

L'argan : l'huile qui cache la forêt domestique De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème

*Romain Simenel**, *Geneviève Michon***, *Laurent Auclair****,
*Yildiz Thomas*****, *Bruno Romagny******, *Marion Guyon******

Introduction

Autant au Sud qu'au Nord, la mise sur le marché international des spécialités dites « de terroir » s'accompagne toujours d'un façonnement de l'image des produits et des systèmes locaux de gestion impliqués dans leur production. En effet, pour assurer aux nouveaux produits une niche sur un marché très concurrentiel, et répondre à l'attente des consommateurs, il est nécessaire de leur donner une image forte et attractive. Ce processus nécessite souvent de simplifier la relation productrice entre société locale et produit de terroir afin de la resituer dans le cadre des normes et valeurs de la demande internationale. Ceci implique de redessiner le cadre géographique, socioculturel et environnemental de l'origine des produits. Ainsi, bien que ces démarches se réclament de la conservation de la biodiversité (entendue au sens large de diversité biologique et culturelle), ce façonnement tend à effacer la complexité des pratiques et savoirs locaux ainsi que celle des écosystèmes qui leur sont associés, et l'image produite dans ce processus de développement s'écarte bien souvent de celle produite localement. À travers l'exemple de l'huile d'argan marocaine, c'est de cette simplification et de ce décalage dont nous voulons parler ici. La définition d'un produit implique un filtrage dans lequel certains aspects des relations entre société locale et écosystème

* Anthropologue, ATER, Collège de France, ainrom@hotmail.com

** Ethnobotaniste et géographe, IRD, UR 199 Dynamiques socio-environnementales et gouvernance des ressources, Montpellier, 911 avenue Agropolis, BP 64501, 34394 Montpellier cedex 5, France, genevieve.michon@ird.fr

*** Agro-géographe, IRD, Laboratoire Population-Environnement-Développement (LPED), Université de Provence, case 10, 3 place Victor Hugo, 13331 Marseille cedex 3, France, auclair@up.univ-mrs.fr

**** Économiste, IRD, Laboratoire Population-Environnement-Développement (LPED), Université de Provence, case 10, 3 place Victor Hugo, 13331 Marseille cedex 3, France, Bruno.Romagny@ird.fr

***** Ethnobiologiste et anthropologue, CNRS, Centre d'Écologie Fonctionnelle et Évolutive, CNRS, 1919, route de Mende, 34293 Montpellier cedex 5 (France), yildiz.thomas@cefe.cnrs.fr

***** Étudiante en master 2.

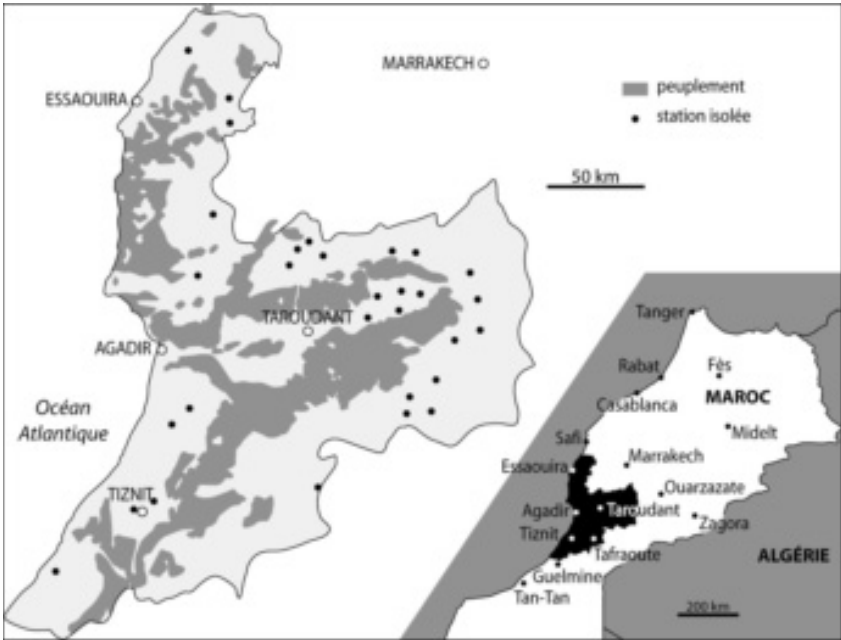
sont mis en lumière aux dépens d'autres qui sont passés sous silence. Mais ce filtrage ne se fait pas au hasard. Selon quels critères certaines pratiques ou certains aspects de l'écosystème sont-ils omis ou valorisés ? Quelle est la logique sous-jacente à ce filtrage ? Quel décalage en résulte-t-il par rapport à la réalité des pratiques et savoir-faire locaux ? Quels sont les effets en retour de ce processus sur le rapport quotidien des sociétés à leur environnement ?

Nous proposons de montrer comment ce processus de filtrage peut mener à une « naturalisation » symbolique des espèces, des écosystèmes et des paysages concernés. Par « naturalisation », nous entendons le processus par lequel les développeurs¹, au travers du façonnement de l'image commerciale du produit, donnent à voir les relations entre société locale et écosystème beaucoup moins domestiques qu'elles ne le sont. Ce processus de naturalisation consiste généralement à ne retenir dans l'image du produit qu'un seul domaine de pratiques, celui qui évoque le moins la domestication de l'espèce ressource. Nous montrerons comment cette naturalisation met en jeu, au-delà des critères de commercialisation et de communication, une logique qui fait largement référence aux conceptions naturalistes occidentales, définissant les écosystèmes selon leurs mécanismes naturels plutôt que culturels². Nous verrons comment, pour mondialiser l'image de l'huile d'argan, les développeurs ont travaillé à construire une représentation « sauvage » de l'arbre et de la forêt d'où elle provient, c'est-à-dire à passer sous silence l'aspect domestique de l'origine du produit. En ce qui concerne le processus de production de l'huile d'argan par les coopératives féminines, c'est en effet la cueillette qui a été retenue comme pratique emblématique du produit, plutôt que l'agriculture, l'arboriculture ou le pastoralisme. Cette sélection confère de fait au produit « huile d'argan » un aspect plus « naturel » ou plus « biologique » qu'il ne l'est en réalité. Elle contribue à désapproprier symboliquement les groupes sociaux d'un écosystème qu'ils ont largement transformé et domestiqué. La naturalisation de l'arbre ressource, l'arganier (*Argania spinosa*), est pour l'instant d'ordre médiatique. Néanmoins, on peut se demander si le processus de naturalisation symbolique de l'écosystème mis en œuvre dans la construction de l'image commerciale du produit « huile d'argan » pourrait avoir des répercussions sur les représentations et pratiques locales et, à terme, entraîner une naturalisation effective de l'arbre.

En effet, si l'image globalisée d'une spécialité du Sud n'est pour l'instant que le vecteur du regard extérieur sur la biodiversité locale, ne tend-elle pas aussi à s'imposer à l'intérieur même de la société productrice ? Autrement dit, quel est le retour dans le local du regard globalisant sur cette spécialité du Sud marocain (allant de la région de Safi jusqu'à la frange saharienne et limitée par l'océan Atlantique à l'ouest et par l'Atlas à l'est ; cf. carte 1) ? Ce retour, nous le

1. Sous ce terme de « développeurs », nous entendons l'ensemble (non homogène) des acteurs ayant pour objectif la valorisation économique et sociale de l'huile d'argan : ONGs, institutions internationales et nationales, associations locales.

2. [Ph. Descola, 2005 : 241-242].



Carte 1 : Répartition de l'arganier au Maroc

mesurerons d'abord dans les actions pratiques menées par les développeurs sur l'écosystème arganier, actions qui sont invariablement menées au nom de la « conservation de la nature ». Ces opérations de « conservation » reposent sur le modèle simplifié de relations à l'environnement véhiculé par l'image globalisée du produit « huile d'argan » : elles visent toutes à écarter l'homme de l'écosystème, sous prétexte de l'impact « négatif » de la gestion locale. Nous verrons comment l'effet boomerang sur le local se fait aussi sentir dans les incidences écologiques (non escomptées) de la valorisation économique du produit sur les pratiques locales de l'arbre ressource. Enfin, nous analyserons comment le processus de naturalisation symbolique de l'écosystème induit une déconstruction du lien au lieu, au terroir, en particulier par le biais du traitement de la traçabilité du produit. La mise en place d'un système de protection de type AOC est un enjeu social considérable car il « cristallise toutes les difficultés de la démarche d'identification de ce qui fait tradition. Mais en même temps, il en devient le garant » [Bérard & Marchenay, 1995 : 161]. En conclusion, nous évaluerons la césure entre la dimension économique et la dimension écologique du produit créée par cette image naturalisée des rapports entre l'arganeraie³ et la société locale.

3. Par arganeraie, on entend des écosystèmes formés par l'arganier en tant qu'espèce dominante [Ali-friqui M., 2004 : 10].

La construction de l'image du produit de terroir « huile d'argan »

L'huile d'argan, tirée des amandons du fruit de l'arganier, est certainement l'une des ressources locales des pays du Sud qui a connu, ces dernières années, l'ascension commerciale la plus fulgurante. Denrée prisée par des grands cuisiniers ou composante de produits cosmétiques de luxe, elle a depuis quelques années été lancée sur divers marchés. Elle intéresse fortement les démarches de consommation « éthique » : en utilisant l'huile d'argan, le consommateur pense aider au développement des femmes berbères du Sud marocain et à la protection de la nature, apportant ainsi sa contribution à ce qui est globalement perçu comme le développement durable. Cependant, à l'aube de la création d'une appellation de type AOC sur ce produit et malgré sa célébrité actuelle, la représentation que se font les consommateurs de son origine, se cantonne à l'image d'Épinal d'un arbre à chèvres, endémique au Maroc, qui donne une huile aux vertus miraculeuses. Nul ne sait par exemple que l'écosystème arganier couvre à lui seul près d'un million d'hectares (820 000 ha précisément) dans le Sud-ouest Marocain, c'est-à-dire 7 % de la superficie couverte par la forêt marocaine et qu'il s'agit d'une forêt habitée, qui fait vivre 2,5 millions de personnes.

L'histoire d'un décalage entre la valorisation économique et écologique du produit

Dès le début de la construction de l'image commerciale du produit « huile d'argan », on constate un certain décalage entre la prise en compte de l'huile et celle de l'arbre. Dans les années 1990, en dépit de sa notoriété parmi les grands voyageurs depuis l'historien andalou du ^x siècle El Bekri, l'huile d'argan est encore méconnue en dehors du Maroc. Des universitaires marocains, chimistes et généticiens, vont créer sa réputation et lancer l'idée d'une valorisation internationale. Très rapidement, les organismes de développement (Union Européenne, FMI, FAO, Banque Mondiale...), suivies par les ONG et les associations locales, mettent sur pied des projets pour valoriser au mieux cette ressource originale. La réussite est totale. Aujourd'hui, on ne conteste plus les vertus miraculeuses attribuées à l'huile d'argan. Riche en acide linoléique, vitamine E et autres acides gras essentiels [M'hirit O., 1989], l'huile d'argan aurait des propriétés protectrices, adoucissantes, cicatrisantes et nettoyantes pour la peau, les cheveux et les ongles, et elle lutterait contre le vieillissement prématuré des cellules. Eu égard de toutes ces vertus, l'huile d'argan se doit d'être garantie 100 % naturelle et certifiée bio. Comme le résume un slogan d'une brochure de coopérative, l'huile d'argan est « la potion exotique », « l'élixir de la nature ».

Au-delà de la valorisation du produit, le développement met aussi en avant, dès les premières années, la promotion de la femme rurale et le renforcement de l'économie locale. Les actions des développeurs se concentrent sur la création de coopératives féminines de production dans l'arganeraie : en 10 ans, 80 coopératives voient le jour et 50 autres seraient en cours de création [Jabiot I., 2007 : 10].

Derrière ces coopératives, on voit transparaître une idée chère aux politiques globales de l'environnement : les femmes seraient naturellement des gardiennes de la nature et aider au développement des capacités féminines aurait un effet positif sur l'environnement [Gururani S., 2002].



Pancarte de la coopérative El Baraka. B. Romagny, 2008

L'argument économique et socio-environnemental entourant ce produit est bien antérieur à l'attention portée à l'écosystème-source. En effet, ce n'est qu'en 1998 que l'arganeraie attire concrètement l'attention des écologues. Conscients de sa valeur biologique et soucieux de la protection de sa biodiversité, ils font classer la zone arganeraie « réserve de la biosphère » dans le cadre du programme MAB (*Man and Biosphere*) de l'UNESCO⁴. Ce wagon écologique sera finalement rattaché au train du développement économique et humain : les coopératives auront aussi pour objectif de préserver et de sauvegarder ce nouveau patrimoine naturel de l'humanité « menacé de disparition ».

Prise en tenailles entre grandeur commerciale, humanisme et sauvegarde de la nature, l'image en construction de l'huile d'argan fait encore peu référence aux

4. Les réserves de biosphère sont de vastes zones représentatives de paysages naturels et culturels, bénéficiant pour leur grande partie de la protection de la loi. Cependant, la notion de conservation à laquelle fait référence le programme MAB, lancé en 1971 par l'UNESCO, s'inscrit très clairement, tout du moins dans les textes, dans une volonté de « mieux comprendre les relations entre l'homme et son environnement, de concilier la conservation de la biodiversité et d'assurer le développement économique et social des populations ».

pratiques et savoir-faire locaux. Cependant, afin de répondre aux critères d'authenticité et de typicité exigés pour la mise en place d'une réglementation de type AOC, les développeurs ont dû raccrocher, ne serait-ce que virtuellement, l'image commerciale de l'huile d'argan aux réalités locales.

L'image de l'huile, entre élixir de beauté et denrée alimentaire, entre pratiques traditionnelles et processus industriel

L'huile d'argan est à la fois un produit à usage cosmétique (dont l'aspect biologique et donc sauvage doit être valorisé), et à usage alimentaire (pour lequel c'est plutôt le lien au terroir qui doit être mis en avant). Cette double nature de l'huile pose un dilemme aux développeurs. Comment en effet arriver à combiner les exigences de filières aussi différentes que la cosmétique de luxe ou l'alimentation de grande surface tout en gardant l'unicité du produit ?

Les populations locales ne se posent pas cette question : il n'y a pas de distinction entre l'huile à usage alimentaire et l'huile à usage cosmétique, mais bien un seul type d'huile, produit à partir d'amandons torréfiés. Cette huile est utilisée par les femmes à la fois pour cuisiner des tagines ou des couscous et pour hydrater et adoucir leurs mains et leur visage. La frontière entre pratiques culinaires et pratiques thérapeutiques à base d'huile d'argan est parfois très floue, comme l'illustre l'exemple de ces femmes qui, afin de rendre brillants leurs cheveux, se massent le crâne avec l'huile ayant servi à rouler le couscous.

À la différence des femmes berbères, les coopératives produisent deux types d'huiles : l'huile de table extraite des amandons torréfiés et l'huile cosmétique extraite des amandons crus. L'élaboration d'une huile spécifique à usage cosmétique tient au fait que certaines caractéristiques liées à la torréfaction (la couleur jaune orangé, l'odeur de noisettes grillées), ont semblé incompatibles avec les critères en valeur sur le marché des cosmétiques. Ainsi, contrairement à l'huile d'olive à laquelle elle est souvent comparée, et qui constitue une ressource unique pour des usages tant alimentaires que cosmétiques, l'huile d'argan fait l'objet d'une nette distinction commerciale entre deux produits destinés à des marchés différents.

Cette confusion entre une huile d'argan unique et polyvalente, issue de la tradition, et une huile à deux visages, façonnée pour satisfaire deux filières différentes, se retrouve au niveau du mode de production et du rapport aux savoir-faire locaux. L'image commerciale de l'huile d'argan s'est en effet construite à partir d'un habile mélange entre les critères propres à une valorisation « industrielle », plutôt attachée à l'huile cosmétique (la non torréfaction garante de l'aspect naturel et biologique du produit, l'innovation technique au service de l'hygiène et de la qualité) et une production « traditionnelle » (garante du goût « de terroir » et de l'authenticité des « savoirs locaux »).

Le procédé local de fabrication de l'huile s'appuie sur des étapes techniques entièrement manuelles : séchage de la pulpe, dépulpage des noix, extraction des

amandons par concassage, torréfaction des amandons à l'aide d'un plateau d'argile, moulinage puis pressage à la main de la pâte obtenue pour en extraire l'huile et le tourteau. Chaque étape manuelle obéit à toute une série de savoir-faire bien précis ; la torréfaction, par exemple, est une tâche nécessitant un tour de main particulièrement assuré, puisqu'il s'agit de ne pas abîmer la fine membrane des amandons – endocarpe – afin de ne pas altérer le goût de l'huile. À l'inverse, la production de l'huile dans les coopératives est presque entièrement mécanisée. L'extraction de l'huile cosmétique à partir d'amandons crus nécessite en effet le recours à un procédé industriel de pressage et de filtrage car le moulin à bras local n'est adapté que pour les amandons torréfiés. Cette mécanisation du pressage concerne aussi, de fait, l'huile alimentaire. Les coopératives ont aussi mécanisé le dépulpage et la torréfaction. Une seule étape reste manuelle, le concassage, non pour des raisons d'hygiène, mais du fait de la difficulté de mise au point d'une machine adaptée. Le concassage, qui constitue l'essentiel du travail des femmes à la coopérative, est de loin l'étape qui sollicite la plus grande masse de travail puisqu'en moyenne, il faut 100 kilos de fruits séchés pour obtenir deux litres d'huile. Alors que dans la sphère domestique, toutes les étapes de fabrication de l'huile d'argan sont suivies par le même petit groupe de femme, au sein des coopératives, les étapes du travail sont strictement sectorisées.

La production mécanisée est mise en avant par les acteurs du développement comme garante de l'hygiène, de la conservation, et de la « pureté » du produit, particulièrement pour l'huile cosmétique. D'ailleurs, la pièce la plus visitée dans les coopératives (après l'atelier de concassage, pour l'exotisme), est la pièce du pressage, sorte de laboratoire blanc et aseptisé avec de belles machines en inox, qui rassure les visiteurs sur la « qualité » du produit qu'ils vont acheter.

Cependant, la valorisation de l'huile d'argan est aussi basée sur la démonstration du lien au terroir et à la tradition. Si, dans les faits, les coopératives n'ont conservé qu'une des étapes du mode traditionnel de fabrication, l'image qu'elles donnent à voir fait référence à un savoir-faire qualifié d'« antique » et à un travail « accompli artisanalement et exclusivement par des femmes berbères ». Les gestes des femmes sont définis comme « ancestraux » et les étapes de la fabrication de l'huile alimentaire comme le fruit d'un « labeur manuel », camouflant ainsi la réalité d'un mode de production mécanique... dont on n'hésitera pas à faire l'éloge pour rassurer sur la qualité. Ces savoir-faire locaux sont d'ailleurs réellement mis en scène dans les coopératives lors des visites. Exposées quotidiennement au regard des multiples visiteurs (touristes, délégations internationales, agences de développement, autorités de l'État), les femmes déploient et manient tous les outils traditionnels, en premier lieu le moulin à bras ; la coopérative fait alors figure de musée vivant. Pour ces démonstrations, les femmes sont parées d'attributs berbères (fichus et fibules en argent) car la berbéricité est une autre des caractéristiques fondamentales de l'huile d'argan [Jabiot I., 2007 : 31-32]. L'image du produit véhiculé dans ces occasions doit être en tout point similaire au modèle des sites internet et des brochures des

coopératives⁵. Au sein des coopératives et face au regard extérieur, les pratiques féminines sont ainsi folklorisées ; le savoir-faire féminin est présenté tel qu'il aurait toujours existé [Jabiot I., 2007 : 34].



Femme préparant l'huile au moulin. R. Simenel, 2005

Cette mise en scène se retrouve au niveau des représentations de l'arganier construites par les développeurs. Là aussi, s'introduit un décalage entre l'image donnée à voir d'un écosystème naturel, endémique peu approprié, où l'homme apparaît avant tout comme un prédateur, et la réalité de terroirs organisés, s'appuyant sur un véritable couplage entre ingénierie des hommes et ingénierie de la nature.

5. www.tamounte.net ; www.cooperativekaouki.com

L'image de l'arbre, la cueillette des femmes et le travail du paysan

Développeurs et populations locales sont en profond désaccord sur la nature de l'arganier. Sur la base de sa description botanique, les programmes de développement ont retenu trois caractéristiques : le fait qu'il soit endémique au Maroc, qu'il constitue le vestige menacé d'un milieu tropical datant de l'ère tertiaire, et sa nature d'arbre sauvage. Ces trois arguments servent de gage d'originalité, de typicité et d'exotisme dans la valorisation de l'huile : dans les brochures et sites internet des coopératives, l'arganier est décrit tour à tour comme « le secret de la nature », « l'arbre unique » ou encore « l'arbre de vie ». Selon les développeurs, l'arganier est « naturel », il n'est donc ni approprié (si ce n'est dans le cadre de la domanialisation des terres forestières), ni domestiqué.

Bien que cela puisse paraître paradoxal, les populations berbérophones des régions à arganiers contredisent le caractère endémique de cet arbre. Pour certains, il en existerait aussi au Mexique alors que pour d'autres, il aurait été importé jadis d'Orient par les saints. L'endémisme n'est donc pas à leurs yeux, un critère culturellement valorisant. En revanche, l'arganier est pour eux un arbre providentiel face à la sécheresse et les paysans de ces contrées semi-arides ont une foi sans faille dans la capacité de l'arganier à survivre sans eau. Du point de vue des populations locales, l'arganier a aussi valeur de patrimoine religieux comme en témoignent tous les arbres associés à des personnages saints. Ces arganiers de saints sont toujours caractérisés par l'envergure de leur branchage et la profusion de leur noix dont la récolte fait l'objet de rituels féminins. Cependant, les arbres sont toujours appropriés : chaque arganier a un ou plusieurs propriétaires ou des ayants droits (cela dépend du statut des terres sur lesquelles il pousse). Il n'est pas rare que l'arganier soit source de conflits et de litiges d'appropriation et c'est à ce titre que l'on surnomme l'arganier, « l'arbre du diable » (*argan n seytane*).

Si l'arganier est défini comme un arbre sauvage par les développeurs, c'est que ces derniers n'ont guère porté leur attention sur les pratiques et savoir-faire locaux en matière de domestication de l'arbre. Pour représenter le lien entre l'huile et l'arbre, ils n'ont retenu que le ramassage des fruits mûris à terre par les femmes, comme le montrent les nombreuses photos exposées dans les coopératives. Cette image est abusive car elle définit ce ramassage comme une cueillette pratiquée sur des arbres sauvages. Or les photos montrent de beaux arganiers ...isolés au milieu des champs, dont le port imposant tient plus aux pratiques d'entretien qu'à la seule nature ! En dépit de cette évidence exposée aux yeux de tous, les pratiques agricoles (labours, épierreage, aménagement des sols...) et arboricoles (recépage, émondage, élagage, coupe des rejets...) qui sont à la base du façonnement de ces arbres ne sont jamais évoquées.

Lorsque les acteurs du développement donnent à voir des arganiers de forêt, c'est exclusivement pour dénoncer l'impact (nécessairement négatif) de l'homme, à travers ses pratiques pastorales, sur l'arganier. Dans cette mise en image des arganiers « sauvages », on ne voit que des arbres à l'aspect nettement dégradé, le

plus souvent envahis par un troupeau de chèvres accrochées à leurs branches. Avec la sécheresse, les chèvres sont désignées comme l'ennemi n° 1 de l'arganier et cela alors même que l'on constate une nette diminution du cheptel depuis une vingtaine d'années. Est-ce à dire que l'impact de l'homme sur l'arganier se ferait moins sentir dans le champ que dans la forêt ? En l'absence d'une prise en compte de l'aspect domestique de cet arbre, c'est à de tels illogismes que la fabrication de l'image globalisée de l'arganier peut amener.

C'est pourtant à l'échelle de l'arbre, et particulièrement dans les champs, que les hommes agissent le plus fortement, à travers des pratiques menées sur plusieurs générations : entretien des pousses spontanées et des drageons, taille de formation, dépressage (coupe visant à ne sélectionner qu'une seule tige), sélection. Ces pratiques s'appuient sur une connaissance fine des caractéristiques écologiques et biologiques de l'arbre. Les hommes mettent ainsi à profit sa plus ou moins forte capacité à se régénérer dans des microreliefs artificiels (murets, banquettes, ravines) ou naturels (thalwegs, blocs rocheux). L'architecture de l'arbre dans les champs, le long des haies ou en forêt est très variée – arbres à tronc unique, à troncs multiples, à allure de gnomes pour les arbres fortement surpâturés, arbres en espaliers. Cette diversité de formes résulte d'un façonnage précis qui correspond à des besoins et des usages différents et très variés (pastoralisme, confection de haies, production de noix, de bois, d'ombre...). Chaque arganier est ainsi l'expression d'un travail par plusieurs générations d'hommes, depuis ceux qui l'ont protégé à ses débuts, ont sélectionné les meilleurs brins, jusqu'à ceux qui l'ont maintenu, protégé, transformé, nanifié ou récolté... ou à ceux qui parfois le coupent (aussi !) pour dégager l'espace de culture, sachant qu'il se régénérera abondamment et qu'il sera alors possible de recommencer ce long travail de sélection des brins... On voit alors combien l'image globalisée de l'arganier est construite sur la non-prise en compte de l'aspect domestique de cette essence, combien elle fait abstraction du rôle du paysan dans la production d'une huile pourtant issue d'un arbre profondément lié à l'histoire des terroirs.

Quant à l'image de l'écosystème arganeraie qui est convoquée, elle correspond à la vision d'une arganeraie uniforme qualifiée d'écosystème « naturel », et « menacé » par la désertification du fait de la surexploitation des ressources par l'homme et ses troupeaux. À cette image de l'écosystème arganeraie donnée à voir par les développeurs, s'oppose la réalité de la diversité des faciès de l'arganeraie, liée à la diversité des pratiques des agro pasteurs. Du champ à la forêt, de la haie à l'espace de pâturage collectif, l'arganeraie est constituée par la juxtaposition de multiples espaces de culture qui s'inscrivent dans un ordre social obéissant aux règles d'organisation du terroir. Par exemple, en ce qui concerne la forêt, la répartition minutieuse des droits d'accès et d'usage (pâturage, récolte des fruits, coupe de bois) permet d'illustrer le degré élevé de socialisation de cet écosystème. En effet, même si l'arganier reste un arbre forestier sous la tutelle de l'administration forestière, l'arganeraie bénéficie d'un régime « assoupli » par rapport aux autres forêts du Maroc, et les droits d'usage accordés aux populations locales y sont plus

étendus (7 droits⁶). Ainsi au Maroc, c'est sans doute dans l'arganeraie que législation forestière nationale et droit coutumier local s'entremêlent et s'hybrident le plus étroitement, comme le montre l'exemple des forêts d'arganiers soumises à des mises en défens coutumières (*agdal*). Cette pratique coutumière de l'*agdal*, qui consiste à fermer la forêt aux activités pastorales avant la récolte des fruits (de mai à août), vient en effet compléter et raffiner la loi forestière : elle permet d'articuler dans le temps et dans l'espace les principaux usages des forêts d'arganiers selon le cycle de fructification de l'arbre en conciliant l'intérêt des ayants droits au pâturage (fraction, tribu) et celui des ayants droits à la récolte des fruits (familles et lignages). L'utilisation de l'arganeraie par les caprins répond donc à une organisation sociale précise, et la chèvre, loin de « massacrer » l'arganeraie comme l'affirment certains auteurs, constitue au contraire un exemple exceptionnel de synergie entre une société, un animal et son milieu [Bourbouze *et al.*, 2005].

L'effacement de l'homme

Si la construction de l'image commerciale de l'huile d'argan met en avant la femme, elle ne dit rien de l'homme. Les raisons de cet oubli sont sans doute autant idéologiques et politiques que médiatiques. Mais elles ont pour conséquence de travestir totalement l'aspect social de l'huile d'argan en niant le rôle positif de l'homme et du couple dans la culture de l'arganier. La société locale considère en effet que l'appropriation domestique de l'arbre est une affaire de couple et que si la cueillette est typiquement féminine, le pastoralisme, l'agriculture et l'arboriculture sont des pratiques exclusivement masculines. Quant à la fabrication de l'huile, qui s'avère bien être une activité féminine, elle n'en reste pas moins pensée comme relevant de la sphère du couple. Si dès l'âge de 6 ans, les fillettes prennent part au processus de production de l'huile, ce n'est que pour la cueillette et le dépulpage. Une femme n'a le droit de concasser, de mouliner et de malaxer l'argan qu'après s'être mariée ; c'est d'ailleurs à cette occasion qu'elle reçoit de sa mère un moulin et une pierre à concasser qui font partie de sa dot. C'est le mariage qui marque pour la femme le passage à un véritable « état de savoir-faire » en matière d'huile d'argan. C'est aussi l'institution du mariage qui scelle le pacte d'une complémentarité technique et foncière au sein du couple et se trouve être à la base de tout le système d'appropriation de l'arganier, de l'arbre jusqu'à l'huile⁷. Aussi ne faut-il pas être étonné de la mauvaise réputation qu'ont les coopératives dans les sociétés locales quand on sait que la majorité des femmes qui y travaillent sont divorcées, veuves ou célibataires.

Contrairement à d'autres exemples, c'est ici l'image du produit qui définit pour les consommateurs l'image du terroir (de l'arbre à la forêt), et non l'inverse. Cette

6. Ramassage du bois mort, coupe de branchage, cueillette des fruits, parcours des troupeaux, labour, prélèvement du bois de chauffage, de charbonnage et de construction avec autorisation du service forestier, prélèvement de terre, pierres ou sables, Dahir de 1925.

7. L'homme fournit la main d'œuvre agricole, et bien souvent aussi la propriété des terres et des arbres, la femme apporte les outils et la technique nécessaire à l'extraction de l'huile d'argan.

construction entraîne le déracinement du produit de son substrat environnemental et socioculturel. En ne retenant que quelques aspects des relations entre les sociétés locales et l'écosystème arganier (celles qui, comme nous l'avons montré, évoquent le moins la domestication de l'espèce), cette construction donne à voir une forêt particulière qui, si elle n'est pas absolument sauvage, n'est certainement pas domestique, même si elle incarne à elle seule, par sa spécificité, le terroir. Les politiques actuelles de développement ont donc réussi à naturaliser l'arbre et l'écosystème arganier tout en intervenant pour aider la culture locale à protéger ce patrimoine « naturel ». Pourquoi un tel façonnage ? D'abord parce qu'une arganeraie domestique ne correspond pas à l'interprétation naturaliste qu'ont de cet écosystème les forestiers, les écologues et les biologistes. Ensuite parce que la prise en compte de l'ensemble du système de relations entre groupes humains et arganiers aurait rendu impossible la tâche de simplification de l'image du produit « huile d'argan » dans le cadre de la médiatisation de ses usages alimentaires et cosmétiques.

Reste maintenant à saisir l'impact que peut avoir une telle image commerciale du produit « huile d'argan » sur les actions pratiques des développeurs en matière de biodiversité, sur les systèmes locaux d'appropriation de l'arbre et sur la conception d'une politique de traçabilité.

De l'image du produit aux actions pratiques sur la biodiversité

L'arganeraie est en forte régression, aussi bien en surface qu'en densité, depuis la fin du XIX^e siècle. L'exploitation du charbon de bois, l'urbanisation et l'intensification de l'agriculture dans les plaines lui aurait fait perdre plus d'un demi million d'hectares, près d'un tiers de sa surface. Sa préservation est un souci majeur pour les organismes de développement, et les programmes qui concernent la filière huile d'argan incluent tous un volet écologique et environnemental visant à conserver ou à régénérer la ressource arborée.

Dans les années 1990, les milieux du développement international véhiculaient l'idée que la conservation d'un écosystème devait découler logiquement de la valorisation économique de ses ressources [Lybbert *et al.*, 2002]. Pour l'arganeraie, la stratégie de conservation reposait sur la logique suivante : si l'arganeraie est productrice de richesses, les populations seront incitées à la préserver. Les revenus des femmes travaillant dans les coopératives seront, d'une façon ou d'une autre, réinvestis dans la conservation de l'arganeraie. Pourtant, quelques années plus tard, les développeurs étaient forcés de constater que le développement commercial de la filière « huile d'argan » n'avait aucun effet tangible sur la conservation.

Les projets touchant l'arganeraie ont alors intégré des actions explicites et directes sur l'écosystème, à portée strictement environnementale, nettement distinctes des actions de valorisation, comme par exemple la création de zones de mises en défens destinées à la régénération de l'arganier. Le résultat de ces actions reste mitigé. En effet, étant donné le décalage entre l'image de l'arganier véhiculée dans la sphère du développement et le modèle local de gestion de cet arbre, les

actions des développeurs sur l'écosystème sont souvent allées à contresens des systèmes agro-sylvo-pastoraux traditionnels.

Plus de cueillette, moins de pratiques productives : une nouvelle « naturalisation » de l'écosystème ?

Traditionnellement, l'huile d'argan circulait dans un cercle d'intimes [Jabiot, 2007 : 36] sous forme de don ou de vente locale, à l'occasion de fêtes religieuses comme l'Aïd el Kebir, pour les naissances ou encore pour la fin de deuil d'une femme. On la trouvait aussi, occasionnellement, sur les souks. L'ouverture du marché au niveau national et international a eu pour effet principal une augmentation locale du prix de l'huile et des amandons. Il y a dix ans, le litre d'argan pur était vendu 60 dirhams dans les différents souks du Sud marocain. Son prix avoisine aujourd'hui les 130 dirhams, et se rapproche en cela du prix pratiqué par les coopératives qui vendent le litre en moyenne à 180 dirhams. Bien évidemment, les populations locales ne sont pas insensibles aux gains engendrés par l'augmentation du prix de l'huile. Aujourd'hui, de plus en plus de familles se mettent à vendre chaque semaine un ou deux litres, en empruntant les réseaux marchands du souk.

Le surcroît d'intérêt économique envers l'huile d'argan de la part des populations locales a bien eu un impact sur les pratiques relatives à l'arganier, tout comme le présupposaient les développeurs, mais pas dans le sens escompté. Il est à l'origine d'une certaine perversion du système traditionnel, avec un phénomène d'expansion spatiale des aires de cueillette assorti d'une restriction des pratiques productives. En effet, pour la récolte des amandons, les femmes ne se contentent plus des arganiers situés dans leurs champs ou dans les *agdal*⁸ ; elles se mettent à cueillir les fruits situés plus haut dans la montagne, dans les forêts mixtes où l'arganier se mêle au chêne vert ou au thuya. Or cette arganeraie mélangée est soumise à une juridiction stricte « à deux droits »⁹, excluant toute pratique sur l'arbre ou sur le fruit. La cueillette s'y fait alors de manière braconnière. Elle ne peut plus s'accompagner des pratiques d'entretien de l'arbre (élagage ou taille de formation) puisque ces pratiques sont interdites, et qu'en plus elles relèvent traditionnellement du domaine masculin. Autrement dit, le contexte juridique national empêche la pratique féminine de la cueillette (qu'elle permet tacitement) de s'assortir de l'ensemble des pratiques masculines d'entretien de l'arbre qui lui est normalement associé dans les terrains privatifs. Ainsi la chaîne des pratiques qui entretient la productivité des arbres est rompue, tant dans ses dimensions techniques que sociales. Cette rupture est une des raisons majeures de ce que l'on peut appeler « l'échec environnemental » des coopératives. Pour éviter cet échec, les développeurs auraient pu travailler sur la réforme du contexte juridique de l'arganier, en créant, par exemple, des centres de cueillettes associés aux coopératives afin d'institutionnaliser une « cueillette aménagée » (c'est-à-dire assortie des

8. Pour rappel : mise en défens coutumière de l'arganeraie.

9. Parcours des troupeaux et ramassage de bois mort.

pratiques productives). Mais aucune action n'a à ce jour été entreprise dans cette direction. Bien au contraire, l'on constate que, sans forcément l'avoir anticipé, les développeurs ont incité les femmes à pratiquer une cueillette à la sauvette, à se comporter en prédatrices vis-à-vis de l'arganier.

Des actions écologiques à contresens des systèmes locaux

La première action à visée environnementale prévue par les développeurs devait consister à inciter les femmes à planter des jeunes pieds d'arganiers. Très rapidement, on a du constater l'échec de cette démarche, et ceci pour trois raisons. Tout d'abord, dans ces sociétés berbères du Sud marocain, les femmes ne sont pas libres d'agir sur le foncier (or la plantation d'arbres est très liée au foncier), d'autant plus que celles qui travaillent dans les coopératives, veuves ou célibataires pour la plupart, ne possèdent pas ou peu de terres. Ensuite, les développeurs ont omis de prendre en compte la répartition sexuelle des tâches. Or la plantation d'arbre est une activité typiquement masculine. Enfin, la plantation de pieds d'arganiers provenant des pépinières des forestiers entraîne inévitablement une rupture du lien entre le paysan, son terroir et le semis, ce qui constitue un vrai frein à l'acceptation du projet par les populations locales.

Devant ces premiers échecs, la stratégie des développeurs s'est réorientée vers une autre logique d'action inspirée des plans d'actions des forestiers : la mise en défens. C'est le cas de l'ONG ENDA Maghreb qui a aménagé dans la région d'Essaouira une zone de mise en défens consacrée à la régénération de l'arganier. À peine deux années plus tard, cette ONG doit faire face à la faillite d'une telle démarche. En effet, le concept de mise en défens appliqué par les forestiers et les développeurs s'avère être radicalement différent du concept (*agdal*) institué par la coutume locale. L'*agdal*, nous l'avons vu, est saisonnier, il a pour but d'articuler les principaux usages de la forêt au niveau du terroir. Au contraire, pour les forestiers, la mise en défens consiste à interdire pendant plusieurs années l'accès des zones les plus dégradées aux activités pastorales et sylvicoles. Cette interdiction provoque une dissociation entre les différentes dimensions concrètes et sociales de la forêt sur l'ensemble du terroir. Dans le cas de l'ONG ENDA Maghreb, cette dissociation est d'autant plus forte que la zone mise en défens s'avère être en réalité un *mouchâa*, un espace de pâturage collectif, c'est-à-dire un espace sacrifié par les populations locales pour pouvoir supporter la pression pastorale lors de la fermeture des forêts d'arganiers. En ne prenant pas en compte l'organisation spatiale et temporelle du terroir, et comme aucune action n'est venue pallier au manque à gagner en matière de parcours et de fourrages provoqué par la mise en défens du *mouchâa*, ENDA a généré un conflit avec les populations locales qui refusent d'accepter un tel chamboulement dans leur manière de gérer la pression pastorale.

Ainsi, la montée des prix de l'huile a comme incidence indirecte l'apparition d'une cueillette-braconnage et la disparition des pratiques productives. Les mises en défens des forêts d'arganiers menées par les développeurs restreignent fortement leur fonction de parcours pastoral. D'un système de domestication de l'arbre

et de la forêt dans lequel pratiques sylvicoles, agricoles, arboricoles et pastorales sont étroitement entremêlées, on passe graduellement à un système de prédation où seule la pratique de la cueillette devient légitime¹⁰. Dans le sillage de l'image commerciale de l'huile d'argan, se profilent ainsi de réelles modifications dans les systèmes locaux d'appropriation de l'arbre et de la forêt.

Le processus de naturalisation symbolique de l'écosystème arganier sous-jacente à l'image commerciale de l'huile d'argan trouve ainsi des prolongements dans les actions pratiques des développeurs et, en retour, dans celles des locaux. Qu'il soit fortuit ou non, l'échec environnemental des programmes de développement tend donc à conforter le modèle simplifié (et négatif) des relations prédatrices entre société et écosystème véhiculé par cette image.

La manipulation de la traçabilité ou la déconstruction du lien au lieu

La zone arganaie : mise en place d'une traçabilité virtuelle ou comment effacer la diversité des terroirs, des pratiques et des filières

Si l'ancrage d'un produit de terroir (tel que défini à travers les spécifications des politiques de protection) fait référence à la tradition, et donc aux savoir-faire, le critère majeur d'identification est la relation au lieu : « *la détermination de la zone d'appellation est constitutive de l'AOC* » [Bérard et Marchenay, 1995 : 159]. Dans la perspective d'une AOC sur l'huile d'argan que cherchent actuellement à instaurer les coopératives féminines, la « zone arganaie » serait amenée à devenir la zone d'appellation. Or le concept de « zone arganaie », tel qu'il est employé par les développeurs et les écologues, correspond juste au territoire « où pousse l'arganier ». Présenté comme un territoire homogène, il ne constitue en rien un terroir.

La distribution localisée de l'arganier ne doit en effet pas occulter la grande diversité des conditions écologiques, biogéographiques ou agronomiques au sein de l'arganaie. L'espèce est caractérisée par une grande plasticité écologique : l'arbre se développe dans une mosaïque de milieux, sur tous les substrats géologiques à des pluviométries annuelles comprises entre 100 et 400 mm. À la plasticité écologique de l'arbre, à la diversité des milieux de l'arganaie, se superpose la diversité des pratiques et des paysages agraires. Certes, l'arganier est partout un élément clé des systèmes agro-sylvo-pastoraux reposant sur la céréaliculture vivrière en sec et l'élevage sur parcours à dominante caprine. Cependant, on distingue plusieurs types d'organisation des terroirs auxquels correspondent des paysages agraires variés. Là où l'habitat est concentré dans des vallées irriguées (reliefs du Haut Atlas et de l'Anti-atlas), l'arganier est cantonné à des forêts de montagnes exploitées comme zone de cueillette et de parcours (et d'espace de culture lors des bonnes années). Dans les régions à habitat dispersé autour de terres non irriguées, s'il est encore présent sous forme de forêts et de matorrals, il est aussi associé à des plantations d'oliviers et d'amandiers dans des surfaces de cultures d'orge ou mélangé aux

10. De manière formelle (dans la forêt à sept droits) ou informelle (dans la forêt à deux droits).

figuiers de barbarie dans des zones horticoles (plateaux de l'Atlas occidental et bordure occidentale de l'Anti-atlas). Dans le premier type de terroir, le village tient une place centrale dans le contrôle de l'accès aux fruits d'argan. Dans le second, c'est la famille et le patrilignage qui sont centraux dans la gestion et l'appropriation de l'arganier. La diversité des terroirs et des paysages de l'arganeraie accompagne la diversité des pratiques de gestion et d'appropriation de l'arbre. Par exemple, loin d'être une pratique uniforme, l'*agdal* peut revêtir des formes très différentes selon les régions. En pays Haha (région d'Essaouira), l'*agdal* est une forêt soumise à une mise en défens pastorale et saisonnière au sein d'un groupe segmentaire. Les arbres sont appropriés par les patrilignages et les familles. En pays Aït Ba'amran (région de Sidi Ifni), l'*agdal* est un espace sanctuaire situé à la frontière entre plusieurs groupes segmentaires. La forêt est confiée à un « lignage saint » qui l'exploite dans l'indivision et en contrôle les modalités d'usage [Simenel R., 2007].

À la diversité des terroirs de l'arganier correspond aussi une pluralité d'usages alimentaires de l'huile d'argan. Chaque région recèle sa préparation culinaire particulière à base d'huile d'argan. La plus célèbre de ces préparations, l'*amlou*, pâte semi liquide composée d'huile d'argan, de miel et d'amandes pilées, généralement consommée au petit-déjeuner, est spécifique à la région de Tafraoute. L'on peut aussi citer le traditionnel *lebssiss* de la région d'Essaouira, mélange de farine d'orge torréfiée et d'huile d'argan, auquel les habitants de la région de Tiznit rajoutent du miel et parfois un œuf. Dans le cadre d'une valorisation de l'huile d'argan en tant que produit de terroir, toute cette richesse culinaire encore méconnue gagnerait à être prise en compte.

En se superposant à une zone arganeraie unifiée, la délimitation de la zone d'appellation efface la diversité des terroirs de l'arganier et des usages alimentaires de l'huile d'argan. Elle efface du même coup le lien du produit au lieu précis de sa production. Le problème de la traçabilité est essentiel dans la définition d'un produit de terroir. Or c'est toujours sur la base de la délimitation géographique d'une appellation que se définit la traçabilité du produit. Dans la démarche actuelle, le fait que les fruits d'argan proviennent de la zone arganeraie suffit à justifier de la traçabilité du produit. De fait, l'huile d'argan devient le produit d'un « local » qui couvre presque un million d'hectares. Les critères de tradition et de relation au lieu ne sont plus qu'un simple artefact. Cette démarche, qui abuse le consommateur persuadé d'acheter un produit « de terroir », correspond, par défaut, à la réalité de la production des coopératives, qui se contentent d'édifier une traçabilité virtuelle du produit. Les notions d'origine, de localité et de provenance n'en sont pas moins intégrées au concept des coopératives, car la relation au lieu justifie, en amont, leur multiplication dans la zone arganeraie.

La traçabilité de l'huile selon les coopératives/Les savoirs locaux sur l'origine de l'huile

Les coopératives ne disposent d'aucun arganier et en posséder n'est pas, pour les femmes, un critère d'adhésion. L'achat de fruits est donc nécessaire [Jabiot, 2007 : 19]. Les fournisseurs attirés d'une coopérative peuvent s'approvisionner

« localement », sur les souks ou auprès des habitants de la région (c'est le cas de la coopérative Tamounte fondée par l'ONG Enda Magheb). Cependant, en grande majorité, les coopératives ont tendance à utiliser des amandons qui ne proviennent pas du terroir dans lequel elles s'inscrivent. La filière des fruits d'arganier est faite de telle manière que les coopératives de la région d'Essaouira ont tendance à se fournir en amandons provenant de la région de Tafraoute et vice et versa. Il n'y a donc aucun rapport direct entre les femmes et les fruits qu'elles concassent. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce brouillage de la filière. Mais qu'elles soient d'ordre économique (la spéculation que permet le fait d'acheter et de vendre le même produit dans des régions différentes), ou sociologique (la volonté de ne pas commercer chez soi avec des femmes mal vues), elles aboutissent toutes à la même conséquence politique et commerciale : l'homogénéisation de la ressource au niveau de la zone d'appellation.

La traçabilité virtuelle, stimulée par les programmes de développement et promue par les coopératives, contraste avec la précision des savoirs locaux sur le caractère des huiles et sur l'origine des amandons dont est extraite l'huile d'argan. À l'échelle de la « zone arganeraie », les populations locales identifient différents types d'huiles en fonction des facteurs géo climatiques des régions. De terroir en terroir, le degré de torréfaction est aussi souvent évoqué comme un autre facteur de variation du goût de l'huile (certaines tribus sont connues pour apprécier une huile douce à base d'amandons légèrement torréfiés, alors que d'autres préfèrent une huile plus forte extraite d'amandons presque grillés ; de même, si telle tribu est réputée pour aromatiser l'huile d'argan avec de l'armoise, d'autres sont célèbres pour y ajouter du piment ou du thym). Cette différenciation des types d'huiles à l'échelle de la « zone arganeraie », qui s'apparente à une véritable territorialisation du goût de l'huile, obéit à des critères tout autant environnementaux que liés aux savoir-faire ou aux habitudes alimentaires.

À l'échelle d'un terroir, certaines variations de l'huile sont parfois reconnues. La qualité de la terre et l'exposition sont deux critères importants. Mais en général, la perception de l'huile témoigne tour à tour d'un caractère unique ou d'une grande diversité. Cependant, même derrière l'unicité revendiquée de l'huile sur le terroir, la matière première (les amandons) n'est pas considérée comme homogène, bien au contraire. Selon la classification locale, il y a des amandons à forme longue, des amandons minces et d'autres petits et épais (*tarzift*, *tazdit*, *tdnit*). Toute cette diversité, identifiée dans le détail par les femmes, provient des champs, mais aussi de la forêt d'où les amandons sont ramenés par les chèvres qui les régurgitent dans la bergerie. Le mélange de ces différents types d'amandons est recherché par les maîtresses de maison car elle est gage de qualité et donne à l'huile sa typicité. Dans certaines circonstances, au contraire, les femmes trient les amandons pour produire des huiles singulières. C'est le cas des amandons provenant des arganiers de saints à caractère exceptionnel en raison de leur taille et leur histoire. Les huiles issues de ces arbres sont appréciées pour leur saveur et font l'objet de dons car elles sont censées porter la *baraka* (bénédiction divine). Les amandons régurgités par les chèvres donnent une huile au goût « fort », traditionnellement réputée pour ses

vertus thérapeutiques. Enfin, certaines noix dites *ertbrint* (« trop au soleil ») sont séparées des autres car les amandons contenus collent à la coque et il est difficile de les extraire sans abîmer l'endocarpe. Ces noix sont alors trempées dans l'eau pendant 24 heures afin de décoller l'amandon en toute facilité. Une autre pratique consiste à mettre de côté des noix dont la coque se casse très facilement. Ainsi pour un besoin urgent d'huile, ces noix peuvent être cassées rapidement afin de produire une huile destinée à la vente ou à la consommation domestique. Le traitement de la diversité des huiles et des amandons est ainsi variable dans le temps et dans l'espace, selon le lien social reliant les gens qui partagent l'huile, selon le type d'arbre, le mode et la période de collecte, le plat cuisiné, la valeur thérapeutique recherchée, et enfin selon qu'il s'agisse d'un don ou d'un échange commercial.



Trois types d'amandons. Y. Thomas, 2008

Unicité et diversité de l'huile se côtoient ainsi dans un même univers social et au sein d'un même terroir. L'ambivalence entre le maintien de la diversité des amandons, conservés et mélangés pour produire une huile homogène, et la sélection de certains types d'amandons pour produire des huiles singulières, fait sens à l'échelle locale et contribue à la conservation de la biodiversité de l'arganier. Les savoirs des habitants sur la traçabilité sont ainsi à aborder avec précaution pour définir une huile ou des huiles dans le cadre de la valorisation de produits de terroir. Quoiqu'il en soit, cette appréciation locale de la diversité des types

d'huiles et de leur traçabilité se distingue nettement de celle des projets de développement qui cherchent à multiplier certaines variétés « plus productives ».

La dé-domestication de la filière huile d'argan

Le schéma 1 propose une représentation simplifiée de la filière de l'huile d'argan en fonction des multiples territoires imbriqués où se déroulent les échanges entre les différents acteurs, locaux ou distants, impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation des produits à base d'argan. Ce schéma illustre la déterritorialisation de la production traditionnelle d'huile au profit d'une reterritorialisation de la filière aux échelles nationales et internationales, selon un processus industriel adapté à la demande des consommateurs du monde entier. Cette reterritorialisation est permise grâce à de nouveaux partenariats entre certains producteurs (coopératives, paysans, revendeurs, fournisseurs, sociétés privées, etc.), les femmes, initialement détentrices de la production d'huile dans son ensemble, ne jouant plus que le rôle de cueilleuses et de concasseuses, tout en amont de la filière.

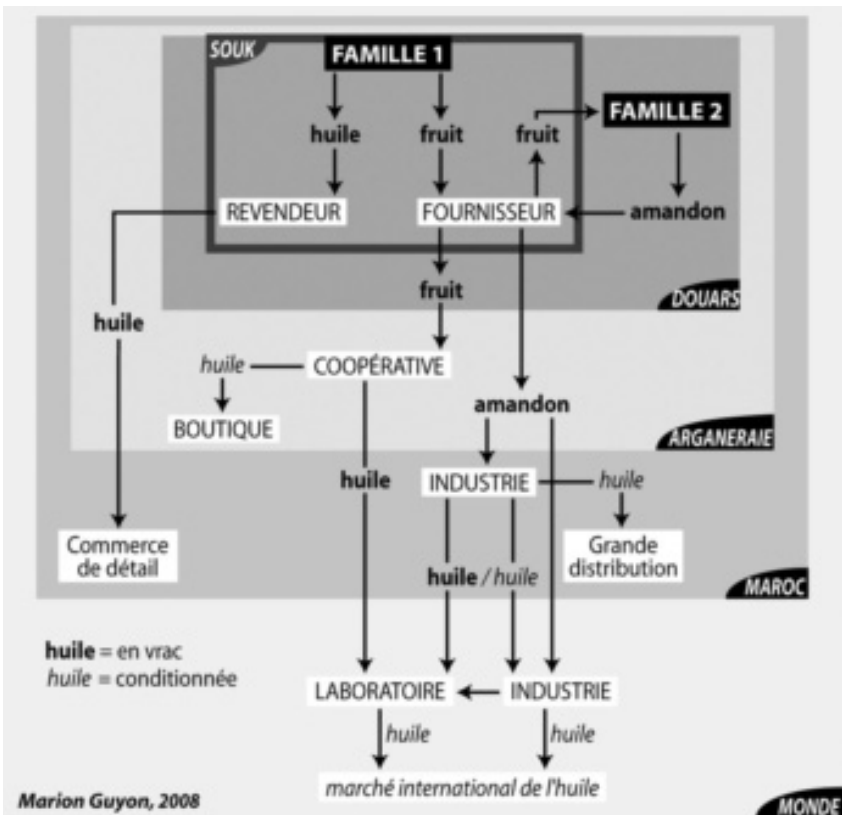


Schéma 1 : La filière de l'huile d'argan

Actuellement, la filière huile d'argan se décompose grossièrement en trois principaux segments ou sous-filières : la sphère familiale traditionnelle, la production « semi-artisanale » des coopératives d'huile et enfin celle entièrement mécanisée des entreprises « industrielles »¹¹. La matière première, le fruit frais d'argan, est récoltée par les familles (famille 1) qui le transforment en huile ou le stockent chez elles avant de l'amener au souk. Elles ont alors le choix entre céder leur huile à un revendeur – au prix de 130 dirhams/l en avril 2008, ou vendre leurs fruits à un intermédiaire (fournisseur) pour 30 dirhams/kg. La production moyenne d'une famille est de l'ordre d'un à deux litres par semaine. Les femmes (famille 2) peuvent aussi vendre des amandons issus du cassage des noix de leur propre récolte ou fournis par un intermédiaire. Certains intermédiaires (revendeurs) parcourent différents douars et souks de la région pour acheter plusieurs centaines de litres d'huile par semaine revendues au détail dans les villes à des épiceries ou des magasins de produits biologiques destinés aux touristes. D'autres fournisseurs sont spécialisés dans l'approvisionnement en fruits secs des coopératives féminines, qui constituent une sous-filière « sans ressource naturelle » mais relativement bien dotée en ressources financières extérieures provenant des bailleurs de fonds internationaux et des organismes étatiques marocains¹². Plusieurs coopératives fonctionnent en réseau, utilisent internet pour se faire connaître et bénéficient de circuits de commercialisation d'huile assez bien organisés, au Maroc ou à l'étranger. Les coopératives de production d'huile d'argan, selon leur taille et leur degré de mécanisation, commercialisent leurs produits à travers trois circuits distincts : par contrat avec des entreprises étrangères (220 dirhams/l pour l'huile cosmétique), aux touristes (au prix de 100 dirhams les 250 ml), aux boutiques. On comptait en 2005 au Maroc une dizaine de sociétés industrielles commercialisant l'essentiel de leur production hors de l'arganaie, dont une partie importante à l'export. Les prix de vente pratiqués sont alors décuplés par rapport à ceux des marchés locaux¹³.

Avec le développement de nouveaux marchés, principalement à l'exportation, et l'apparition d'autres producteurs d'huile que les familles rurales (coopératives, sociétés privées), la filière d'huile d'argan a subi une profonde mutation. Pour conserver le contrôle sur une partie du processus de production d'huile, en l'occurrence le déulpage et le concassage des fruits, les coopératives ont noué des partenariats avec d'autres producteurs privés pour créer l'Association marocaine des indications géographiques pour l'huile d'argan (AMIGHA). Ses objectifs sont la protection et la valorisation du savoir-faire et des intérêts des producteurs. Un premier pas a été franchi en adoptant l'indication géographique protégée (IGP) qui assure qu'au moins une étape de la production est effectuée dans l'arganaie.

11. On estime la production d'huile d'argan à 4 000 tonnes par an, soit 4 à 8 % de la production marocaine d'huile d'olive selon les années [Chaussod *et al.*, 2005].

12. Le projet Arganier est un programme d'appui à l'amélioration de la situation de l'emploi de la femme rurale et gestion durable de l'arganaie dans le Sud-ouest marocain (2003-2010), cofinancé par l'Agence de développement sociale marocaine ADS et l'Union européenne.

13. La bouteille d'huile alimentaire de 250 ml coûtant en Europe entre 20 et 25 euros (220 à 275 dh).



Huile vendue en boutique. B. Romagny, 2008

Ce dispositif vise à empêcher la délocalisation de l'ensemble de la filière hors de la région, « berceau de l'arbre ». Le « projet arganier » a également encouragé les coopératives féminines à adhérer à des groupements d'intérêt économique (GIE), pour les aider à commercialiser leurs produits à l'étranger. Ces GIE, au nombre de quatre à ce jour, se divisent le territoire de l'arganeraie selon les délimitations administratives des provinces¹⁴. Les GIE ont permis aux coopératives d'adhérer à la certification biologique ECOCERT moyennant cotisation. Ainsi par manque d'ancrage dans un espace socio-culturel et écologique concret, la zone arganeraie assimilée à tort à un terroir, les coopératives cherchent à re-territorialiser leur propre production en se groupant à partir du découpage administratif de l'État marocain.

Jusqu'à maintenant, la cueillette (avec le concassage) est la seule activité où la population locale détient un monopole dans la filière. Aucune concession du droit de cueillette n'a encore été faite à des organismes de développement ou à des entreprises privées, mais la cueillette est bien sûr l'étape de la filière qui dégage le moins de plus-value. Toutes les autres activités de la filière en aval de la cueillette, en particulier les dernières étapes, sont captées par les coopératives et les privés, enlevées à la sphère domestique dans laquelle elles sont traditionnellement conduites.

14. *Targanine* pour la province d'Agadir, *Vitargan* pour celle d'Essaouira, *Taroudant* pour la région du Souss.

Conclusion

De la naturalisation de l'huile d'argan à cette « dé-domestication » de la filière, il s'agit du même processus qui consiste à faire sortir l'arbre, la forêt et le produit de la sphère domestique avec pour conséquence de couper le lien organique entre le produit et son origine (l'arganeraie et les populations locales). En effet, en niant tout le processus de domestication de l'arbre et de l'écosystème, puis en dépossédant les unités familiales de la production et de la valorisation de l'huile, les développeurs ont réussi à déraciner et à dénaturer le produit, tout en continuant à le présenter comme un produit à la fois « local », « naturel » et « traditionnel » reposant sur des « savoirs ancestraux ». Sur le point d'être adoptée par le monde comme « produit de terroir », l'huile d'argan conserve de moins en moins de liens avec les lieux, les savoir-faire et les acteurs qui font sa typicité, même si l'image de la forêt et les savoirs locaux sont mobilisés dans cette entreprise. En ce sens, le cas de l'huile d'argan est un très bon exemple de domination politique, économique et symbolique d'un monde rural qui vit encore dans une autre logique, par ce qu'on peut appeler le « monde du développement », et qui comprend aussi bien les organismes internationaux et les ONG que les entrepreneurs privés, les institutions et les experts du pays. Sous le couvert de la promotion d'une tradition reficelée pour plaire à un public international, on voit pointer une double entreprise. Tout d'abord une « modernisation » de fait des techniques et des filières. Ensuite une requalification de l'arganeraie (et des pratiques qui lui sont associées) dans le cadre de la gestion environnementale qui tend à en faire un système naturel dans lequel l'homme est admis, mais où son destin et ses pratiques sont déterminées par les politiques de conservation de la « naturalité » du système. Dé-domestiquer revient alors à enlever la liberté d'action et le pouvoir de décision des populations locales sur l'écosystème en laissant la place libre aux experts de l'environnement.

BIBLIOGRAPHIE

- ALIFRIQUI M. [2004], « L'écosystème de l'arganier », Étude réalisée à la demande du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD-Maroc).
- BÉRARD L., MARCHENAY Ph. [1995], « La construction sociale des produits de terroir », *Terrain*, 24 : 153-164.
- BOURBOUZE A., *et al.* [2005], « L'élevage caprin dans l'arganeraie : l'utilisation conflictuelle d'un espace », *Cah Agric*, 14, p. 447-453.
- CHAUSSOD, *et al.* [2005], « L'arganier et l'huile d'argane au Maroc : vers la mutation d'un système agroforestier traditionnel ? », *Cah Agric*, 14, p. 351-356.
- DESCOLA Ph. [2005], *Par-delà nature et culture*, Paris, Gallimard, 624 p.
- GURURANI S. [2002], « Construction of Third World women's knowledge in the development discourse », in *International Social Science Journal*, numéro spécial : « Indigenous Knowledge », Ed. A. Agrawal, 173, p. 313-323.
- JABIOT I. [2007], *Entre innovation et conformité. La coopérative Tamounte d'extraction d'huile d'argan*, Mémoire de master d'ethnologie, Université Paris 10 Nanterre, 120 p.

- LYBBERT, *et al.* [2002], « Market-based conservation and local benefits : the case of argan oil in Morocco », in *Ecological Economics*, 41, p. 125-144.
- M'HIRIT O., *et al.* [1998], *L'arganier. Une espèce fruitière forestière à usages multiples*, Mardaga, Sprimont.
- SIMENEL R. [2007], *L'origine est aux frontières. Espace, histoire et société dans une terre d'exil du Sud marocain*, Thèse de doctorat d'ethnologie, Université Paris 10 Nanterre, 397 p.