

BELDI / ROUMI,
UNE CONCEPTION MAROCAINE DU PRODUIT DE TERROIR,
L'EXEMPLE DES AÏT BA'AMRAN DE LA REGION DE SIDI IFNI

Romain Simenel, IRD, LPED Marseille

Comment pense-t-on la spécificité des denrées alimentaires issues du travail de la terre par rapport aux produits d'alimentation industrielle dans des sociétés rurales musulmanes comme celles du Maroc ? Une telle question a un intérêt certain à l'heure où l'Etat marocain et les acteurs du développement s'approprient à utiliser la notion de « terroir » comme instrument de développement durable. Certes, cette notion s'enracine en France dans une tradition commerciale déjà vieille de plus de 20 ans par le biais de la promotion de « produits de terroir » comme base de consolidation des dynamiques économiques et culturelles de territoires ruraux particuliers. Cependant, au Maroc, la notion de terroir était encore méconnue des politiques de développement il y a de cela à peine quelques années. Néanmoins, peut être encore plus que les sociétés rurales françaises, les sociétés rurales marocaines accordent à la terre et au travail de la terre une valeur sociale et identitaire hautement structurante. Il suffit de citer des termes tachelhit (dialecte berbère du Sud Marocain) tels que *tamazight* (territoire cultivé) ou *akel* (terre) pour s'en convaincre. Dans des sociétés rurales où l'idée d'inscription dans un espace cultivé et délimité est aussi présente, quel traitement culturel peut être réservé aux ressources alimentaires qui en sont tirées ? En ligne de mire de ce questionnement, c'est bien l'existence d'une conception marocaine du produit de terroir qui est interrogé dans cet article. Cette problématique est ici traitée à partir de matériaux ethnographiques issus d'un terrain ethnographique dans le Sud marocain, mais la classification mise à jour concerne à moindre mesure une grande partie du Maroc.

**DE L'APPROPRIATION DU SOL A LA PRODUCTION DES
RESSOURCES AGRICOLES : LA REFERENCE A L'OCCIDENT**

Chez les Aït Ba'amran du Sud Ouest Marocain, l'Occident ou le monde Chrétien est fortement représenté dans le paysage. De nombreuses ruines d'habitations, de greniers à blé ou de fours à chaux de construction autochtone sont attribuées à d'anciens chrétiens colonisateurs que l'on appelle *roumi* et qui se distinguent en différents groupes identifiés Bortugiz, Sbbagnol, Ingliz ou encore Franciss. Tous ces sites en ruine, pour la plupart situés aux abords des frontières, sont associés à des toponymes et des légendes qui mettent en scène un *jihad* permanent contre le *roumi* colonisateur. Des saints musulmans, hommes venus d'ailleurs et qui se sont distingués par leur foi, leurs savoirs religieux et magiques, leur miracle, leur baraka ou leur malédiction, auraient depuis tout temps lutté contre les colonisateurs chrétiens. Toute cette composition et interprétation du paysage forme la trame d'un discours dominant sur l'occupation du sol véhiculé principalement de manière officielle par les officiants religieux (*fqih, tlba*) et les hommes de religion (*chorfa*). La référence aux chrétiens efface le passé des autochtones et justifie le *jihad* mené par les saints comme mode d'appropriation territoriale (Simenel, 2010). La référence aux Chrétiens dans l'histoire locale de l'appropriation des terres ne se

limite pas à celle des Aït Ba'amran. De nombreux auteurs ont relevé une telle spécificité du regard que les locaux ont de l'histoire foncière dans différentes régions du Maroc et du Maghreb en général (Gellner, Dakhli, Colonna). Dans le contexte du discours oral, la référence à l'occident est ainsi utilisée pour penser le rapport à la terre et tous les enjeux sociaux qui s'en suivent. Aussi n'est-il pas étonnant de voir que le monde chrétien est de même une référence utile pour penser le mode de production alimentaire.

De manière générique, la production alimentaire paysanne est définie par opposition à celle que les Aït Ba'amran désignent comme « chrétienne », *roumi*. Comme le rappelle Hassan Rachik, « le mot *roumi*, qui dériverait de *al-roum* (Byzance), désigne le chrétien et tout ce qui est originaire de l'Occident (1997 : 293) ». A de nombreuses ressources sylvo-agro-pastorales produites localement et dites « *beldi* », sont opposées celles dites « chrétienne », et par extension sémantique du terme *roumi*, à celles qui viennent d'Occident. D'après le même auteur, « le mot *beldi* signifie littéralement « du pays » (*balad*) et s'applique à tout ce qui est exclusivement « local » et « indigène » (1997 : 293) ». La signification du terme *balad* diffère radicalement du sens péjoratif que donne la langue française au mot « bled », mais se rapproche plutôt du sens donné en France au terme « terroir », mettant en avant l'aptitude d'une région à produire des ressources qui lui sont propres. Quoiqu'il en soit, l'étiquette *beldi* ne va pas sans l'étiquette *roumi* ; pour qu'un produit soit qualifié de *roumi*, il doit être doté d'un homologue *beldi*, et vice-versa. Le couple de terme « *beldi/roumi* » employé fréquemment dans la langue tachelhit mais aussi dans l'arabe dialectal du Maroc pour qualifier des produits d'origine végétale ou animale différencie littéralement « ce qui vient du terroir » de « ce qui vient de l'Occident ». Cependant, l'opposition entre produits *beldi* et produits *roumi* ne traduit pas une réalité historique, bien au contraire. Ainsi, certains produits, pourtant d'origines extérieures au Maroc et ayant été anciennement introduits dans la sphère domestique, ne portent pas l'étiquette *roumi* ; c'est le cas du sucre et du thé, autant de produits fortement valorisés au sein de la culture locale et qui font même l'objet de nombreux poèmes et proverbes sans pour autant être désignés de *beldi*¹. D'autres produits qui sont pourtant aussi récemment importés que les derniers cités rentrent dans la catégorie des *beldi*, c'est le cas du piment. Dans ce cas précis, le piment, appelé pour l'occasion « poivron *beldi* », vient s'opposer au poivron commun importé encore plus récemment, et qui lui porte donc l'étiquette *roumi*.

Dans le Sud marocain, la figure de l'occident chrétien permet d'articuler de manière idéologique l'accès à la terre entre musulmans et donc la construction du terroir mais aussi de situer la production locale du terroir par rapport à une autre production, celle désignée sous l'étiquette *roumi*. Mais à quoi renvoie véritablement l'étiquette *roumi* si elle ne désigne pas totalement les produits venus de l'extérieur ? Et en quoi son opposition permet de mieux distinguer ce qu'est un produit *beldi* ?

¹ Sur l'appropriation culturelle du thé, se référer à l'article de Baptiste Buob, « Paraître et être authentique : tradition et identité chez les dinandiers de la médina de Fès » (2005).

BELDI / ROUMI : LES PRODUITS DU TERROIR DANS LE MIROIR DE L'OCCIDENT

Bien souvent, le couple *beldilroumi* oppose deux végétaux ou deux animaux de la même espèce qui diffèrent par leur mode de culture ou d'élevage. La distinction terminologique *beldilroumi* s'applique en premier lieu aux fruits et légumes cultivés. A la « tomate du bled » (*maticha tabeldit*), tomates cerise, la « carotte du bled » (*rezzou beldi*), carotte de couleur jaune, au « piment du bled » (*ififel beldi*), petit piment rouge, et au « navet du bled » (*tirkmin tabeldit*), petit navet de couleur marron clair, correspondent respectivement la « tomate chrétienne » (*maticha taroumit*), tomate de calibre standard, la « carotte chrétienne » (*rezzou roumi*), carotte commune, le « piment chrétien » (*ififel roumi*), qui n'est autre que le poivron, et le « navet chrétien » (*tirkmin taroumit*), navet blanc standard. Les fruits et légumes *beldi* sont tous cultivés dans les jardins limitrophes des douars (communautés villageoises) alors que ceux dits *roumi* sont vendus dans les grands souks et produits dans des exploitations maraîchères de la région de Tiznit. Les étiquettes *beldi* et *roumi* s'emploient aussi pour les produits de l'élevage. Elles servent à distinguer la « poule du bled » (*affoulous beldi*), poule élevée dans une basse-cour de la maison, de la « poule chrétienne » (*affoulous roumi*), poule élevée en batterie de couleur blanche, et par extension les « œufs du bled » (*tigley tabeldit*) des « œufs chrétiens » (*tigley taroumit*). D'autres produits alimentaires sont sujets à cette distinction terminologique : le « beurre du bled » (*tudit tabeldit*), le « lait du bled » (*takfeyt tabeldit*) ou encore « l'huile du bled » (*zit tabeldit*), produits à la maison, sont opposés aux « beurre chrétien » (*tudit taroumit*), au « lait chrétien » (*takfeyt taroumit*) et à « l'huile chrétienne » (*zit taroumit*), tous de fabrication industrielle et vendus dans les épiceries.

Pour les Aït Ba'amran, le terme *roumi* stigmatise un mode de production intensif et industriel, dont la productivité élevée s'explique par le recours aux engrais chimique pour cultiver les fruits et légumes, par le gavage des poules et par l'utilisation de machines pour produire le beurre et le lait etc. Ce mode de production est apprécié, à juste titre, comme une importation de la colonisation. D'après les Aït Ba'amran, les produits *beldi*, « il y en a toujours à la maison », alors que les produits *roumi*, « on les achète au souk ». Le couple *beldilroumi* met donc en opposition deux produits classés dans la même famille mais qui diffèrent par leur mode de production et de distribution : *beldi* spécifie la production paysanne du terroir qui relève de la sphère domestique, alors que *roumi* s'applique à des produits cultivés de manière intensive ou industrielle et qui sont intégrés dans un réseau marchand global. De ce fait, bien que parfois réalisée à seulement quelques kilomètres du pays Aït Ba'amran, la production industrielle marocaine de produits comme le poulet de batterie, les œufs, les tomates, les poivrons et autres carottes, est qualifiée de « chrétienne ». La production alimentaire industrielle et globale est appréhendée comme un mode de culture typiquement occidentale qui s'oppose à la production alimentaire locale, paysanne ou de terroir, mais qui lui est complémentaire pour penser la consommation matérielle.

LA CULTURE GLOBALE COMME ERSATZ AVILISSANT DE LA CULTURE LOCALE PAYSANNE

De manière générale, le produit *roumi* est dévalorisé par rapport à son correspondant *beldi*, aussi bien au niveau du goût, qu'au niveau de l'esthétique ou de l'utilisation. Pour les plantes sauvages, *beldi/roumi* permet de distinguer entre deux types considérés d'une même espèce, laquelle est utile notamment comme fourrage (*beldi*) de laquelle est mauvaise herbe (*roumi*). Pour les plantes cultivées, légumes et fruits, mais aussi pour les animaux domestiques, *beldi/roumi* sert à distinguer la production du terroir (*beldi*) de la production industrielle (*roumi*) fortement dévalorisée. Pour les Aït Ba'amran, le poivron est certes plus gros que le piment, mais il est fade par rapport à ce dernier qui a du piquant et dont juste un petit morceau peut relever un couscous. Il en va de même, disent-ils, pour la poule de batterie, plus charnue que celle du terroir mais qui n'a aucune saveur. Le produit *roumi* a toujours moins de caractère que son homologue *beldi*, cela étant dû, d'après eux, à son mode de production : trop d'eau et d'engrais pour ce qui est des fruits et légumes, une alimentation unique pour les poules, l'utilisation de machines pour produire le beurre, le lait ou l'huile etc. De surcroît, les ressources alimentaires *roumi* sont appréhendées comme étant nocives pour le corps humain, elles comporteraient toutes une part de poison (*ssm*). Les ressources alimentaires *roumi* sont censées affaiblir le corps face aux maladies, contrairement à celles *beldi* dont les vertus procurent vigueur et force. De nombreux symptômes sont attribués à la consommation, en trop grande quantité, des ressources « chrétiennes » : la perte de cheveux, les varices, la baisse de la vue etc. Les enfants sont les plus exposés à la nocivité des produits « chrétiens ». D'après la coutume, un nouveau-né doit boire exclusivement le lait de sa mère, si possible jusqu'à l'âge de trois ans, puis se nourrir de produits *beldi* ; c'est grâce à ce régime, dit-on, que l'enfant se souviendra de ses parents et de son terroir quand il sera plus grand. Si le nouveau-né boit du lait en poudre pour bébé, qualifié de *roumi*, il ne ressentira pas d'amour pour ses parents, ni le goût des produits de son terroir. Selon les Aït Ba'amran, les émigrés partis vivre dans les grandes villes du Maroc ou en France ont été pervertis par les ressources *roumi* qu'ils consomment, en particulier leurs enfants qui n'ont jamais vécu au pays. Pour cette raison, expliquent-ils, ces enfants d'émigrés tombent malades en buvant du lait caillé de la maison. Même s'ils sont les enfants de gens du pays, leur corps est désormais étranger au terroir. Les ressources alimentaires *roumi* sont, en conséquence, considérées comme des doublons dégradants des ressources *beldi*, qui, elles, véhiculent les valeurs locales, en premier lieu celle de l'attachement à la famille. À haute dose, les ressources « chrétiennes » pervertissent le corps et la sociabilité des hommes.

Cette perspective de poser en regard la culture globale, étiquetée « chrétienne », comme un doublon avilissant de la culture matérielle locale, se retrouve dans l'obstination à trouver pour chaque produit ménager ou d'hygiène corporelle industriel, un homologue *beldi* au sein du terroir. Dans ce cas, c'est bien souvent le nom français du produit industriel, transformé par l'accent local, qui est associé au qualificatif *beldi* pour former le surnom du produit local auquel il est symétriquement opposé. L'écorce de noyer (*lmsoaq*), qui sert localement aux femmes pour teinter leurs gencives, est le « *dentifrice beldi* », le bâton d'acacia,

utilisé pour se nettoyer les dents, est la « *brosse à dents beldi* », le savon noir local est le « *sabon beldi* », l'argile brune (*ghassoul*) est le « *chamboin beldi* », la jarre en terre cuite (*abuqal*) ou l'outre (*aoulg*), qui gardent l'eau fraîche, sont surnommées « *frigidaire beldi* », le balai (*taleyf*) est le « *spirateur beldi* » etc. Tous ces produits sont d'autant plus posés comme des spécificités de la culture locale, qu'ils font, du point de vue des usages, le contrepoint des produits industriels. Pour un même usage, les produits *beldi* sont censés être plus efficaces que leurs homologues *roumi*, même si ces derniers sont reconnus plus pratiques. Tout comme pour les ressources alimentaires *roumi*, les produits manufacturés *roumi* sont dits nocifs pour la santé et le corps.

En définitive, le label *roumi* vient à désigner tout ce qui existe ou existait dans le terroir et qui est produit maintenant de manière intensive ou industrielle. Ainsi, la production industrielle même marocaine de produits comme le poulet de batterie, les œufs, les tomates, poivrons et autres carottes orange, est associée à l'occident par opposition au poulet de terroir, aux carottes jaunes, piment et tomates de terroirs. L'huile d'argan produite par les coopératives marocaines, est, elle aussi, classée comme argan *roumi* (Simenel & al., 2009). La culture globale dite « chrétienne » ne serait composée que d'ersatz de produits du terroir cultivés ou fabriqués de manière industrielle. Pour les Aït Ba'amran, la production industrielle n'est pas une innovation, elle fait seulement figure de mauvaise copie. À deux cultures, correspondent deux productions : une *roumi* composée de mauvaises herbes et d'ersatz de produits du terroir cultivés de manière industrielle et une production *beldi* faite de produits du terroir et de plantes utiles. Les produits *roumi* ne sont pas appréhendés comme modernes et innovants mais comme de pâles substituts dont la consommation à outrance tend à aliéner la culture *beldi*. La culture « chrétienne » est perçue comme une menace pour la culture locale car elle contagionne le corps, en provoquant chez le sujet une amnésie du terroir, étape centrale dans le processus d'acculturation tel qu'il est envisagé localement. Néanmoins, l'on admet tout de même à demi-mot que la culture matérielle « chrétienne » a l'avantage d'être toujours disponible, surtout lors des années de sécheresse qui réduisent la culture *beldi* à néant. Pour remédier au paradoxe d'une société qui, pour survivre dans les années de sécheresse, doit se nourrir de produits industriels considérés comme aliénant, un nouveau label est en train d'apparaître, celui du « croisé ». Dans certains douars, l'on voit en effet apparaître ces dernières années des « œufs croisés » issus de « poules croisées », elles-mêmes hybrides entre des poules *beldi* et des poules *roumi*.

Pour les Aït Ba'amran, l'industrialisation façonne une production *roumi* dérivée de la production *beldi* mais dont les critères de goût, de calibrage et de quantité sont radicalement différents. Néanmoins, l'une n'existe pas sans l'autre, et chez les Aït Ba'amran, l'univers des denrées alimentaires et des produits ménagers et domestiques est pensé au travers de ces deux principaux pôles. Le rapport au monde chrétien et occidental constitue ainsi l'un des pôles d'altérité selon lequel une société rurale et berbérophone marocaine envisage sa production alimentaire locale, mais il n'est pas le seul.

LE BELDI VIENT D'AILLEURS

Si la production des ressources locales est opposée de manière dualiste à la production industrielle, elle s'inscrit aussi dans une dynamique d'altérité et d'historicité bien plus complexe que les simples dichotomies moderne/traditionnel ou endogène/exogène auxquelles est associée communément la notion de "produit de terroir". Contrairement au concept de "produit de terroir" tel qu'il est employé dans la législation européenne², le label *beldi* ne signifie pas que le produit est revendiqué comme endogène, autochtone voire endémique ; au contraire, les produits *beldi* sont réputés venir d'ailleurs. En effet, la plupart des ressources et produits *beldi* auraient été apportés par les saints musulmans à l'époque du jihad contre les Chrétiens. Par exemple, les navets *beldi* de Mirleft sont connus pour avoir été importés par le saint Sidi M'hend ou Yussuf de la ville de Ouezzane dans le nord du Maroc. Quant au figuier de barbarie (*Opuntia ficus indica*), dit *aknari beldi*, à ne pas confondre avec son homologue *roumi*, l'agave d'Amérique, plante décorative présente dans les parcs et autour des bâtiments officiels, un récit oral raconte comment il fut rapporté des Canaries par 10 pêcheurs originaires d'un lignage saint andalou. Les saints ont apporté l'Islam en ces terres en même temps que les produits de terroir. Cela semble logique dans la mesure où la fondation du terroir et l'exploitation des terres ne sont rendues possibles qu'après l'intercession de ces derniers. Or, tous ces produits de terroir, soi-disant apportés par les saints, sont parallèlement qualifiés de « musulman ». En pays berbère, le terme *beldi* est en effet bien souvent remplacé dans le discours par le terme *muslim*, « musulman ». Le label *beldi* se double de celui de *muslim*, son corollaire sémantique en tachelhit, et oppose ainsi les produits de terroir « musulmans » aux produits industriels « chrétiens ». Mais il semble que cela soit là une spécificité de la culture berbère³.

Pour les Aït Ba'amran, la culture matérielle locale est musulmane par opposition à la culture matérielle globale qui, elle, est chrétienne. La figure des saints projette la culture locale dans un rapport d'altérité religieuse avec la culture globale. Les saints venus d'ailleurs sont à l'origine de la culture matérielle locale en tant que culture musulmane qui s'oppose à la culture globale « chrétienne » introduite par la colonisation. Ce n'est d'ailleurs que sous l'égide des saints que les produits *beldi* peuvent être vendus. En effet, les produits *beldi* sont pour la plupart intégrés occasionnellement à un réseau marchand local : celui des *moussems* commerciaux, ces grands marchés organisés annuellement autour des tombeaux des saints. Chaque *moussems* a sa spécialité en produits *beldi*. Au *moussems* de Sidi Mohammed ben Abdallah, on vient pour y acheter les poules *beldi* et le bétail local, celui de Sidi Ali Bouzid est spécialisé dans la vente de graines de fruits et légumes *beldi*, à celui de Sidi Messaoud ou Zeïna on trouve surtout les produits cosmétiques

² Tel que défini dans la législation européenne, le concept de produit de terroir est interprété en « référence à la tradition, la localité, l'origine, la réputation et s'appuie implicitement sur des notions telles que la notoriété, l'authenticité, la typicité ou les usages » (Bérard & Marchenay, 1995 : 154).

³ Dans d'autres cultures marocaines et dans d'autres contextes, le terme *beldi* peut ne pas du tout signifier musulman. Ainsi, Norman Cigar rapporte l'utilisation du terme *beldi* au pluriel, « *Bildiyyin* », pour qualifier une population de Fès, musulmane mais d'origine juive. L'auteur précise que la référence au terme *beldi* viendrait du fait que les Fassis d'origine juive n'avaient pas de *nisba* tribale, mais seulement celle d'une ville (*bled*) (1978-1979 : 106).

beldi, et à celui de Sidi Mohamd ben Daoud, on vient pour les poteries et les tapis *beldi*. La vente de ces produits *beldi* est, de ce fait, associée à la commémoration du saint. Le saint est donc garant de la pérennité et de la dynamique de la culture *beldi* face à l'hégémonie de la culture *roumi*.

LE BELDI COMME JUSTE MILIEU ENTRE LA CULTURE CHRETIENNE ET LA CULTURE DES JNOUN

Si le « label *beldi* », introduit par les saints, distingue la culture locale de la culture industrielle sans invoquer un quelconque facteur "d'endogénéité", il démarque aussi la culture locale de celle des *jnoun*, seule à être désignée comme autochtone. Les *jnoun*, associés au monde chthonien et à la forêt, sont considérés comme les premiers occupants des terres. Au caractère autochtone des *jnoun* est associé l'archaïsme de leur culture. Leurs danses et leurs chants sont qualifiés comme relevant d'anciennes modes, leurs habitats sont dits lacustres et leurs habits identiques à ceux des humains jadis. Le mode de subsistance des *jnoun* est connu pour être précaire : ils ne pratiquent que la cueillette et l'élevage. De surcroît, les humains imputent aux *jnoun* un point de vue conformiste sur le monde. Ils n'acceptent rien de ce qui vient de l'extérieur et de ce qui a trait à la modernité, ils sont décrits en quelque sorte comme des "conformistes". Les *jnoun* fuient l'or, l'argent, l'électricité, l'odeur et le bruit des voitures, sans oublier l'eau chaude. Tous les produits « chrétiens » constituent une menace pour la production de terroir car ils sont censés faire fuir les *jnoun* et notamment les *jnoun* musulmans sans qui l'exploitation de l'environnement ne serait pas possible. En effet, l'accumulation de produits « chrétiens » dans le terroir constitue une « pollution » (*talaout*) pour les *jnoun*. Une des manifestations sensibles de l'impact produit par l'intrusion de ces produits industriels dans le terroir est, par exemple, la disparition progressive de l'écho (*tlghalghal*) ou encore l'inefficacité de la malédiction des saints qui remet en cause le maintien de la limite entre espaces cultivés et forêt. De même, les *jnoun* sont dégoûtés par tous les condiments et épices venus de l'extérieur : le sel, le poivre, le piment, l'ail, l'huile de cade... Et cela, explique-t-on, parce que ces produits ne font pas partie de leurs habitudes, de leur culture. De plus, la plupart des produits *beldi* sont en effet réputés pour ne pas être consommables par les *jnoun*. Par exemple, un condiment comme le piment, venu de l'extérieur mais cultivé localement depuis des décennies, catégorisé comme un produit local (*beldi*) par rapport au poivron de la culture « chrétienne », est pourtant rejeté par les *jnoun* qui le jugent comme un produit étranger répugnant. C'est d'ailleurs ce même piment qui est utilisé comme recette magique pour empêcher les *jnoun* d'investir les maisons. Ce trait de caractère imputé aux *jnoun* laisse à dire qu'un monde n'acceptant rien de l'extérieur est un monde fade et non relevé. Le refus des *jnoun* envers tout ce qui vient de l'extérieur, du piment à l'électricité, est compris par les hommes comme le point de vue d'une génération d'entités dotées d'une intériorité certes anthropomorphe, mais plus ancienne et dépassée. Pour penser sa capacité d'ouverture vers le monde extérieur, la société a besoin d'imaginer le point de vue que les *jnoun*, figure de l'ancien temps, ont de la culture contemporaine.

L'inversion symétrique entre les humains et les *jnoun* s'exprime aussi au travers de l'opposition des coutumes alimentaires. Les *jnoun* consomment le sang cru alors qu'il est interdit aux hommes, ainsi que la semoule cuite après une seule cuisson, et

non pas trois cuissons comme à la manière des humains⁴. Dans l'échelle du cru au cuit, le régime des *jnoun* est du côté du saignant ou de « l'à peine cuit » alors que celui des humains est prononcé pour l'à point ; ce qui revient à dire, dans ce cas, que ce qui est illicite (*haram*) pour les hommes est licite (*halal*) pour les *jnoun* et vice-versa.

Les Aït Ba'amran situent ainsi leur culture matérielle dans un entre-deux, un juste milieu entre celle des *jnoun* et celle des chrétiens, deux cultures en totale inadéquation et qui n'ont en commun que leur "fadeur". Tout type de produit *beldi* vient s'inscrire entre ces deux repères de la pensée que sont la culture « chrétienne » et la culture des *jnoun*. Le point de vue des *jnoun*, tel qu'il est conceptualisé par les hommes, constitue en quelque sorte un repère conformiste par rapport auquel on garde une certaine distance pour apprécier l'évolution de sa propre culture matérielle face à la culture globale qui joue le rôle de copie dégradante. De par la double référence à la culture des *jnoun* et à celle des chrétiens, les Aït Ba'amran positionnent leur culture matérielle entre une culture industrielle globalisante et une culture locale autochtone et archaïque, les deux tendant à la concurrencer. En effet, ces trois cultures entretiennent entre elles une dynamique de confrontation ou de compétition : le monde des *jnoun* tend à s'infiltrer et à investir l'univers domestique des humains, la culture *beldi* cherche à mettre à l'écart les *jnoun* tout en instaurant une relation de bon voisinage avec certains d'entre eux, et la culture des chrétiens fait fuir les *jnoun* et pervertit la culture du terroir. D'où pour les Aït Ba'amran, la nécessité de préserver un certain équilibre, instauré par les saints, entre les trois cultures, sous peine de voir la culture industrielle « chrétienne » annihilier la culture des *jnoun* et positionner la culture musulmane du terroir au rang d'archaïsme, l'inscrivant alors dans une simple opposition dualiste moderne/traditionnel qui scellerait son déclin.

Dans le processus de classification des produits existants et disponibles, c'est la culture matérielle locale, dite « musulmane », qui est posée comme un juste milieu entre la culture globale et industrielle dite « chrétienne » et la culture autochtone et archaïque des *jnoun*. Définit dans l'allogéinité et non pas dans l'autochtonie, tournant le dos à l'archaïsme et ouvert aux innovations venues de l'extérieur (comme le prouve l'avènement de l'étiquette « croisé »), tout en se préservant du monde industriel, voilà en quelques traits une conception marocaine du produit de terroir tel que la conçoivent les Aït Ba'amran.

BIBLIOGRAPHIE

- BERARD Laurence & MARCHENAY Philippe, 1995 « La construction sociale des produits de terroir », *Terrain*, n°24, pp. 153-164
- BUOB Baptiste, 2005, « Paraître et être authentique : tradition et identité chez les dinandiers de la médina de Fès », *Cahiers du Centre Jacques Berque*, n°3, pp. 161-183
- CIGAR, Norman, 1978, « Société et vie politique à Fès sous les premiers Alawites (ca 1660/1830) », *Hesperis Tamuda*, vol.XVIII, Rabat

⁴ Sur les rituels de commensalité entre humains et *jnoun*, se référer à l'ouvrage de Hassan Rachik (1990)

- COLONNA, Fanny, 1987, « Ce que les paysans disent de leurs ruines. Aurès, les années soixante-dix », *Bulletin économique et social du Maroc*, n°159-160-161, pp. 249-267
- DAKHLIA Jocelyne, 1990, *L'oubli de la cité. La mémoire collective à l'épreuve du lignage dans le Jérid tunisien*, La Découverte, Paris
- GELLNER Ernest, 2003, *Les Saints de l'Atlas*, traduit de l'anglais par Paul Coatalen, Bouchène, Saint-Denis
- MAITROT Capitaine, 1916, « Les ruines dites portugaises des Doukkala », *Archives Berbères*, vol 1, fasc.4, pp. 279-292
- RACHIK Hassan, 1990, *Sacré et sacrifice dans le Haut Atlas marocain*, Afrique Orient, Casablanca
- RACHIK Hassan, 1997, « Roumi et Beldi », *Egypte Monde arabe*, 30-31, [En ligne]
- SARTER Gilles, 2004, « Entre beldi et roumi : préférences des consommateurs urbains et production de poulets au Maroc », in *Agricultures*, vol 13, 1 : 75-78
- SIMENEL Romain & al., 2009, « Argan : l'huile qui cache la forêt domestique », in *Autrepart*, 50 : 51-74
- SIMENEL Romain, 2010, *L'Origine est aux frontières*, Editions CNRS / MSH, collection les chemins de l'ethnologie, Paris (à paraître)

How is think the originality of food stuff from the work of land relative to industrial products supply in rural Muslim societies like those in Morocco? Such a question has some interest at a time when the Moroccan government and development partners are preparing to use the concept of 'terroir' as a tool for sustainable development. From ethnographic materials from the region of Ait Ba'amran in southern Morocco, the article reveals the existence of a Moroccan concept of local product based on the dual category *beldi / roumi*, "which is produced here ", " what comes from the West ". Without suggesting any factor of "endogeneity" contrary to the concept of "produit de terroir", the *beldi*'s label positions the local production as a balance between global culture and industrial so-called "Christian" and indigenous and archaic culture of the *jnoun*.

Simenel Romain. (2010)

Beldi/Roumi, une conception marocaine
du produit du terroir, l'exemple des Aït
Ba'amram de la région de Sidi Ifni

Hespéris-Tamuda, 45, 167-176.