N° 16 pp. 47-57.
- Sachs I.,1994.** Le développement reconsidéré : quelques réflexions inspirées par le Sommet de la Terre, Revue Tiers Monde, pp. 53-60.
- Salifou Issaka M., 2008.** Analyse du système de commercialisation des noix de cajou produites dans les départements de l'Atacora et de la Donga , Université de Parakou.
- Sauer C., 1925.** The Morphology of Landscape, University of California Publications in Geography, vol. 2, n° 2, pp. 19-53.
- Savidan L.,2007.** La stratégie de marketing territorial. Thèse du master II. Université de la Reunion, la Génie urbain et environnement.
- Sbai A., Lasgaa H. et Sabri M.,2016.** Contribution de la télédétection dans l'étude et l'évolution spatiotemporelle du couvert végétal : cas du couloir de Taourirt – El Aioun et ses bordures montagneuses (Maroc oriental). La 3ème Edition du Colloque International des utilisateurs du SIG, Oujda, Maroc, pp245-250
- Schmidt, E. et Jungers, C.,2004.** Territoires, pôles de compétitivité et intelligence économique. Aide-mémoire. Compagnie Européenne d'Intelligence Stratégique (CEIS), Paris.
- Sgard A., 2010.** Une éthique du paysage est-elle souhaitable ? Vertigo, Revue électronique en sciences de l'environnement, vol. 10, n° 1, 192p
- Singbo A., 2000.** Performance du système de commercialisation du maïs et rentabilité de sa production : cas de la sous- préfecture d'Adjohoun et de Dangbo dans le sud du Bénin. Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA / UAC.
- Soro G., Ahoussi E. K., Kouadio E. K., Soro T. D., Oulare S., M. B. Saley, Soro N. et Biemi J.,2014.** Apport de la télédétection à la cartographie de l'évolution spatio-temporelle de la dynamique de l'occupation du sol dans la région des Lacs (Centre de la Côte d'Ivoire), Afrique SCIENCE, 10(3) pp. 146 – 160.

Stahl-Biskup E., Sáez F., 2002. Thyme The genus *Thymus*, Medicinal and Aromatic Plants Industrial Profiles, 11 New Fetter Lane, London, 352p

Taous A., 2013. Cours d'eau et paysages fluviaux du Maroc : un patrimoine naturel fragile à protéger, in ressources patrimoniales et développement local au Maroc et en Andalousie (Espagne), publication de la FLSH-Sais, Fès, N°26, pp125-152

Texier L. et Valla J.P.,1992. Le marketing territorial et ses enjeux, Revue française de gestion, 87, pp. 45-55.

Théberge M., 1998. Revue des sciences de l'éducation de McGill, Vol 33, pp. 267-268.

Thibals., 1984. Tourisme rural et patrimoine bâti, The TouristReview, Vol. 39 Issue: 4, pp. 24-24.

Tita M., 2001. Revitalisation du patrimoine architectural et développement urbain au Maroc, le Maroc a veillé du troisième millénaire, défis, chances et risques d'un développement durable, acte de 6ème colloque Maroc-allemand de Paderborn, publication de la FLSH de Rabat, série colloque et séminaires, n° 93.

Tribak A.,2000. L'érosion hydrique en moyenne montagne du Prérif oriental (Maroc). Etude des agents et des processus d'érosion dans une zone de marnes tertiaires. Thèse Doctorat d'Etat. 351p.

Tribak A., 2013. Le petit patrimoine rural marocain : une ressource territoriale à valoriser pour un développement local en zones méditerranéennes, in ressources patrimoniales et développement local au Maroc et en Andalousie (Espagne), publication de la faculté des lettres et des sciences humaines-sais, Fès, N°26, pp67-84

Tribak A., Akdim B., Laouane M., Julia R., et Amyay M., 2013. Les terrasses agricoles traditionnelles dans les montagnes marocaines : valorisation d'un patrimoine en crise, in ressources patrimoniales et développement local au Maroc et en Andalousie (Espagne), publication de la FLSH-sais, Fès, N°26, pp29-42

Tribak A., Arari K., Amhani Z., Abahrour M., et El Garouani A.,2016. Apport de la Télédétection et du SIG pour le suivi spatio-temporel de l'occupation du sol dans le bassin versant de l'oued Tarmast, La 3ème Edition du Colloque International des utilisateurs du SIG, Maroc, Oujda les 22 et 23 novembre 2016. pp275-280

Tribak A., El Garouani A. et Abahrour M.,2012. La dégradation des terres et l'érosion des sols : agents, processus et évaluation quantitative, Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires. pp. 47-52.

Tribak A., et Morel A., 2004. L'utilisation des terres et le ravinement dans les moyennes montagnes du périf oriental (Maroc), Bulletin du réseau Erosion, Gestion de la biomasse, érosion et séquestration du Carbone - Land Use, Erosion and CarbonSequestration, Centre Agropolis de Montpellier, Volume 23, Montpellier, France, pp.236-247.

Troin J.-F., 1975. Les souks marocains : marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc. Thèse d'État, Aix-en-Provence, Edi- sud-CNRS-Ministère de l'Éducation nationale, vol. I : 503 p

Vallery G., 2003. Marketing territorial et planification stratégique des villes françaises, Revue des Sciences de Gestion, n° 234,28p

Vermeren P., 2001. Le Maroc en transition. Paris, Ed. La découverte, 249p.

Veschambre V., 2007. Patrimoine : un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales. Annales de géographie, vol. 4, n° 656, pp. 361-381.

Webb R., Boyer D., et Turner R., 2010. Repeat photography. Methods and applications in the natural sciences. Washington, DC: Island Press,337p

Wichmeir H., et Smith D., 1978. Predicting Rainfall Erosion Losses. A guide to Conservation Planning. USDA handbook N ° 537. 58p.

Worth S.,1981. Studying Visual Communication, University of Pennsylvania Press, 240p

Yabi B. D., 2014. Analyse économique de la commercialisation de l'ananas au Bénin, Université d'Abomey-calavi/ Faculté des Sciences Agronomiques - Diplôme d'Etudes Approfondies.308p

Yaiche K., 2014. Gouvernance et Marketing Territorial : Cas du projet d'évitement routier de la ville de Kherrata, option Management Economique des Territoires et Entreprenariat, faculté des sciences économiques de Gestion et des Sciences Commerciales Département des Sciences de Gestion Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique université Abderrahmane mira-Bejaia, 119p

Yves B., et Felli R., 2008. Patrimoine et tourisme urbain. La valorisation de l'authenticité à Lyon et Pékin. Articula-Journal of UrbanResearch, no 4, pp23-34

Zemor P.,1995. La communication publique, Paris, PUF, 128p.

Références en Arabe

— **الحاج أحمد نجيب الدمناتي, 2012.** القول الجامع في تاريخ دمناات وما وقع فيها من الوقائع, الطبعة : الأولى, المطبعة والوراقة الوطنية – مراكش.

- **بوجروف السعيد, 2007.** الجبال المغربية : أي تهيئة ؟ أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في الآداب . كلية الآداب والعلوم الإنسانية مراكش 564صفحة.

- **سومية حنون, 2008-2009.** الالتقائية في الحكامة المحلية الجديدة "المبادرة الوطنية للتنمية البشرية نموذجاً" رسالة لنيل شهادة الماستر القانون العام، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة الحسن الثاني المحمدية، ص62

- **لحسن جنان, 1990.** إشكالية التنمية المحلية في المناطق الجبلية هو أمشها" مجلة كلية الآداب بتطوان. عدد خاص بنود جبال الريف: المجال والإنسان. السنة الرابعة

- **منير حجاجي, 2008-2007.** التنمية المحلية التشاركية"، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون العام، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة الحسن الأول، سطات، ص97

Webliographie

Allard M.-A., 2009. Fondamentaux du marketing, En ligne, <https://www.etudier.com/dissertations/Fondamentaux-Du-Marketing/45584656.html>, consulté le 12-04-2016

Angeon V., Caron P. et Lardon S., 2006. Des liens sociaux à la construction d'un développement territorial durable : quel rôle de la proximité dans ce processus?», Développement durable et territoires [En ligne], Dossier 7 : Proximité et environnement, mis en ligne le 17 juillet 2006, consulté le 01 Mars 2017. URL: <http://developpementdurable.revues.org/2851>.

Arnoult S., 2006. Analyse - plan marketing : présentation, en ligne, <http://www.b2bmarketing.fr/1-analyse-plan-marketing.php>, consulté le 20 -04 -2016.

Boujrouf S., 2014. Ressources patrimoniales et développement des territoires touristiques dans le Haut Atlas et les régions sud du Maroc, Journal of Alpine Research, mis en ligne le 17 juin 2014, consulté le 21 juin 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rga/2259> ; DOI : 10.4000/rga.2259

Courlet C., El Kadiri N., Fejjal A., et Jennan L., 2013. Le projet de territoire comme construit d'acteurs et processus de révélation des ressources : l'exemple marocain, en ligne <https://revues.imist.ma/index.php?journal=GeoDev&page=article&op=download&path%5B%5D=612&path%5B%5D=510>, consulté le 05/07/2019.

Delfosse C., 2013. Produits de terroir et territoires. Des riches heures du développement rural à la gouvernance métropolitaine, Sud-Ouest européen [En ligne] consulté le 10 octobre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/soe/549> ; DOI : 10.4000/soe.549

El Affas A., 2014. Tadla-Azilal, La chasse, nouvel atout touristique, Par L'Economiste Ed. N° :4385, En ligne. <https://www.leconomiste.com/article/960873-tadla-azilalla-chasse-nouvel-atout-touristique>, consulté le 10/05/2018

El Haïti H., 2017. LE MATIN, En ligne. [Http : //lematin.ma/journal/2017/1-rsquo-indh-plus-que-jamais-plebiscitee/276025.html](http://lematin.ma/journal/2017/1-rsquo-indh-plus-que-jamais-plebiscitee/276025.html), consulté le 17/03/2018.

Faysse N., Dahou T., Elloumi M., Molle F., Gassab M., et Romagny B., 2017. Pouvoir, société et nature au sud de la Méditerranée. Paris, INRAT-IRD-Karthala, 269p. Développement durable et territoires, En ligne, vol. 3, n°1 Mai 2012, mis en ligne le 08 juin 2012, consulté le 11 Mars 2017. URL : <http://developpementdurable.revues.org/9227>.

Gandini J., 2009. Iroutlaniwariden, En ligne, <http://www.prehistoire-du-maroc.com/iroutlane-iwariden.html>, site consultée le 11/06/2018

Lamara H., 2010. « Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales », Développement durable et territoires [En ligne], mis en ligne le 07 juillet 2009, consulté le 25 juin 2019. URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/8208> ; DOI : 10.4000/developpementdurable.8208

Larid M, 2010. Contribution méthodologique pour la connaissance du rôle des acteurs locaux dans la réalisation d'un projet de territoire : le cas du projet de la réserve naturelle de Réghaia dans la zone côtière Est de l'Algérois », développement durable et territoires (en ligne) Vol.1, N°3/décembre 2010 ;mis en ligne le 07 décembre 2010,consulté le 01 Mars 2018.URL :developpementdurable.revuess.org/8694.

MAPM,2013 : L'élevage au Maroc : chiffres clés de 2013. En ligne, <https://www.fellahtrade.com/fr/actualites-maroc/article?id=8611>, consulté le 25/07/2018

NOIN, D. 2017. ANTI-ATLAS, encyclopoediauniversalis. En ligne, <http://www.universalis.fr/encyclopédie/Anti-Atlas/ONHYM>, 2017 : site officiel de l'Office National des Hydrocarbure et des Mines (ONHYM). [Http : //www.onhvm.com/mines/les-provinces-metallogeniques-au-maroc.html](http://www.onhvm.com/mines/les-provinces-metallogeniques-au-maroc.html), consulté le 10/2/2016

Paquot T., 2001. La tyrannie de l'air conditionné. Le monde diplomatique. En ligne. <http://www.monde-diplomatique.fr/2001107/PAQUOT/15344>. Consulté le 15 juillet 2018. Publié dans Histoire et Traditions. En ligne, <http://rajakader.over-blog.com/article-l-image-du-souk-en-milieu-rural-fam-el-hisn-comme-exemple-47023540.html>, consulté le 20/4/2019

Raja A, 2010. L'image du souk en milieu rural : Fam El Hisn comme exemple.en ligne, <http://rajakader.over-blog.com/article-l-image-du-souk-en-milieu-rural-fam-el-hisn-comme-exemple-47023540.html>,consulté le 07/03/2019

Senil N. et Landel P.-A., 2013. Ne perdons plus le temps, Mons, communication au colloque de l'ASRDLF, http://www.asrdlf2013.org/IMG/pdf/C-Senil-Landel_Ne_perdons_plus_le_temps.pdf

Tekki I., 2017. Le tissu associatif, un acteur incontournable de tous les chantiers socio-économiques, En ligne, <https://monasso.ma/129407-tissu-associatif-acteur-incontournable-de-chantiers-socio-economiques> ,consulté le 27/03/2018

LISTE DES FIGURES

- Figure n° 1** : Localisation d'Oueltana Amont dans le Haut Atlas Central
- Figure n° 2** : Les phases d'une stratégie marketing
- Figure n° 3** : Les objectifs de marketing territorial
- Figure n° 4** : Etapes et supports de la promotion de l'offre territoriale
- Figure n° 5** : Localisation de la zone d'étude à l'échelle nationale et locale
- Figure n° 6** : L'accessibilité routière du cercle d'Oueltana
- Figure n° 7** : L'hypsométrie du cercle d'Oueltana
- Figure n° 8** : La carte des pentes au cercle Oueltana
- Figure n° 9** : La géologie du cercle d'Oueltana
- Figure n° 10** : Le réseau hydrographique du cercle d'Oueltana
- Figure n° 11** : Carte de l'évolution de la population de 1982 à 2014
- Figure n° 12** : La discrétisation des communes de la zone d'étude selon l'indice de l'état sanitaire(2014)
- Figure n° 13** : La dynamique de l'état sanitaire des communes (2014)
- Figure n°14** : La discrétisation de la zone de l'étude selon l'état de l'instruction de la population locale (2014)
- Figure n°15** : La discrétisation des communes de la zone d'étude selon la dynamique de l'état d'instruction (2014)
- Figure n°16** : Carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 1984
- Figure n°17** : Carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 2000
- Figure n°18** : Carte d'occupation du sol d'Oueltana amont en 2016
- Figure n°19** : La dynamique surfacique du couvert arboré d'Oueltana amont de 1984 à 2016
- Figure n°20** : La variation annuelle par période du couvert arboré dans les trois communes (Tifni, Sidi Boulkhalif, Ait Blal)
- Figure n° 2:** La dynamique de la superficie de l'activité biologique (mois 2 et 7) par période dans la zone d'étude
- Figure n° 3:** La dynamique de la superficie du couvert arboré et de l'activité biologique (mois 2 et 7) par période dans la zone d'étude
- Figure n° 4:** La réponse en équipement de la zone d'étude (2016)
- Figure n° 24** : La dynamique de la réponse en prestations des services et équipements communaux entre 2000 et 2016

- Figure n° 25** : Le réseau de la commune de Tifni
- Figure n° 26**: Le Réseau routier dans la commune de Sidi Boukhalf
- Figure n° 27**: Réseau routier dans la commune d'Ait Blal
- Figure n° 28**: La densité routière des communes de la zone d l'étude en Km/km².
- Figure n° 29** : L'évolution de la densité routière par classe de commune entre 2000 et 2012.
- Figure n° 30**: Distance moyenne parcourue par individu pour accéder à la route goudronnée par communes de la zone d'étude 2000/2016.
- Figure n° 31** : Les principaux acteurs intervenants au développement territorial d'Oueltana Amont.
- Figure n° 32** : La répartition des associations d'Oueltana Amont par domaine d'activité
Planche
- Figure n° 33** : Le taux de branchement en électricité
- Figure n° 34** : L'organigramme de la multiplicité des acteurs d'Oueltana amont
- Figure n° 35** : Le positionnement d'oueltana amont au seins des tribus de la province d'Azilal
- Figure n° 36** : Le paysage « territoire perçu » : à l'interaction de l'économie géographique et de l'économie publique.
- Figure n° 37** : Le circuit pédestre proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 38** : Le profil du circuit pédestre proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 39** : Le circuit équestre proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 40** : Le profil du circuit équestre proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 41** : Le circuit VTT proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 42** : Le profil du circuit VTT proposé dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n° 43**: Les circuits touristiques proposés dans le territoire d'Oueltana amont
- Figure n°44** : Stratégie de communication territoriale
- Figure n°45** : Principales articulation de la stratégie MT conçue pour Oueltana amont
- Figure n° 46** : Offre touristique du territoire d'Oueltana amont

Liste des Tableaux

- Tableau n° 1** : Nombre de ménages enquêtés par commune
- Tableau n° 2** : Les différents stades de l'utilisation de focus groupe
- Tableau n° 3** : Les composantes de l'analyse interne et l'analyse externe dans la démarche marketings
- Tableau n° 4** : Les Actions du marketing à entreprendre selon les caractéristiques de l'offre territoriale.
- Tableau n° 5** : Les points de différence entre le marketing territorial et le marketing commercial.
- Tableau n° 6** : Les Techniques marketing en fonction des actions à promouvoir.
- Tableau n° 7** : La superficie des montagnes marocaines
- Tableau n° 8** : L'évolution de l'effectif de la population de l'aire d'étude
- Tableau n° 9** : Les services sanitaires dans les trois communes, 2016
- Tableau n° 10** : La Couverture sanitaire sur la base de données de Délégation provinciale de santé, 2012
- Tableau n° 11** : Le nombre de personnel médical dans les trois communes selon les normes d'OMS
- Tableau n° 12** : La superficie (ha) de recouvrement végétal dans Ouelтана amont de 1984, 2000, 2016
- Tableau n° 13** : La réponse en équipement et services à la population 2000
- Tableau n° 14** : Le temps moyen de l'accès aux services essentiels de proximité(en mn)
- Tableau n° 15** : L'évolution de nombre de communes
- Tableau n° 16** : Les communes territoriales d'Ouelтана amont
- Tableau n° 17** : Le tissu associatif de la commune d'Ait Blal
- Tableau n° 18** : Le tissu associatif de la commune Sidi boukhalf
- Tableau n° 19** : Le tissu associatif de la commune Tifni
- Tableau n° 20** : Le domaine d'intervention des associations d'Ouelтана Amont
- Tableau n° 21** : les projets de la commune pour renforcer le réseau routier
- Tableau n° 22** : Les modalités de financement du raccordement des foyers au réseau électrique dans le cadre du PERG
- Tableau n° 23** : La participation financière des partenaires dans le projet de branchement individuel

Tableau n° 24 : La Couverture sanitaire sur la base de données de Délégation provinciale de santé, 2012

Tableau n° 25 : Les efforts d'investissement des communes et de partenaires dans le secteur d'agriculture

Tableau n° 26 : Les projets des communes en collaboration avec l'INDH

Tableau n° 27 : Les principales manifestations touristiques dans la zone d'étude

Tableau n° 28 : Etablissement touristiques de territoire d'Oueltana amont

Tableau n° 29 : Faiblesses du secteur agricole du territoire d'Oueltana amont

Tableau n° 30 : Les cibles potentielles pour chaque produit de la coopérative

Tableau n° 31 : Dénomination et forme de présentation des produits de la coopérative

Tableau n° 32 : Formules des différents produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale »

Tableau n° 33 : Prix moyen des produits concurrents sur le marché

Tableau n° 34 : Prix minimums et maximums proposés par le consommateur pour les produits de la coopérative

Tableau n° 35 : Analyse SWOT du territoire d'Oueltana amont

Tableau n° 36 : Actions de développement et de promotion du patrimoine bâti d'Oueltana amont

Tableau n° 37 : Actions de développement des manifestations touristiques d'Oueltana amont

Tableau n° 38 : Actions de développement et de promotion du patrimoine paysager d'Oueltana amont

Tableau n° 39 : Actions de développement et de promotion du tourisme naturel :

Tableau n° 40 : Actions de développement et de promotion du tourisme sportif

Tableau n° 41 : Actions de développement et de promotion de l'offre agricole

Tableau n° 42 : Indicateurs d'évaluation des actions promotionnelles

Tableau n° 43 : Besoin financier de chaque action de développement et de promotion de l'offre territoriale d'Oueltana amont :

LISTE DES PHOTOS

- Photo n°1,2 et 3:** La surexploitation des ressources ligneuses pour la satisfaction de la demande en énergie traditionnelle
- Photo n°4 :** Un stock des branches d'arbres séchées pour le chauffage et la cuisson des aliments.
- Photo n°5 :** L'agriculteur défriche le genévrier pour élargir la superficie de ses parcelles cultivées.
- Photo n°6:** Effondrement de pont qui relie entre le douar d'ait ouakrim et 8 autres douars de la commune sidi boukhalf
- Photo n°7 :**Dégradation de la route régionale 304 qui traverse le territoire d'Oueltana amont et mène vers Ait Blal
- Photo n°8 :** Aménagement de piste qui relie douar TAGNIT et douar ASLAK
- Photo n°9 :** L'éclairage public dans le territoire d'Oueltana amont
- Photo n°10 :** La construction de château d'eau à douar Ikhachane
- Photo n°11 :** Destruction partielle d'un château d'eau au douar Ait Srghint.
- Photo n°12 :** Travaux d'aménagement de la Seguia au douar Taghbaloute
- Photo n°13 :** La commune de sidi Boukhalf en collaboration avec l'INDH distribue des caprins et des vaches.
- Photo n°14,et 15 :** Le pont naturel d'Iminifri
- Photo n°16 :** Escalier en béton défigure le paysage
- Photo n°17 :** Amenagement d'escaliers vers afroux zone de compement.
- Photo n°18 :** Des empreintes dinosauriens sont localisées dans les argiles rouges
- Photo n°19 :** Des traces de dinosaures d'un metre de diametre dont la majorité est recouvert par la recolte agricole
- Photo n°20 :** Des Panneaux de signalisation des amodiations de chasse et de réserve permanant installé sur le territoire d'Oueltana Amont.
- Photo n°21 :** Une partie du territoire d'amodiation de chasse Iminifri
- Photo n°22 :** Douar Izarifen, un paysage de montagne
- Photo n°23 :** Douar Imghnass replete un bati purement traditionnel
- Photo n°24:** Une maison traditionnelle à douar Taghbaloute,
- Photo n°25 :** Le propriétaire de la maison a construit un mur en terre pour s'isoler de soleil du jour

Photo n°26 : Une cavité en bâti ancien pour élever le bétail et stocker la récolte agricole

Photo n°27 : Le souk hebdomadaire (jeudi) de la commune d'Ait Blal

Photo n°28 : Le souk hebdomadaire (dimanche) de la ville de Demnate

Photo n°29 : Ahwach n'ait blal,

Photo n°30 : Lâamt n' sidi boukhalif

Photo n°31 : Gite TiziNoubadou

Photo n°32 : Des panneaux de publicité pour indiquer la présence des hôtels et des gites dans le territoire d'Oueltana amont

Photo n°33 : Espace Tamount

Photo n°34 : La culture de la vigne dans la vallée de ghezaf

Photo n°35 : Les deux variétés de raisin d'Oueltana amont

Photo n°36 : La vente de raisin sur pied dans la commune sidi boukhalif

Photo n°37 : L'agriculteur a choisi de vendre une partie de sa production à Demnate

Photo n°38 : Tasswikt n'sefri

Photo n°39 : Tasswikt taromite

Photo n°40 : La plantation de noyer tout au long du lit d'oued ghezaf

Photo n°41 : Le sapement des berges causé par les crues de oued Noufad

Photo n°42 : Différents volume de gassaa fabriquées en noyer

Photo n°43 : La charge en noix a fait tomber l'arbre (âgée de 15 ans)

Photo n°44 : Ruche en terre cuite (Akzou)

Photo n°45 : (Tasselt) ruche en forme de cylindre fabriquée en roseau tressé et enduite avec de l'argile

Photo n°46 : Deux essaims d'abeilles (Assoufegh n Tizwa)

Photo n°47 : une corgette séchée (Takricht) pour capturer l'essaim d'abeille

Photo n°48 : Le thym frais (Azokni)

Photo n°49 : La vente de thym séché sur le trottoir, à coté du rond point menant vers la gare routière de Demnate.

Photo n°50 : Les produits locaux exposés par l'association Tizgui

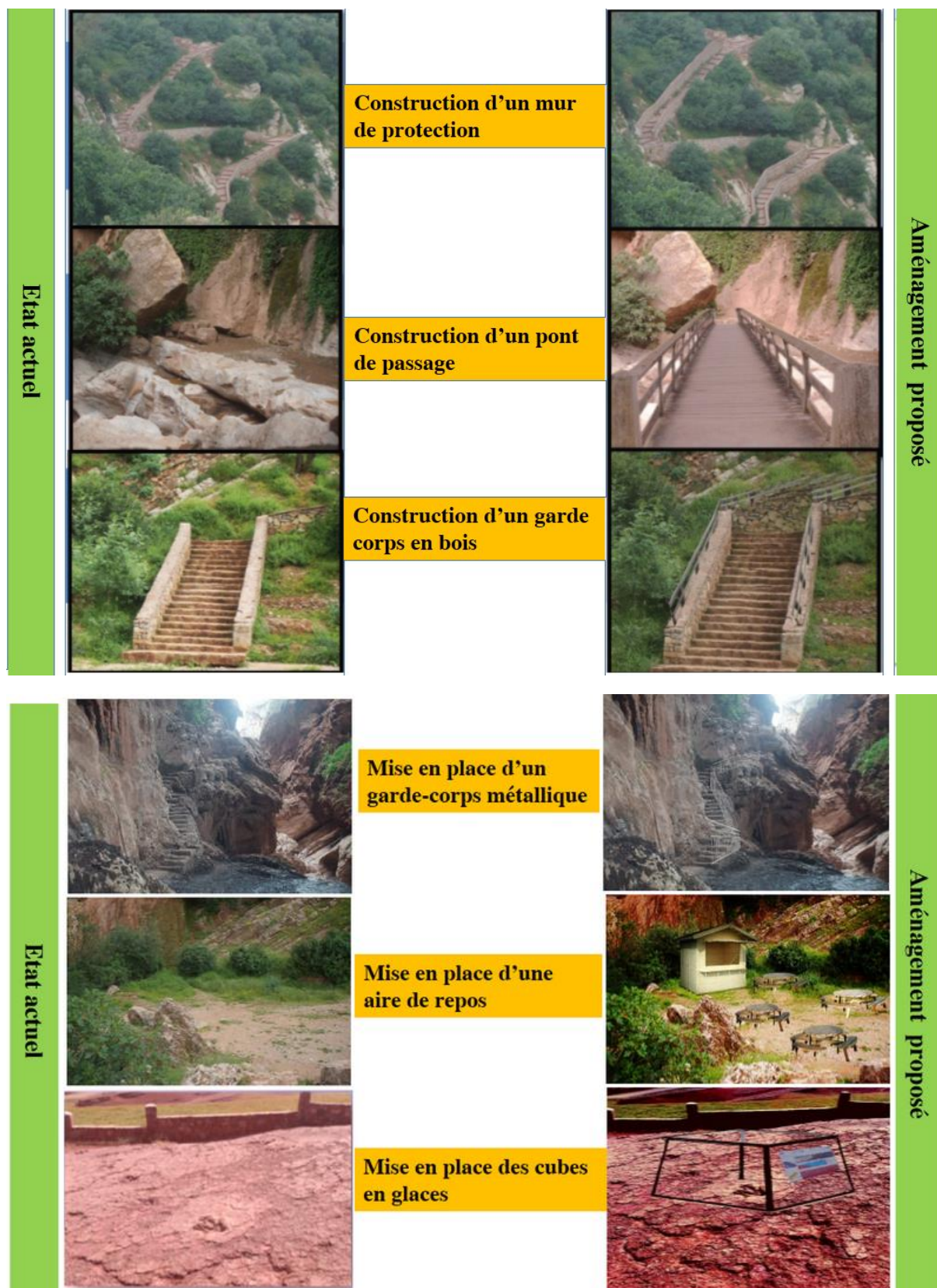
Photo n°51 : Les différentes actions de la coopérative « idraren » dans la production d'huile de noix

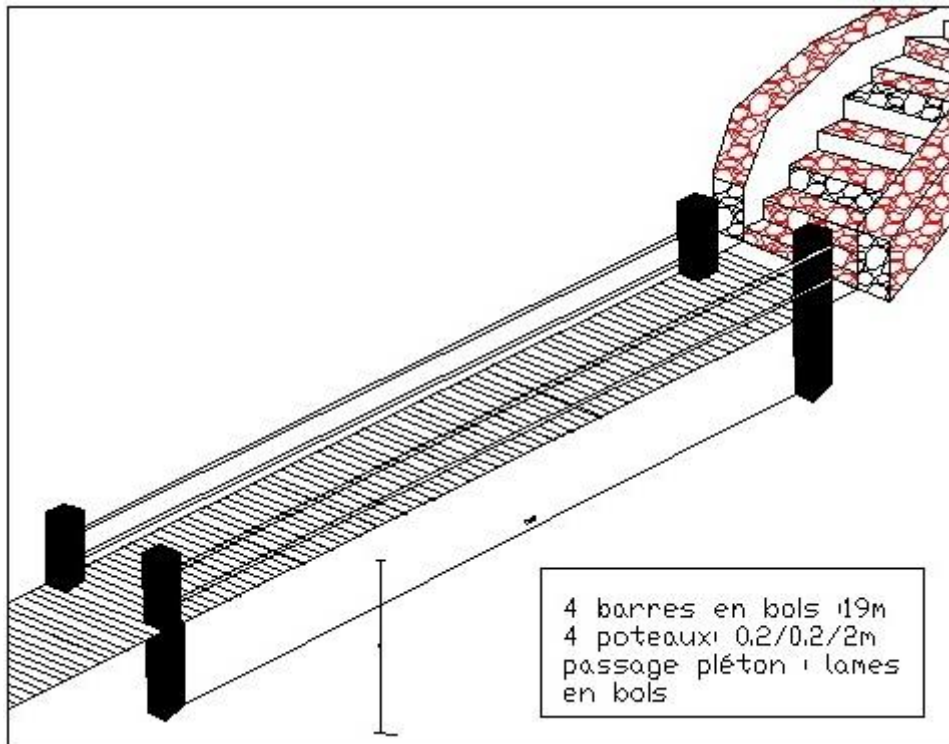
Photo n°52 : Logo de la « coopérative Tizgui pour la femme rurale »,

Photo n°53 : Modèle d'étiquette conçue pour l'huile d'amande amère

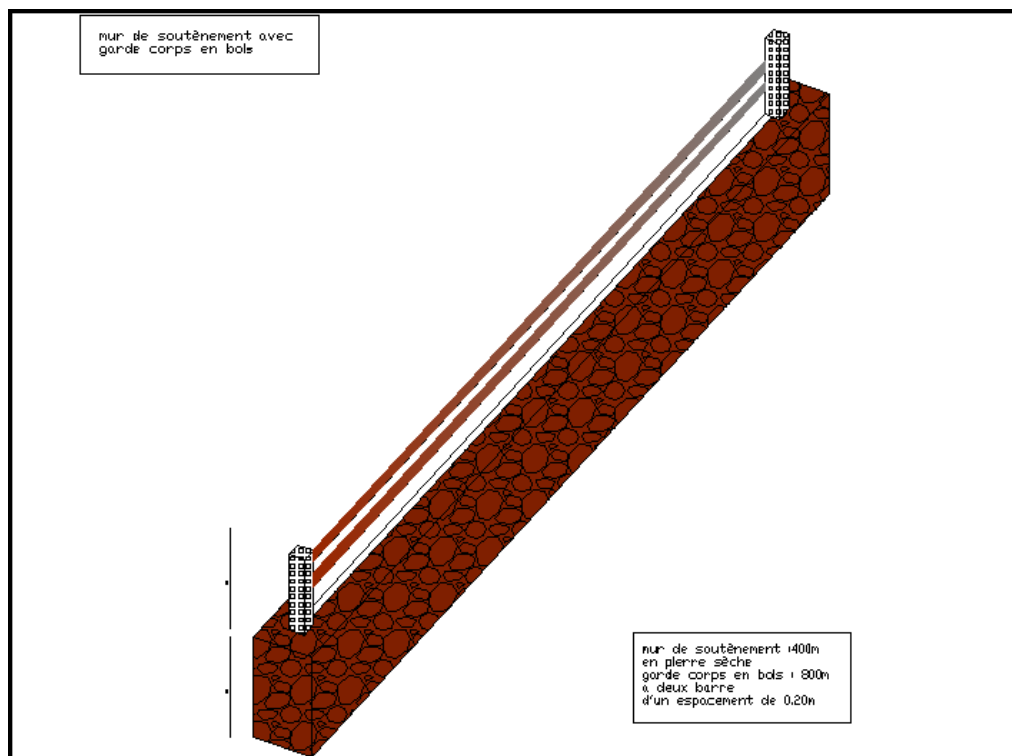
Annexe 1

Photomontage des aménagements proposés pour le site d'Iminifri et les traces de dinosaures d'Iwariden, réalisés à l'aide du logiciel Photoshop. (El bakkari et al, 2018)





Un croquis prototype du pont en bois proposé pour le site d’Iminifri, réalisé par logiciel AutoCAD



Mur de soutènement avec garde-corps en bois, réalisé par logiciel AutoCAD

le devis estimatif des aménagements proposés pour le site d'Iminifri et les traces de dinosaures d'Iwariden

| N° | Désignation des ouvrages | Unité | Qté. | P.U HT | Prix Total |
|--------------------------------|---|---------|--------|-----------------|------------------|
| Pont naturel d'Iminifri | | | | | |
| | <u>construction d'un mur de soutènement</u> | - | - | - | - |
| | Terrassement et décapage du terrain | M3 | 33,60 | 35,00 | 1176,00 |
| 1 | Béton de propreté sous maçonnerie de moellon | M3 | 25,20 | 700,00 | 17640,00 |
| 2 | Maçonnerie de moellon en élévation pour mur de soutènement | M3 | 134,40 | 400,00 | 53760,00 |
| 3 | Construction de poteaux en béton armé dosé à 350 kg de ciment de 0,50m x 0,20*0,20m y/c armature enduit et peinture | M3 | 2,40 | 2200,00 | 5280,00 |
| 4 | Fourniture et pose de garde-corps à deux barres en bois de 0,10 x 0,10 m y/c peinture | ML | 680,00 | 50,00 | 34000,00 |
| 5 | Fourniture et pose de garde-corps sur escalier de grotte, en acier galvanise de 1,00m a barreaux de 30mm esp de 0,20m y/c peinture | ML | 60,00 | 400,00 | 24000,00 |
| | <u>Pont traditionnel</u> | - | - | - | - |
| 7 | Fouille en tranchée en terrain de toute nature. | M3 | 0,72 | 35,00 | 25,20 |
| 9 | Béton armé dosé à 350 kg pour semelle y/c armature | M3 | 0,6 | 2200,00 | 1320,00 |
| 10 | Construction de poteaux en béton armé dosé à 350 kg de ciment de 0,50m x 0,20*0,20m y/c armature, enduit et peinture | M3 | 0,32 | 2200,00 | 704,00 |
| 11 | Construction de pont avec deux poutre en bois y/c lames de 0,10m, quatre cordes de traction | ML | 20 | 1500,00 | 30000,00 |
| | <u>Équipement espace de repos</u> | - | - | - | - |
| 13 | Fourniture et pose des tables communes rondes en bois à quatre personnes | u | 4 | 4000,00 | 16000,00 |
| 14 | Fourniture et pose de kiosque en bois de 2,50m*2,50*3,00m y/c peinture et tout équipement | forfait | 1 | 20000,00 | 20000,00 |
| Traces de dinosaures | | | | | |
| - | <u>pose de cube en glace pour protection des traces de Dinosaur</u> | - | - | - | - |
| 17 | Fourniture et pose de cube en glace pour protection des traces de Dinosaur de 0,50X0,50X0,50 portant la fiches signalétique de chaque type de trace | u | 10 | 1000,00 | 10000,00 |
| TOTAL HORS TVA | | | | | 213905,20 |
| TAUX TVA 20 % | | | | | 42781,04 |
| TOTAL TTC | | | | | 256686,24 |

Annexe 2

Les cartes du changement de l'activité biologique du couvert végétale à Oueltana amont de 1984 à 2016

L'indice de végétation par différence normalisé, appelé aussi NDVI, est calculé à partir du canal visible rouge(R) et du canal proche infrarouge (PIR) et mets en valeur la différence entre ces deux bandes. L'indice de végétation NDVI est calculé par la formule :

$$NDVI = (PIR - R) / (PIR + R)$$

Le NDVI est utilisé dans cette étude, pour suivre l'état de la végétation dans notre territoire pour les deux saisons l'hiver et l'été.

Tableau: Dates d'acquisition des images satellitaires Landsat utilisées dans cette étude

| Saison | Date des images | Saison | Date des images |
|--------|-----------------|--------|-----------------|
| Hiver | 2/ 03/ 1998 | Eté | 18/08/1984 |
| | 18/ 02/2011 | | 16/07/1995 |
| | 26/02/ 2006 | | 3/07/2013 |
| | 31/1/ 2016 | | 24/07/2015 |

Les valeurs du NDVI sont comprises entre -1 et +1, les valeurs négatives correspondent aux surfaces autres que le couvert végétal, l'eau ou les nuages pour lesquelles la réflectance dans la bande rouge est supérieure à celle du proche infrarouge. Pour les sols nus, les réflectances étant à peu près du même ordre de grandeur dans le rouge et le proche infrarouge, le NDVI présente des valeurs proches de 0. La couverture végétale a des valeurs de NDVI positives, généralement comprises entre 0,13 et 1.0. Les valeurs les plus élevées correspondent aux couverts les plus denses. Pour la présente étude, les valeurs du NDVI ont été groupées en 6 classes.

Tableau : Classes et valeurs du NDVI utilisées

| Classe | valeurs |
|-------------|--|
| Négative | valeurs négatives ou inférieures à 0,1 |
| Très Faible | valeurs comprises entre 0,1 et 0,2 |
| Faible | valeurs comprises entre 0,2 et 0,3 |
| Moyenne | valeurs comprises entre 0,3 et 0,4 |
| Elevée | valeurs comprises entre 0,4 et 0,5 |
| Très Elevée | valeurs > = 0.5 |

Figure : Répartition du NDVI pour les années 1984,2003, 1995 et 2015 pendant la saison du printemps

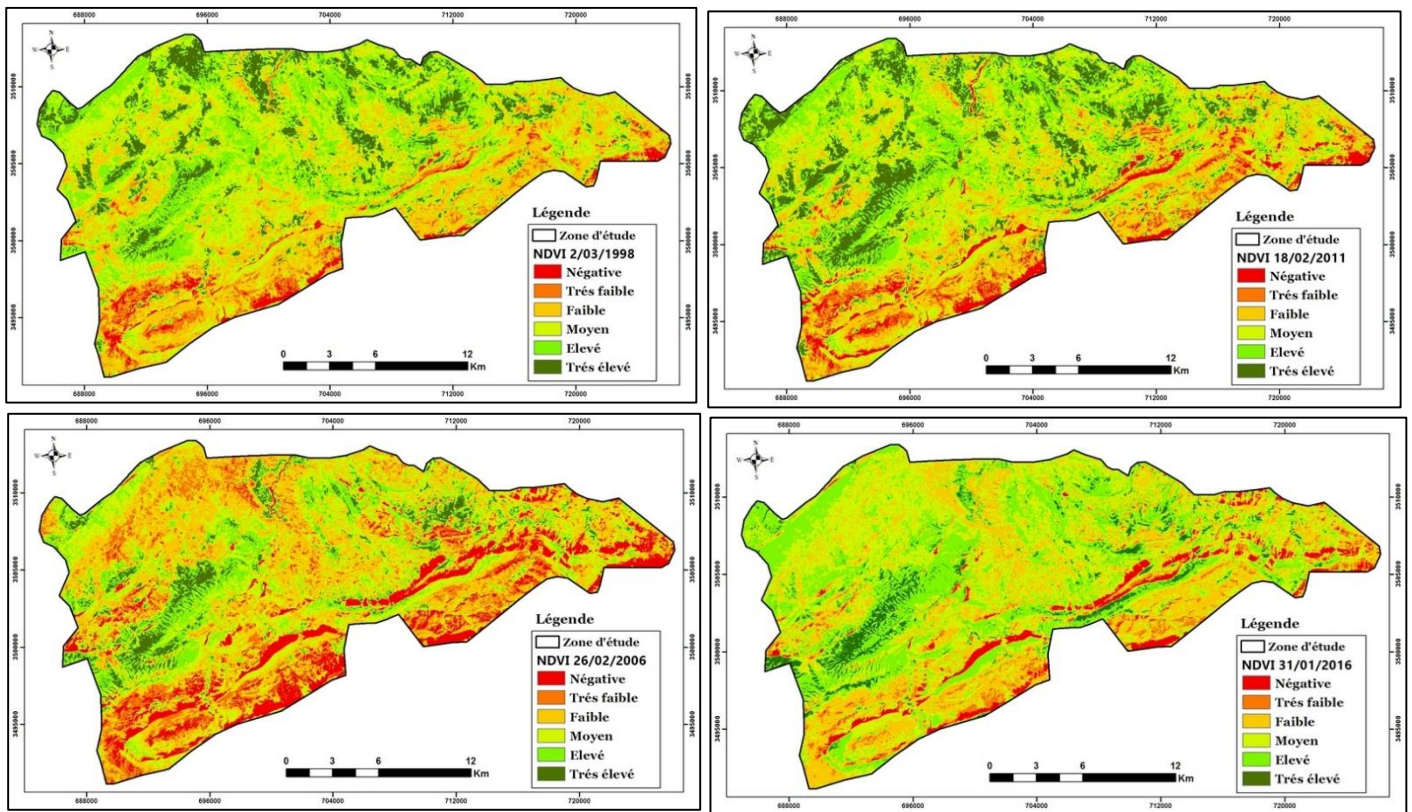
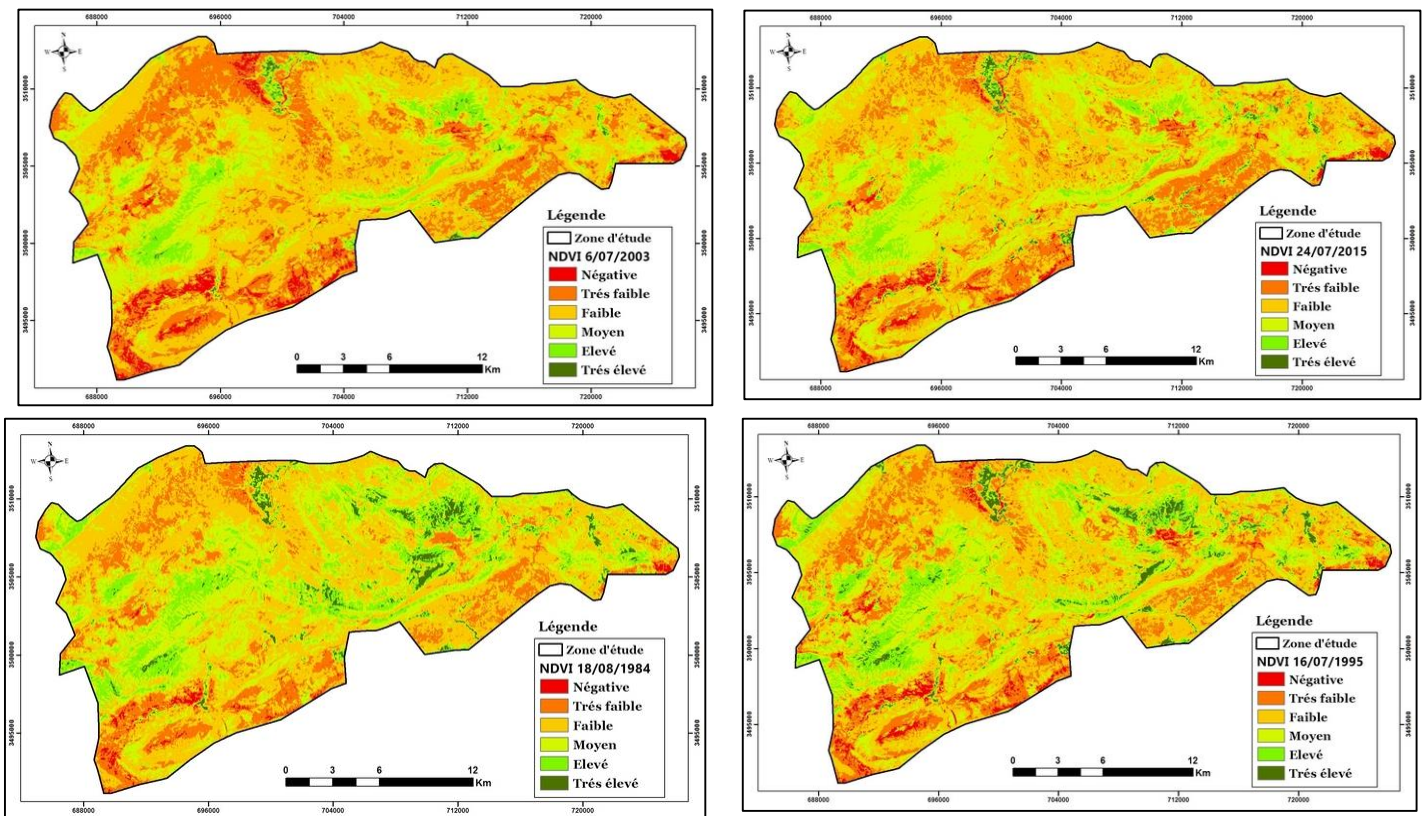


Figure : Répartition du NDVI pour les années 1998, 2011,2006 et 2016 pendant la saison d'été



Annexe 3

Grille d'entretien auprès des chefs de ménage (laboratoire LAGEA)

استمارة

اسم الجماعة..... اسم الدوار.....

معلومات شخصية

| | |
|--|---|
| سن رب الأسرة: | جنس رب الأسرة: ذكر <input type="checkbox"/> انثى <input type="checkbox"/> |
| الوضعية العائلية: متزوج <input type="checkbox"/> مطلق <input type="checkbox"/> أعزب <input type="checkbox"/> | |
| نوع الأسرة: أسرة متعددة النوى <input type="checkbox"/> أسرة وحيدة النوى <input type="checkbox"/> | |
| عدد الأبناء: | عدد الأشخاص المتكفل بهم عدد الأشخاص المتكفل بهم فوق سن 16: |
| علاقة المجيب برب الأسرة: | |

موارد العيش والدخل

| | |
|--|---|
| النشاط او العمل الرئيس: فلاح <input type="checkbox"/> مداوم <input type="checkbox"/> متقاعد <input type="checkbox"/> | |
| تجارة هي: | المكان <input type="checkbox"/> فار <input type="checkbox"/> متنقل <input type="checkbox"/> |
| وظيفة عمومية: هي: <input type="checkbox"/> | |
| اخر <input type="checkbox"/> | |
| هل تملك أراضي فلاحية؟ نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> | |
| في حالة نعم: | |
| المساحة الاجمالية بالهكتار | عدد الهكتارات المسقية |
| هل تكتري ارضا من غيرك: نعم <input type="checkbox"/> قيمة الكراء: | درهم/هكتار/السنة |
| هل تكتري ارضا لغيرك: نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> قيمة الكراء: | درهم/هكتار/السنة |
| شكل الاستغلال: مباشر <input type="checkbox"/> غير مباشر <input type="checkbox"/> نوع غير مباشر: | |
| التقنيات المستعملة في الاستغلال الفلاحي: تقليدية <input type="checkbox"/> عصرية <input type="checkbox"/> | |
| هل تملك جرارا؟ نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> | |
| هل لديك حصادة؟ نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> | |

نوع الزراعات والمردود خلال سنة عادية

-الحبوب و القطنى

| قمح صلب | | قمح طري | | شعير | | العلف | | كبار | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| المساحة | المردود | المساحة | المردود | المساحة | المردود | المساحة | المردود | المساحة | المردود |
| | | | | | | | | | |

عدد الأشجار

| النوع | الزيتون | الجوز | العنب | اللوز | الكروم | أشجار أخرى |
|-------|---------|-------|-------|-------|--------|------------|
| | | | | | | |

- عدد المحاصيل في السنة : محصول واحد في السنة محصولان أكثر من محصولين

- المواشى و الدواجن

| النوع | الابقر | الاعنام | الماعز | اسطبل دجاج | خيول |
|-------|--------|---------|--------|------------|------|
| العدد | | | | | |

اليد العاملة الفلاحية : عائلية فقط عائلية واجيرة اجيرة فقط أخرى

عدد أيام العمل في السنة :

في تهيئة الأرض:.....في الحرث : في التسميد وإزالة الأعشاب : في جمع المحصول الزراعي:.....

في جني ثمار الأشجار:.....في تشذيب الأشجار:.....في معالجة الشجار :.....في عصر الزيتون:

ما هي مشاكل الاستغلال الفلاحي التي تعاني منها؟

هل تقوم بمزاولة نشاط آخر الى جانب الى جانب النشاط الفلاحي: نعم لا

في حالة نعم ما هو؟

وهل يدر عليك دخلا أكثر من الدخل الفلاحي؟ نعم لا

هل لديك مداخيل أخريقارة؟ نعم لا

في حالة نعم ماهو مصدر هذه المداخيل؟

تحويلات فرد مهاجر من العائلة: لا نعم و منتظمة نعم وغير منتظمة

اعانات من الأقارب اعانات من اهل الدوار اعانات حكومية

القروض

هل سبق لك ان لجأت الى الاقتراض: نعم لا

في حالة نعم ماهي المؤسسة التي منحتكم القرض؟.....

نوع القرض : قرض فلاحى قروض صغيرة أخرى

ماهو الغرض الذي تم الاقتراض من اجله؟.....تاريخ الاقتراض.....

ما هو القدر المطلوب تسديده شهريا او سنويا؟.....

هل تعترضك او اعترضتك صعوبات لتسديد المستحقات الشهرية او السنوية؟ نعم لا

هل تنوون اللجوء الى الاقتراض في المستقبل؟ نعم لا

في حالة نعم لماذا؟.....

في حالة لا لماذا؟.....

المبادرة الوطنية للتنمية البشرية

هل استفدت من (المبادرة الوطنية للتنمية البشرية) ؟ نعم لا

في حالة نعم :

كيف كانت الاستفادة ؟ فردية في اطار جمعية شكل اخر

طبيعة الاستفادة (المشروع) :

هل حقق المشروع بعض الأهداف ؟ نعم لا

لا لماذا؟.....

تمدرس الأطفال

هل لديك أطفال متدرسين ؟ نعم لا

في حالة نعم اعط بعض المعلومات عن كل واحد وفق الجدول التالي :

| الأطفال | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الجنس | | | | | | | | |
| السن | | | | | | | | |
| المستوى | | | | | | | | |
| السن عند الالتحاق بالمدرسة | | | | | | | | |
| المسافة التي يقطعها الى المدرسة | | | | | | | | |
| داخلي غير ممنوح | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|-----------------------------|
| | | | | | | | | ممنوح |
| | | | | | | | | يقيم عند قريب |
| | | | | | | | | المصروف الشهري الذي يستلزمه |
| | | | | | | | | مصاريف الدخول المدرسي |

عدد الأطفال غير المتدرسين دون سن 16

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|
| 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | الأطفال |
| | | | | | | | | الجنس |
| | | | | | | | | السن |
| | | | | | | | | أسباب عدم التمدرس |
| | | | | | | | | العمل الحالي لغير المتدرسين |

السكن والتجهيزات المنزلية

هل السكن الذي تسكنه هو ملكيتك؟ نعم لا

المواد المستعملة في البناء : اسمنت الحديد التراب الزليج الحجر

ما هو مصدر الطاقة التي تستعملها للا نارة ؟ الفحم الكهرباء الشمع

في حالة استعمال الكهرباء ما هو القدر الشهري للفاتورة؟

هل تجد صعوبة في أداء فاتورة الكهرباء؟ نعم لا

ما هو مصدر الطاقة الذي تستعمله للطهي ؟ الغاز الحطب الفحم الكهرباء اخر

هل السكن مرتبط بشبكة توزيع الماء الصالح للشرب ؟ نعم لا

في حالة نعم ما هو القدر الشهري الذي تؤديه في فاتورة الماء؟

في حالة لا من اين تنزود بالماء ؟

الساقية خاص بئر جماعي عين نافورة جماعية خر

ماهي المدة التي يتطلبها التزود بالماء؟ بالساعة.

هل المنزل مجهز بمرحاض ؟ نعم لا

هل تتوفر على ما يكفي من الاغطية ؟ نعم لا

ما هي التجهيزات العصرية التي تتوفر عليها ؟

جهاز تلفاز جهاز بارابول فرن غازي فرن كهربائي ثلاجة آلة غسل اخر

الاستهلاك

من اين تتزود بالمواد الغذائية التي تستهلكها؟

ن الدوار من بان المركز القروي م دينة المجاورة باعة المتجولين سوق الأسبوعي مندك
ما هو متوسط المقدار الشهري الذي تنفقه في شراء المواد الغذائية؟

بين متوسط مقننيات الأسبوعية من المواد المبينة في الجدول اسفله :

| المادة | الكمية | المصاريف |
|----------------|--------|----------|
| اللحوم الحمراء | | |
| الدجاج | | |
| العدس | | |
| العدس | | |
| السماك | | |
| السكر | | |
| الشاي / القهوة | | |
| التفاح | | |
| الموز | | |

بين وتيرة اقتنائك للمواد المثبتة في اللائحة اسفله ؟

| | الدقيق | الزيت | البطاطس | العسل | البيض | الزبدة |
|--------------|--------|-------|---------|-------|-------|--------|
| باستمرار | | | | | | |
| من حين لآخر | | | | | | |
| في المناسبات | | | | | | |
| ابدا | | | | | | |

الخدمات

Annexe4

Entretien semi directif auprès des acteurs

Axe 1 : Le Rôle de la commune dans le développement territorial :

- Que pensez-vous de l'état actuel de votre commune en matière de développement ?
- Comparé aux autres années, qu'est ce qui a changé ?
- Comment pensez-vous contribuer au développement de la commune?
- Quels rôles joue la commune dans le développement local ?
- Quels devraient être réellement ce rôle ?
- Comment les associations de votre commune s'impliquent-elles dans le développement communal ?
- Qui sont les partenaires de la commune impliqués dans le développement communal ?
- Comment évaluez-vous ce partenariat ?
- Comment jugez-vous les relations entre les élus locaux et les autres acteurs de développement ?
- Quels sont les contraintes qui entravent le développement local de votre commune ?

Axe II : Evaluation des projets réalisés ou en cours de réalisation :

- Quelles sont les actions réalisées par la commune, et qui sont les partenaires ?
- Quels sont les participants avec la commune au développement, quelles sont les limites de cette participation, et à quel niveau ?
- Comment le personnel participe au développement de la commune, et à quels niveaux ?
- Comment l'association participe-t-elle au développement de la commune ?
- Que pensez-vous de la participation des élus locaux dans la gestion des affaires communales ? Comment jugez-vous l'action de la commune ?
- Quels sont les contraintes auxquelles sont confrontées les communes ?
- Quelle image avez-vous auprès de la population et que pensez-vous de sa participation ?
- Comment comptez vous élaborer le partenariat avec les autres institutions (la commune surtout), et avec la population locale (bénéficiaires) d'autre part ?
- Par quels moyens et outils procéderiez vous pour créer le contact et travailler avec les concernés ? (concertation, information)
- Quels sont les projets de développement communal achevés dans votre commune ?
- Quel est votre regard critique et externe sur la commune : activité, fonctionnement, exécutif communal, etc. ?
- Quelles sont vos attentes par rapport à la commune ?

- Les projets mis en place répondent-ils à des problèmes concrets ressentis en commun par les partenaires ?
- Les ressources étaient-elles suffisantes pour atteindre les objectifs prévus ?
- Les activités réalisées étaient-elles bien spécifiées ?
- Les projets possédaient-ils un dispositif de suivi et d'évaluation ?
- Les résultats attendus ont été atteints ou non ?
- Le rapport entre les coûts et les résultats paraît-il équilibré ?
- Les projets ont-ils créés des mécanismes de communication interne entre les partenaires et à l'extérieur de façon à favoriser la diffusion des résultats (entre la commune et la population) ?
- Les objectifs des projets ont-ils été pertinents, dans la perspective de (la lutte contre la précarité et lutte contre l'exclusion sociale) au vu des moyens mis à la disposition de la commune ?
- Les résultats obtenus répondent ils aux exigences d'efficacité au vu des objectifs et priorités retenus par les projets de développement ?
- Les activités mises en œuvre ont-elles permis de mettre en valeur la capacité des collectivités de répondre aux besoins de développement social et local et aux aspirations des populations qui sont ou peuvent être vulnérables ?
- Les aspects politiques sont ils un catalyseur (ou freins) à la mise en œuvre des projets ?
- Les projets de développement ont bien répondu aux besoins attendus de la population ?
- Comment la population a réagit face aux projets de développement ?est-t-il satisfaite ?
- Quel système de suivi à mettre en place pour le pilotage de la phase de réalisation des projets de développement ?
- Quel modèle de post-évaluation préconiser pour appréhender l'évaluation des résultats et de l'impact de ces projets ?

Axe III- Projets de territoire ?

- D'après un premier diagnostic, que proposez-vous comme projets de développement répondant aux besoins de développement local dans votre commune ?
- Avez-vous mis dans les plans d'action d'avenir les besoins prioritaires de la population ?
- Quels sont les principaux chantiers que vous avez prévus prioritaires dans les prochaines phases ?
- Pensez vous que ces derniers (principaux chantiers) vont-ils atteindre les objectifs soulignés ?
- Quelle est la place du citoyen dans ces projets ?
- Permettez-vous au citoyen d'être au sein du processus d'évaluation et de suivi ?

Annexe 5

Guide d'entretien pour agriculteur/producteur de la vigne, de noyer, d'amande et du thym

1. identification

Nom, prénom, âge, niveau d'instruction, profession, activités en parallèle, appartenance à une organisation, si oui laquelle.

2. Production et transformation

- SAU totale ? Cultures ? Occupations ?
- Quelle est la superficie occupée par la vigne, le noyer, les amandier/thym (avec rendement) ? Nombre de pieds ?
- Quels sont les produits agricoles qui dérivent de la transformation des amandes/thym en précisant la quantité produite ainsi que la part du rendement.
- Décrivez le procédé de transformation
- Quelles sont les problèmes que vous rencontrez durant la phase de production ? (par produit)
- Quelles sont les problèmes que vous rencontrez durant la phase de transformation ? (par produit)
- Avez-vous l'occasion de partager des informations avec d'autres producteurs ? si oui, quel type d'information, et dans quel but ?
- Est ce que vous jugez que vous avez besoin de formations concernant la production ou la transformation ? Si oui laquelle ?

3. Distribution et commercialisation

- Est ce que vous vendez votre production de amande/noix/miel/ thym ? Sous quelle forme ? en précisant la quantité vendue de chaque forme de produit.
- Quelle son les différentes manières dont vos commercialisez vos produits (vente directe sur la ferme/au souk, vente indirecte aux intermédiaires... ?
- Pouvez-vous nous indiquer les principales destinations (clients) de vos produits ? ainsi que les quantités vendues ? (par produit et par mode de commercialisation)
- Pouvez vous nous citer les différents types de clients/ acheteurs de vos produits (entreprise, intermédiaire, consommateur) ? En cas de vente pour des intermédiaires/ entreprise pouvez- vous nous donner leur coordonnées ?
- Comment prenez vous connaissance des nouvelles exigences et préférences de marché ou d'autres marchés) ?
- Comment pourriez-vous caractériser vos relations/rapports avec vos principaux clients ?
- Quelles mesures prenez vous afin d'assurer que vous produits sont conformes aux normes et spécifications de vos clients, bonne livraison, qualité ?
- Comment faites-vous pour fidéliser vos clients ?
- Avez-vous des clients ou des marchés alternatifs pour vos produits ?

- Quelles sont les problèmes que vous rencontrez durant la phase de commercialisation ? (par produit)
- Quels sont selon vous les meilleures façons d'écouler votre production ? (par produit)
- Est-ce que vous réalisez une action de promotion pour vos produits ? Si oui laquelle ?

4. Questions Financières

- Quels sont les prix de revient et les prix de vente de chaque produit ? Prix de vente par rapport au marché ?
- Est-ce que vous jugez que les bénéfices tirés sont suffisants ?
- Comment calculez-vous vos prix de vente ?

5. Question relative à la coopérative

Qu'est ce que vous savez à propos de la coopérative) ? (dégager l'impression et le degré de confiance concernant cette initiative ?

- si vous en êtes membre, quelles sont les quantités de produit brute que vous pouvez transformés et/ ou conditionnés au niveau de la coopérative ?
- Es-ce que vous avez une idée sur le fonctionnement des machines au niveau de la coopérative ?
- Quelles sont les types de formation que vous jugez nécessaires avant le lancement de la coopérative ?

Annexe 6

Guide d'entretien pour grossistes /détaillants / importateurs de la vigne, le noyer, l'amande et du thym

Introduction, identification de l'interviewé...

Quelles sont vos principales activités ?

1- Question relatives aux fournisseurs/producteurs

- Quelles sont les produits que vous achetez ? Quantités et lieux ?
- Quelles sont les différentes manières dont vous vous approvisionner en matièresproduits de base ?pourriez-vous nous indiquer vos principaux fournisseurs (directement de producteurs, d'association (groupement), d'intermédiaire
- Vous travaillez avec combien des producteurs ?
- Comment communiquez-vous l'information à vos fournisseurs en ce qui concerne vos exigences en termes de qualité, taille, utilisation de produits chimiques, date de livraison, etc. ?
- Quels sont les difficultés que vos fournisseurs rencontrent pour satisfaire vos exigences ? Est-ce que vous les aidez ? Si oui, comment ?
- Quels changements voyez vous du coté de vos fournisseurs pour qu'ils puissent être plus performant ? Leurs avez-vous communiqué ces désires ? Comment ont-ils réagis ?
- Comment faites-vous pour assurer que vos fournisseurs suivent vos exigences en qualité ?
- Que faites vous pour les encourager ? Quels types de pression êtes-vous capable d'exercer ?

2- Questions relatives aux clients/acheteurs des produits

- Pouvez-vous nous indiquer les principales destinations (clients) de vos produits ? ainsi que les quantités vendues ? (par produit et par mode de commercialisation)
- Comment prenez vous connaissance des nouvelles exigences et préférences de ce marché (ou d'autre marchés) ?
- Avez-vous remarqué des changements dans la préférence du marché et/ou de vos clients au cours des deux dernières années ?
- Comment pourriez-vous caractériser vos relations/rapports avec vos principaux clients ?
- Quelles mesures prenez vous afin d'assurer que vous produits sont conformes aux normes et spécifications de vos clients. Bonne livraison, qualité ?
- Avez vous l'occasion de partagez des informations avec d'autres revendeurs ? si oui, quel type d'information. et dans quel but ?
- Quels sont selon vous les meilleures façons d'écouler votre production ? (par produit)
- Est-ce que vous réalisez une action de promotion pour vos produits ? Si oui laquelle ?
- Est-ce que vous exercez une activité de transformation ? Si oui laquelle ? Quantité et prix de vente ?

3- Questions Financières

- Quel est votre prix d'achat et prix de vente moyens pour la matière première cette saison (sans et/ou après transformation) ? La saison précédente ? Par région ?
- Quel est la variation moyenne des prix pendant la saison ?
- Quel pourcentage de réduction de prix pour les achats en volume ?
- Faites-vous un contrat avec les fournisseurs ?
- Comment calculez-vous vos prix de vente ?
- Avez-vous des clients ou des marchés alternatifs pour vos produits ?

Annexe 7

Guide d'entretien (phase exploratrice)

1- La production :

- Quels sont les produits agricoles de la zone ?
- Quels sont les caractéristiques de ces produits ?
- Qu'elles sont les produits agricoles qui génèrent le plus de revenus pour vous ?
- Quels sont les produits les plus prisés chez les consommateurs parmi vos produits ?
- Est-ce que votre produit est un produit spécifique ? Pourquoi ? (décrivez-le) et que pensez vous de la qualité de vos produits ?

2- La transformation :

- Est-ce que vos produits agricoles sont transformés ? En quoi ?
- Décrivez avec rigueur le procédé :

3- La commercialisation :

- Comment vous écoutez vos productions .Les circuits de commercialisation, circuits de distributions ?
- Quelles sont les difficultés face à l'écoulement de vos productions ?
- Quels sont selon vous les meilleures façons d'écouler vos productions ? (idées)
- Avez-vous pensez à la labellisation de vos produits ?
- quelles sont les impressions des consommateurs autour du produit ?
- Comment vous voyez l'apport que peut apporter le tourisme aux productions de la zone d'étude ?
- Pouvez-vous décrire les catégories de touristes visitant la région ?
- Quelles sont à votre avis les améliorations à apporter pour faire bénéficier les produits locaux pour bénéficier du potentiel touristique de la région ?

Annexe 8

Matrice des prix minimum et maximum des produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » acceptés par le consommateur

| <i>Produits</i> Interviewé | Noyer | | Huile de noyer | | Amandes | | Poudre d'amande | | Huile d'amande | | Thym séché | |
|---|----------|----------|----------------|----------|----------|----------|-----------------|----------|----------------|----------|------------|----------|
| | Prix max | Prix min | Prix max | Prix min | Prix max | Prix min | Prix max | Prix min | Prix max | Prix min | Prix max | Prix min |
| 1 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | |
| ... | | | | | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | | | | | |

Annexe 9

Tableau 18 : le tissu associatif de la commune sidi boukhalf

| Nom | Activités | Date de création | Nb d'adhérents | Interventions |
|---|--|------------------|--|--|
| 1-Association Sidi Boukhalf pour l'eau potable (Douar Tabahannate) | La gestion de l'eau potable | 2003 | 62 (les bénéficiaires de l'eau potable) | Le projet de l'eau potable est réalisé dans le cadre de DRI-PMH (Développement Rural Intégré, accès sur Petite et Moyenne Hydraulique), financé par : -Province d'Azilal:489991,00 dhs -La commune : 86469,00 dhs -l'association : main d'oeuvre |
| 2-Association Tizi pour le développement local (Douar Tizi) | non active | 2008 | 200 (prix d'adhésion est de 10 Dhs/ménage) | non active |
| 3-Association Ikhachane pour le développement Douar ikhachane | la gestion de l'eau potable | 2004 | 60 (prix d'adhésion est de 15dhs par ménage) | -INDH : 587091,00 Dhs - l'association : main d'œuvre |
| | AGR (activités génératrices de revenu) | | 60 bénéficiaires | -INDH : 15 000,00dhs -Association : 5000 dhs |
| | | | 60 | -INDH : 300 000,00 dhs -l'association : 10000,00 dhs |
| 4-Association Al Khayr pour l'eau potable Douar Ait Sigmine | La gestion de l'eau potable | 2005 | 54 (les bénéficiaires de l'eau potable) | -Ministère de l'équipement : 238 947,00dhs - la commune : 99 347,00 dhs - l'association : 9500 dhs |
| 5-La coopérative laitière du douar Tiaalaouiyane | Collecte et commercialisation de lait | 2006 | 64 | contribution des membres |
| 6-Association Al Farah pour le développement local Douar Imzizoirne | La gestion de l'eau potable | 2004 | 65 | -le projet est financé par l'association de chasse Tassaouat, qui a fait le creusement d'un puits, la construction d'un château et d'une fontaine -extension de projet de l'eau potable financée par l'association Amane : 880 000 et l'association : 40000 dhs, qui a été réalisé dans le cadre de DRI-PMH |
| 7-Association Azouhour pour le développement local Douar Tirika | La gestion de l'eau potable | 3/8/2005 | 118 | -le projet est réalisé dans le cadre de PAGER, et financé par : - Ministère de l'équipement : 426 200,00 dhs - La commune : 78 800,00 dhs |
| 8-L'association | Aménagement | 1991 | Tous les | L'association a bénéficié d'un projet d'élevage |

| | | | | |
|---|---|------|---|--|
| bassin Tamgarte Douar Ighri | ent et l'entretien des canaux d'irrigation | | agriculteurs des douars (13 douars) existant au niveau du bassin (Imzizoinz, Igouzouln,Ti rika,Ait Chitachane, Aghri,Timdo ugha,Oukta, Ait bouaali,Ait Hamani,) | de lapins financé par INDH en 2005, mais il a échoué à cause de l'augmentation de prix de l'alimentation |
| 9-Association Iouaridan pour le développement et l'entraide Douar Taghbalaute | Le développe ment local, AGR | 1996 | 50 | L'association a bénéficié dans le cadre de Projet d'Aménagement du Bassin Versant de Sidi Driss, avec un partenariat entre l'union européenne, le Haut-commissariat des eaux et forêts et la lutte contre la désertification et ministère de l'agriculture, et de pêche maritime) d'un projet d'apiculture, et de reboisement de 12 000 arbres au niveau de machyakhate Iouaridane. |
| 10-Association aghri pour le développement Douar Aghri | brancheme nt individuel du douar Aghri en eau potable | 2008 | | La province d'Azilal a déjà financé le projet de creusement d'un puit |
| 11-Association Al khair taghbaloute pour l'eau potable Douar Taghbaloute | La gestion de l'eau potable | 1995 | 90 | Le projet est réalisé dans le cadre de PAGER et financée par : -Délégation de l'équipement : 192 800,00 dhs -la commune : 194055,42 dhs -l'association |
| 12-Association d'irrigation bassin Tautlitine | l'aménage ment des canaux d'irrigation et la gestion de l'eau d'irrigation | 2004 | | Aménagement de 7 canaux d'irrigation provenant de oued Ait Mdioual |
| 13-Association Ait Baâdi pour le développement local (Douar ait baadi) | le brancheme nt individuel du douar Ait Baâdi en eau potable | 2008 | Non active | |
| 14-Association Tafraouate pour le | Le développe ment social | 2007 | 36 | Creusement d'un puit |

| | | | | |
|--|--|--------|--|---|
| développement local Douar Tafraouate | | | | |
| 15-Association Ikisse pour le développement Douar ikisse | l'alimentation du douar Ikiss en eau potable | 6/2008 | 0 | Non active |
| 16-Association Tagnite Imi n'Ouaka Tagnite | La gestion de l'eau potable | 2005 | 50 | -INDH : 280 000,00 dhs -la commune : 127 567,10 dhs |
| 17-Association du bassin Imi n'Ouaka Douar imi n'ouaka | Aménagement et l'entretien des canaux d'irrigation | 2003 | 150(agriculteurs) | Le projet et financé par le ministère de l'agriculture |
| 18-Association Al Fatah pour l'eau potable Douar Tighduine | La gestion de l'eau potable | 2001 | 32(les bénéficiaires de l'eau potable) | -délégation d'équipement 80% - la commune : 15% -l'association :5% |
| 19-Association Abghbare pour le développement local Douar Hdafa | Le développement social | 2006 | 124(prix d'adhésion est de 20 Dhs par foyer) | -ministère d'équipement |
| 20-Association Ait Ismail pour le développement local Douar Isfarsside | Non active | 2008 | 0 | |
| 21-Association Sour pour le développement de la femme rurale Douar Tirika | AGR | 2007 | 38 femmes | Le projet a été réalisé dans le cadre de DRI-PMH (des projets de Développement Rural centré sur la Petite et la Moyenne Hydraulique) dans le cadre d'une coopération Marocaine (Ministre de l'agriculture, du développement rural, et la pêche maritimes) et l'Union Européene. |
| 22-Association d'équestre d'Ikisse | La protection du patrimoine d'équestre au douar | 2006 | 12 cavaliers | La participation au festival régional et national d'équestre |
| 23-Association des parents d'élève de l'école central Ikisse | La participation à la gestion des affaires de | 1996 | | Non active |

| | | | | |
|--|---|------|--|------------|
| | l'école | | | |
| 24-Association des parents d'élève de l'école central Iouaridane | La participation à la gestion des affaires de l'école | 2002 | | Non Active |
| 25-Association des parents d'élèves de l'école centrale Azlage | La participation à la gestion des affaires de l'école | 2004 | | Non active |

Sommaire

| | |
|--|----|
| Remerciement | 1 |
| Résumé | 2 |
| Abstract | 3 |
| Introduction générale | 4 |
| Partie I: | 11 |
| Problématique, approche, concepts, et contexte de l'étude | 11 |
| Introduction | 12 |
| CHAPITRE PREMIER | 13 |
| PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS, METHODE ET APPROCHE | 13 |
| Introduction | 14 |
| 1.1 Problématique et hypothèses. | 15 |
| 1.2 Objectifs de la recherche. | 21 |
| 1.2.1 Objectif général. | 21 |
| 1.2.2 Objectifs spécifiques. | 22 |
| 1.3 Méthodologie. | 22 |
| 1.3.1 La documentation bibliographique. | 23 |
| 1.3.2 Un travail de Terrain. | 23 |
| 1.3.3 L'enquête. | 24 |
| 1.3.4 Les entretiens. | 24 |
| 1.3.4.1 Entretien semi directif auprès des acteurs. | 24 |
| 1.3.4.2 Entretien auprès de la population et intermédiaires | 25 |
| 1.3.5 Focus groups. | 26 |
| 1.3.6 Outils de traitement et d'analyse des données. | 26 |
| 1.3.6.1 Analyse statistique quantitative | 27 |
| 1.3.6.2 Analyse qualitative : la photographie | 27 |
| 1.3.6.3 Analyse cartographique | 28 |
| 1.3.6.4 L'analyse de contenu | 29 |
| 1.4 Approches. | 30 |
| 1.4.1 L'approche territoriale. | 30 |
| 1.4.2 Approche systémique. | 30 |
| CHAPITRE DEUXIEME | 32 |
| AUTOUR DES CONCEPTS | 32 |
| Introduction : | 33 |
| 2.1 Le concept de développement | 33 |
| 2.1.1 Essais de définition. | 34 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 2.1.2 | Le territoire..... | 35 |
| 2.1.3 | Territoire et développement..... | 36 |
| 2.2.2 | Construire une dynamique territoriale..... | 39 |
| 2.3.1 | Naissance du concept de développement territorial durable..... | 40 |
| 2.4.2 | Transposition conceptuelle du marketing au niveau territorial..... | 43 |
| 2.4.3 | Concept du marketing territorial..... | 43 |
| 2.4.4 | Historique du marketing territorial..... | 44 |
| 2.5 | Intérêt de l'approche du marketing territorial..... | 45 |
| 2.6 | Types du marketing territorial..... | 46 |
| 2.6.1 | Marketing stratégique..... | 46 |
| 2.7 | Principes et démarche du marketing territorial..... | 50 |
| | Les 8 principes à respecter pour mener un bon marketing territorial..... | 50 |
| 2.7.1 | La Démarche méthodologique du marketing territorial..... | 53 |
| 2.8 | L'approche marketing du développement local :..... | 54 |
| 2.8.1 | Offre du territoire catalyseur de son attractivité..... | 55 |
| 2.8.1.1 | Facteurs d'attractivité..... | 55 |
| 2.8.1.2 | Positionnement du territoire..... | 56 |
| 2.8.2 | Marketing territorial est un outil de la promotion des investissements..... | 57 |
| 2.8.3 | Rôle de la communication territoriale dans le développement local..... | 58 |
| 2.8.3.3 | Les moyens de la communication territoriale..... | 59 |
| 2.8.4 | Stratégie de communication territoriale..... | 60 |
| 2.8.5 | démarche de communication territoriale :..... | 60 |
| 2.8.6 | Construction de l'image du territoire :..... | 60 |
| 2.8.7 | Recherche des clients (investisseurs et consommateurs)..... | 61 |
| 2.9.1 | Importance de la commercialisation..... | 62 |
| 2.9.1.1 | La commercialisation et ses fonctions..... | 62 |
| 2.9.1.2. | Rôle de la commercialisation..... | 62 |
| 2.9.1.3. | La valeur support du produit de terroir..... | 63 |
| 2.9.2 | Marketing des produits de terroir..... | 63 |
| | Conclusion :..... | 65 |
| | CHAPITRE TROISIEME..... | 66 |
| | LES MONTAGNES AU MAROC : UNE DICHOTOMIE ENTRE LOGIQUE DE RESSOURCE ET LOGIQUE DE MARGINALISATION..... | 66 |
| | Introduction :..... | 67 |
| 3.1 | les montagnes au Maroc :..... | 67 |
| 3.1.1 | Caractéristiques socio-économiques du milieu montagnoux au Maroc..... | 69 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 3.1.2 | Difficultés du domaine montagneux au Maroc :..... | 69 |
| 3.1.2.1. | Premier déséquilibre : forte pression sur les ressources naturelles..... | 69 |
| 3.1.2.2 | Deuxième déséquilibre : alternatives de production limitées..... | 70 |
| 3.1.2.3 | Troisième déséquilibre : pauvreté en matière d'investissement public..... | 70 |
| 3.2 | La colonisation, un épisode marquant de la vie en montagne..... | 70 |
| 3.3 | Des problèmes d'aménagement communs à toutes les montagnes des pays en voie de développement :..... | 73 |
| 3.4 | Système de production dans les zones de montagnes..... | 74 |
| 3.4.1 | Production agricole..... | 74 |
| 3.4.2 | L'élevage..... | 74 |
| 3.5 | Evolution du système de production au niveau des zones montagneuses :..... | 75 |
| | Conclusion : | 77 |
| | CHAPITRE QUATRIEME..... | 80 |
| | L'ETAT DU SYSTEME TERRITORIAL D'OUELTANA AMONT..... | 80 |
| | Introduction :..... | 81 |
| | Aperçu général de la situation géographique..... | 82 |
| 4.1.1 | Situation administrative et socioéconomique globale..... | 82 |
| 4.2 | Les caractéristiques physiques du milieu :..... | 85 |
| 4.2.1 | Les cadres topographiques et morphologiques du cercle Oueltana :..... | 85 |
| 4.2.2 | Cadre climatique et hydrographique du cercle Oueltana..... | 88 |
| 4.3 | Etat et variation de l'état du système territorial..... | 90 |
| 4.3.1 | L'Etat et variation de l'état du développement de la population..... | 91 |
| 4.3.1.1 | La dynamique démographique..... | 91 |
| 4.3.1.2 | La dynamique du développement de l'état sanitaire local..... | 93 |
| 4.3.1.3 | La dynamique du développement de l'éducation et la formation :..... | 97 |
| 4.3.2 | Etat et variation de l'état de système biophysique local :..... | 101 |
| 4.3.2.1 | La dynamique surfacique du couvert arboré : état et dynamique d'état..... | 101 |
| 4.3.2.2 | La santé végétale par « l'indice de végétation normalisé » NDVI..... | 111 |
| 4.3.2.3 | L'érosion une rétroaction à la dégradation du couvert végétal :..... | 113 |
| 4.3.3 | L'état et la dynamique d'état de la réponse du sous-système organisationnel..... | 119 |
| 4.3.3.1 | Etat et dynamique des prestations en services communaux de proximité..... | 120 |
| 4.3.3.2 | Etat et dynamique de la mobilité locale..... | 121 |
| | Conclusion : | 128 |
| | DEUXIEME PARTIE :..... | 130 |
| | LA MOBILISATION DES RESSOURCES TERRITORIALES ET LES ACTEURS LOCAUX DE DEVELOPPEMENT D'OUELTANA AMONT..... | 130 |

| | |
|---|-----|
| Introduction : | 131 |
| Premier chapitre : | 132 |
| Acteurs locaux, inscription et ancrage territorial | 132 |
| 1.1 La typologie des acteurs locaux à Oueltana amont | 134 |
| 1.1.1 Les principaux acteurs de développement territorial à Oueltana amont | 134 |
| 1.1.1.1 Les acteurs publics. | 135 |
| 1.1.1.2 Les moyens de l'intervention économique des communes. | 138 |
| 1.1.1.2.1 Les moyens humains et matériels | 138 |
| 1.1.2 L'initiative nationale pour le développement humain (INDH) | 142 |
| 1.1.3 L'agence de développement social (ADS). | 144 |
| 1.2 Les acteurs civils locaux dans le territoire d'Oueltana amont : | 145 |
| 1.2.1 Le tissu associatif de la commune d'Ait Blal | 147 |
| 1.2.2 Le tissu associatif de la commune sidi Boukhalf | 149 |
| 1.2.3 Le tissu associatif de la commune de Tifni. | 150 |
| 1.3 Synthèse du tissu associatif à Oueltana amont. | 151 |
| Conclusion : | 152 |
| Chapitre 2 : | 154 |
| La participation des acteurs locaux et la contribution des communes d'Oueltana amont au développement local | 154 |
| 2.1 Contribution des communes d'Oueltana amont au développement local | 155 |
| 2.1.1 L'infrastructure de base une nécessité qui consomme annuellement un budget important de chaque communes. | 156 |
| 2.1.1.1 Le réseau Routier une priorité qui souffre de mauvaise gestion des entrepreneurs ... 156 | |
| 2.1.1.2 L'électrification recouvre presque la totalité des douars d'Oueltana amont. | 158 |
| 2.1.1.3 L'approvisionnement en eau potable une nécessité soldée par un échec | 160 |
| 2.1.1.4 Assainissement et hygiène un élément défaillant dans le territoire d'Oueltana amont. 163 | |
| 2.1.1.5 Des initiatives décentes pour l'avancement du secteur de l'éducation | 164 |
| 2.1.1.6 La santé des citoyens est un défi que le territoire d'Oueltana amont n'a pas encore soulevé. 166 | |
| 2.1.2 L'Agriculture : Les déficits sont lourds et les défis sont énormes. | 167 |
| 2.1.3 Autres actions des communes d'Oueltana amont : | 169 |
| 2.2 Perception des acteurs locaux sur les actions des communes d'Oueltana amont en matière de développement : | 170 |
| 2.3 La participation des acteurs locaux au développement local d'Oueltana amont. | 172 |
| 2.3.1 La participation des élus locaux au développement local d'Oueltana amont. | 174 |
| 2.3.2 La Participation des entrepreneurs au développement local, augmente le budget annuel des communes d'Oueltana amont et créait des emplois pour la population. | 176 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 2.3.3 | les autorités locales apportent une valeur ajoutée unique aux processus de développement. | 177 |
| 2.3.4 | la participation de la population à son propre développement, reste très limitée | 178 |
| 2.3.5 | La Participation des associations au développement local souffre de l'absence de coordination et de mauvaise gestion. | 180 |
| 2.4 | Les limites de développement territorial des communes d'Ouelтана amont. | 183 |
| 2.4.1 | Limite financière..... | 183 |
| 2.4.2 | Limite lié aux procédures administratives. | 184 |
| | Conclusion : | 185 |
| | CHAPITRE TROISIEME : | 189 |
| | ÉTUDE DES OFFRES TERRITORIALES DES SECTEURS LES PLUS COMPETITIFS DANS LE TERRITOIRE D'OUELTANA AMONT | 189 |
| 3.1 | L'offre touristique. | 191 |
| 3.2 | Identification de l'offre touristique du territoire d'Ouelтана amont : | 193 |
| 3.2.1.1 | Le pont naturel d'Iminifri, fragilité d'aménagement et manque de gestion..... | 194 |
| 3.2.2 | Le Géosite des traces de dinosaures d'iwariден. | 196 |
| 3.2.2.1 | Les traces de dinosaures, un patrimoine en dégradation à cause de facteurs humains et naturels | 198 |
| 3.2.3 | la chasse : Une passion, un sport et une niche économique. | 200 |
| 3.2.4 | Le tourisme de sport : la prédominance de sport de nature et du produit trekking... 203 | |
| 3.2.4.1 | La randonnée équestre, une activité touristique à développer..... | 204 |
| 3.3 | L'absence de la gouvernance entre les acteurs, affaiblie l'apport économique du tourisme aux locaux. | 205 |
| 3.4 | Un patrimoine paysager et culturel peu valorisé..... | 208 |
| 3.4.1 | Histoire du territoire :..... | 208 |
| 3.4.2 | Le potentiel paysager d'ouelatana amont. | 209 |
| 3.5 | Le Patrimoine bâti, une richesse indéniable fortement menacée | 217 |
| 3.6 | Manifestation culturelles dans la region | 223 |
| 3.6.1 | Les souks hebdomadaires dans le territoire d'Ouelтана amont : un ancrage des liens sociaux et pôle de fixation de la population..... | 224 |
| 3.6.2 | Fêtes et Moussem dans le territoire d'Ouelтана amont. | 227 |
| 3.7 | Les défis de développement du tourisme dans le territoire d'Ouelтана amont | 231 |
| 3.8 | Les produits de terroir d'Ouelтана Amont, Pratiques et savoir-faire : un lien culturel. 237 | |
| 3.8.1 | L'Arboriculture fruitière d'Ouelтана amont (amandier, noyer et vigne)..... | 239 |
| 3.8.2 | Le miel (tamment) | 246 |
| 3.8.3 | Plantes médicinales (le thym –Thymus vulgaris)..... | 249 |
| 3.9 | Les Faiblesses du secteur agricole dans le territoire d'Ouelтана amont. | 251 |

| | |
|---|-----|
| 3.10 Le Tourisme rural : un service touristique au profit des produits de terroir d'Ouelтана Amont. | 255 |
| Conclusion : | 257 |
| CHAPITRE QUATRIEME | 260 |
| UN PROJET DE TERRITOIRE , axé sur la valorisation des ressources territoriales et la conception d'une stratégie de marketing..... | 260 |
| Introduction : | 261 |
| 4.1 Axe premier : Les actions de mise à niveau | 262 |
| 4.1.1 Renforcer l'infrastructure de base, une solution pour un arsenal de problème | 263 |
| 4.1.2 L'approvisionnement en eau constitue une priorité essentielle pour les habitants malgré le désintéressement de la population | 263 |
| 4.1.3 Préserver les ressources naturelles pour réduire la pauvreté | 264 |
| 4.1.3.1 conservation du sol et lutte antiérosive : | 264 |
| 4.1.3.2 Réhabilitation de petits périmètres irrigués : | 266 |
| 4.1.3.3 Appui technique aux agriculteurs : | 266 |
| 4.2 Axe deuxième : la proposition d'un plan d'accompagnement pour le lancement des activités de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » | 267 |
| 4.2.1 Présentation de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale» | 269 |
| 4.2.1.1 Constitution : | 269 |
| 4.2.1.2 Activités : | 269 |
| 4.2.2 Démarche d'accompagnement | 270 |
| 4.2.3 Gestion et organisation de la coopérative | 271 |
| 4.2.3.1 Objectifs et fonctions | 271 |
| 4.2.3.2 Organisation du local | 271 |
| 4.2.3.3 Organisation du travail | 272 |
| 4.2.4 Mesures d'appui au lancement de la coopérative | 272 |
| 4.2.4.1 Sensibilisation des hommes d'Ouelтана amont | 272 |
| 4.2.4.2 Sensibilisation des adhérentes | 273 |
| 4.2.4.3 Formations et voyages en faveur des adhérentes de la coopérative | 273 |
| 4.3 Axe troisième : Stratégie marketing pour le lancement des produits de la coopérative « Tizgui pour la femme rurale » | 274 |
| 4.3.1 Fixation des objectifs commerciaux | 275 |
| 4.3.2 Les options stratégiques | 276 |
| 4.3.2.1 Segmentation et choix de cible | 276 |
| 4.3.3 Elaboration du mix du produit | 278 |
| 4.3.3.1 Politique du produit | 278 |

| | |
|---|-----|
| Dénomination et formes de présentation des produits | 278 |
| 4.3.4 Caractéristique intrinsèques des produits | 279 |
| 4.3.4.1 Formule des produits | 279 |
| 4.3.4.2 Design des produits | 280 |
| 4.3.5 Politique du prix | 282 |
| 4.3.6 Politique de distribution | 284 |
| 4.3.7 Politique de communication | 285 |
| 4.4 Axe quatrième : la planification et la conception des produits touristiques adaptés au territoire d'Oueltana amont | 286 |
| 4.4.2.1.1 <i>Fiche technique du circuit</i> | 287 |
| 4.4.2.2 Circuit de randonnée équestre | 291 |
| 4.4.2.2.1 <i>Fiche technique du circuit</i> | 291 |
| 4.4.2.2.2 Description de l'itinéraire:..... | 291 |
| 4.4.2.3 Circuit VTT..... | 294 |
| 4.4.2.3.2 Description de l'itinéraire..... | 295 |
| 4.4.3 Retombées économiques et sociales. | 297 |
| 4.4.4 L'équipement d'Oueltana amont par des infrastructures touristiques indispensables | 300 |
| 4.4.4.1 Création d'un centre d'accueil et d'informations touristiques | 300 |
| 4.4.4.2 Création d'un musée | 300 |
| 4.4.4.3 Les sentiers..... | 300 |
| 4.4.4.3.1. L'entretien des sentiers pédestres | 300 |
| 4.4.4.3.2. La signalétique..... | 300 |
| 4.4.4.3.2.1. La signalétique d'orientation..... | 301 |
| 4.4.4.3.2.2 La signalétique d'information | 301 |
| 4.4.4.3.2.3. La signalétique d'interprétation | 301 |
| 4.4.4.4 La population locale | 301 |
| 4.4.4.5 Les guides | 302 |
| 4.4.4.6 L'artisanat..... | 303 |
| 5.1.2. Positionnement territorial | 304 |
| 4.5.1.3. Politique de l'offre territoriale | 305 |
| 4.5.2. Schéma conceptuel de la stratégie du marketing territorial pour le territoire d'Oueltana amont | 306 |
| 4.5.2.1. Actions de développement et de promotion de différents segments de l'offre touristique | 307 |
| 4.5.2.1.1. Actions de développement et de promotion du tourisme culturel..... | 308 |
| 4.5.2.1.2 Actions de développement et de promotion du tourisme naturel..... | 311 |
| 4.5.2.1.3. Actions de développement et de promotion du tourisme sportif..... | 312 |

| | |
|--|------------|
| 4.5.2.2. Action de développement et de promotion de différents segments de l'offre agricole (produits de terroir) | 313 |
| 4.5.2.3. Indicateur d'évaluation des actions promotionnelles..... | 314 |
| Conclusion : | 318 |
| Conclusion générale | 321 |
| Références bibliographiques..... | 330 |
| Références en Arabe..... | 344 |
| Webliographie..... | 345 |
| LISTE DES FIGURES..... | 347 |
| Liste des Tableaux..... | 349 |
| LISTE DES PHOTOS..... | 351 |
| Annexe 1 | 353 |
| Annexe 2 | 356 |
| Annexe 3 | 357 |
| Annexe 4 | 364 |
| Annexe 5 | 366 |
| Annexe 6 | 368 |
| Annexe 7 | 370 |
| Annexe 8 | 371 |
| Annexe 9..... | 372 |