
L'IGP ARGANE, ENTRE PATRIMONIALISATION ET MARCHANDISATION DES RESSOURCES

*Bruno ROMAGNY **

« À tous égards, l'arganeraie est bien le modèle d'une problématique de développement durable dans un milieu fragile ¹. »

INTRODUCTION

Les qualificatifs ne manquent pas au sujet de l'huile d'argan: « or vert » du Maroc, patrimoine naturel et culturel des sociétés berbères de l'arganeraie et de l'humanité, huile aux multiples vertus (nutritives, thérapeutiques, cosmétiques). Issu des fruits d'un arbre endémique devenu emblématique de la lutte contre la désertification ², ce produit vient de bénéficier de la

* Bruno Romagny est économiste à l'IRD – université de Provence (Laboratoire population-environnement-développement), axe USAGES – Usages et gestion des écosystèmes, <http://sites.univ-provence.fr/lped>. Cet article a été réalisé dans le cadre des travaux de recherche du programme POPULAR, « Politiques publiques et gestions paysannes de l'arbre et de la forêt: alliance durable ou dialogue de dupes? (2007-2010) », <http://www.add-popular.org>. Ce programme a été financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR) à travers l'appel à projet Agriculture et développement durable (ADD).

1. R. Chaussod, A. Adlouni, R. Christon, « L'arganier et l'huile d'argane au Maroc: vers la mutation d'un système agroforestier traditionnel? », *Cahiers d'étude et de recherches francophones/agriculture*, n° 14, 2005/4, pp. 351-356.

2. L'arganier, arbre de la famille des sapotacées, est particulièrement résistant aux conditions climatiques semi-arides. Il peut supporter des températures allant de 3° à 50° C, et se contenter d'une pluviométrie très faible. Grâce à son système racinaire profond et puissant, en forme de pivot, il contribue au maintien du sol et limite ainsi l'érosion.

première indication géographique ³ (IGP) du continent africain. Denrée prisée des grands cuisiniers, dégustée dans les restaurants gastronomiques de Paris ou de New York, vendue via Internet et sur les marchés « bio » des pays développés, c'est actuellement l'huile alimentaire la plus chère au monde. Incorporée dans des produits cosmétiques ou médicaux, brevetés aux États-Unis ou en Europe, elle est commercialisée sous cette forme aux alentours de 160 euros le litre d'huile pure. L'engouement commercial pour cette huile est pourtant récent, tout comme sa différenciation en deux produits ciblant des marchés distincts : alimentaire et cosmétique. Il remonte aux années 1990, lorsque des chimistes (Zoubida Charrouf et d'autres) ont confirmé ses nombreuses propriétés, notamment antimicrobiennes et antioxydantes. Aidée par un fort battage médiatique, l'huile d'argan voit sa demande augmenter rapidement sur divers marchés, nationaux et internationaux, en particulier depuis cette reconnaissance scientifique.

L'intérêt grandissant pour ce produit « de terroir », ayant valeur de patrimoine collectif à divers titres tout en faisant l'objet d'un important commerce d'exportation, a conduit les autorités marocaines à promouvoir un processus de certification de l'huile. Les premiers pas dans ce sens ont été entrepris par la Fondation Mohammed VI pour la recherche et la sauvegarde de l'arganier. Celle-ci a soutenu le processus de création d'une IGP Argane, depuis son lancement jusqu'à son attribution par la CNSDOQ ⁴ en 2009. C'est le roi en personne qui a remis le document officiel de reconnaissance au groupe des demandeurs, représenté par l'AMIGHA ⁵. L'enjeu national est de taille : il s'agit, d'une part, de stopper la prolifération des « faux produits » ou des contrefaçons qui nuisent à la précieuse réputation de l'huile et, d'autre part, de stimuler les exportations. D'après les chiffres communiqués par l'établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations, les quantités d'huile d'argan exportées seraient passées de moins de 40 tonnes durant la campagne 2003-2004 à plus de 320 tonnes en 2007-2008. Les acteurs du secteur estiment toutefois que les volumes d'huile expédiés à travers le monde sont beaucoup plus

3. On parle indifféremment d'IG protégée ou de provenance. Reconnue par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), une IGP identifie un produit comme étant originaire du territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou une autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

4. La commission nationale des signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ), rattachée au ministère marocain de l'Agriculture et de la Pêche maritime, est une émanation de la loi 25/06 relative aux SDOQ pour les produits alimentaires agricoles et halieutiques, adoptée par le Parlement en janvier 2008.

5. Les membres fondateurs de l'Association marocaine pour l'identification géographique d'huile d'argan sont : l'Union des coopératives féminines d'argan (UCFA), l'Association nationale des coopératives d'argan (ANCA), les Groupements d'intérêt économique (GIE) Targanine, Vitargan, Tiznit, Argan'Taroudant, le Conseil régional du Souss-Massa-Drâa, les sociétés privées ABSIM, Azbane, EFAS et arômes du Maroc, les huileries du Souss.

importants, de l'ordre de dix à vingt fois le tonnage déclaré. Il n'existe pas au Maroc de statistiques officielles fiables sur les exportations d'huile ou d'amendons ⁶.

Très actif depuis des décennies sur la rive nord de la Méditerranée, le mouvement de création des IGP démarre lentement au sud. Il émerge autour de quelques productions phares du monde rural maghrébin, comme l'huile d'argan. Dans les pays méditerranéens de l'Union européenne (UE), en octobre 2007, il y avait 762 produits agroalimentaires enregistrés (sans tenir compte des vins et spiritueux), parmi lesquels 163 en Italie, 155 en France, 108 en Espagne, 104 au Portugal et 85 en Grèce. En 1995, la Turquie a été le premier pays en dehors de l'Europe à avoir enregistré un certain nombre de produits au travers d'une loi-décret ⁷. L'espace méditerranéen, écorégion très riche en termes de biodiversité, y compris agricole, occupe une place singulière dans les politiques de développement portant sur la valorisation des paysages et des produits de terroir ⁸. Les pays riverains partagent en effet une grande diversité de pratiques culinaires, une remarquable richesse de leur patrimoine alimentaire, de nombreux atouts et potentialités, ainsi que des enjeux cruciaux en termes de développement économique et rural, mais aussi de préservation des ressources naturelles. Toutes ces caractéristiques sont autant de facteurs pouvant favoriser la valorisation des produits agricoles marqués par les spécificités des territoires qui les ont vus pousser.

Les nouvelles stratégies « gagnant-gagnant » de lutte contre la pauvreté et contre l'érosion de la biodiversité s'appuient sur deux grands types

6. Le fruit mûr de l'arganier, de la grosseur d'une noix, est formé d'un péricarpe charnu (ou pulpe) qui représente 50 à 75 % du poids du fruit frais. Cette pulpe recouvre un noyau de bois très dur, appelé noix d'argan, qui contient une à trois amandes (ou amendons), représentant 3 % du poids du fruit frais et renfermant 50 à 60 % d'huile (R. Nouaïm, *L'Arganier au Maroc. Entre mythes et réalités. Une civilisation née d'un arbre*, Paris, L'Harmattan, 2005).

7. A. Baldascini, E. Vandecandelaere (dir.), « Les produits de qualité liée à l'origine et aux traditions en Méditerranée », rapport du séminaire régional, 8-9 novembre 2007, Casablanca, FAO, ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime du Maroc, 2008.

8. « Un terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition », *Terroirs & Cultures, « Diversités, durabilité, terroirs et développement »*, document de projet pour le 3^e forum international « Planète Terroirs » qui sera organisé du 31 mai au 2 juin 2010 à Chefchaouen (Maroc), sous l'égide de l'UNESCO et avec l'appui institutionnel des ministères marocain et français de l'agriculture, 2009, p. 3, <http://planete-terroirs.org/forums/chefchaouen2010/>

d'objets patrimoniaux du monde rural : i) les produits de terroir et les savoir-faire associés, valorisés au sein de nouvelles filières commerciales ; ii) les paysages, en particulier dans le cadre de l'essor du tourisme responsable et de l'écotourisme. Ces initiatives ambitieuses, qui se préoccupent à la fois des milieux naturels, de préserver l'identité culturelle et d'améliorer le bien-être des populations locales, cherchent à prendre en compte simultanément les trois piliers du développement durable : économique, socioculturel et environnemental. Pour les pays du Sud, les IGP sont perçues comme une juste reconnaissance et protection internationale de leur patrimoine agro-écologique.

Avec l'IGP Argane, le Maroc affiche son intention de conserver sur son territoire une plus grande part des bénéfices issus de la vente d'huile, et d'améliorer les retombées socio-économiques positives de cette activité au niveau de la région de production des noix d'argan. Le mécanisme institutionnel de création de cette IGP peut être vu comme une forme de patrimonialisation inachevée de l'arganeraie, se traduisant par un processus d'appropriation d'un produit par un groupe d'acteurs hétérogènes (les sociétés privées et les coopératives) au détriment d'un autre : les ménages ruraux de la région. Dans cette perspective, la réputation de l'huile d'argan est un bien collectif, mais aussi un patrimoine qu'il faudrait transmettre intact aux générations futures. L'appropriation et la marchandisation de l'huile ouvrent la voie à d'autres types de rapports et de représentations de la ressource, et de son rapport aux sociétés qui l'exploitent ⁹.

L'IGP Argane relève de la logique du second pilier du plan « Maroc vert », nom évocateur donné à la nouvelle stratégie agricole nationale. Les actions engagées dans ce cadre sont spécifiquement dédiées au développement de la petite agriculture et souhaitent promouvoir les spécificités des produits locaux, en particulier leurs qualités liées à l'origine géographique et aux traditions. Le pilier II est donc essentiel pour dynamiser la contribution des acteurs publics et privés au développement des territoires ruraux. Au Maroc, les zones dites « marginalisées » (montagnes, oasis, plaines et plateaux semi-arides) regroupent 80 % de la population rurale et 70 % des exploitations agricoles du pays ¹⁰. L'objectif fixé par les pouvoirs publics est d'améliorer le revenu de près de 600 000 exploitations dans les dix prochaines années. Il suppose que la paysannerie puisse accéder aux marchés rémunérateurs des produits « biologiques » ou « naturels » pour sortir de la « trappe à pauvreté ». De son côté, le pilier I du plan « Maroc vert » favorise l'essor d'une agriculture intensive, tournée vers l'exportation. On peut se demander si, dans l'arganeraie, ces deux volets de la politique agricole marocaine ne sont pas contradictoires, voire conflictuels. Certains commentateurs tirent

9. R. Simenel, G. Michon, L. Auclair, Y. Thomas, B. Romagny, M. Guyon, « L'argan : l'huile qui cache la forêt domestique. De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème », *Autre part*, n° 50, 2009, pp. 51-74.

10. Terroirs & Cultures, *op. cit.*, 2009.

un bilan sévère de la situation : « en dépouillant les familles rurales de leurs maigres ressources hydriques et forestières, ce modèle de développement a un lourd coût social et écologique ¹¹ ».

Ainsi l'essor récent de la filière argan ne se traduit-il pas encore par une véritable diminution de la pauvreté et un développement local durable. Des travaux récents montrent que les retombées économiques de la commercialisation de l'huile sont plus que minimales pour les populations de la région ¹². Les nombreuses coopératives féminines, créées dès la fin des années 1990 sous l'impulsion de l'aide publique nationale et internationale, ont tenté d'infléchir ce processus, avec comme objectif de conserver sur place une part plus importante de la valeur ajoutée. Si le principe de ces coopératives est relativement simple, leurs modalités de fonctionnement diffèrent grandement d'une structure à l'autre ¹³. Les coopératives peuvent-elles devenir réellement autonomes, c'est-à-dire poursuivre leur activité sans aide extérieure ? Selon Chaussod et al. ¹⁴, « ces aides sont fortement critiquées par les petites entreprises privées du secteur "industriel" qui y voient une distorsion de concurrence. [...] Enfin, l'hypothèse selon laquelle ces coopératives seront à la base d'une protection de l'arganeraie ne s'est pas encore concrétisée : les coopératives n'ont pas de terres à reboiser et l'objectif des femmes qui y travaillent est avant tout de produire de l'huile pour gagner de l'argent ». Ainsi, l'essentiel de la valeur ajoutée créée ne reste pas dans la zone de production et est réalisé par l'aval de la filière.

Il semble donc que le modèle proposé par les développeurs, faisant de la valorisation économique de l'huile d'argan un levier à la fois du développement socioéconomique de la région et de la protection des écosystèmes, souffre d'un certain simplisme au regard de la situation étudiée. Deux aspects socioéconomiques sont rarement pris en compte dans la plupart des analyses : les rapports conflictuels de pouvoir à différents niveaux et le caractère stratégique du comportement des acteurs et des

11. C. Raimbeau, « Colère des paysannes de l'Atlas marocain », *Le Monde diplomatique*, n° 661, avril 2009, p. 19.

12. T. J. Lybbert, C. B. Barrett, H. Narjisse, "Market-based Conservation and Local Benefits: the Case of Argan Oil in Morocco", *Ecological Economics*, n° 4, 2002, pp. 125-144 ; T. J. Lybbert, C. B. Barrett., H. Narjisse, "Does Resource Commercialization Induce Local Conservation? A Cautionary Tale from Southwestern Morocco", *Society and Natural Resources*, n° 17, 2004, pp. 413-430.

13. M. Guyon, *Analyse socio-territoriale de la filière argan dans la province d'Essaouira (sud-ouest marocain). La valorisation économique d'une ressource naturelle est-elle garante d'un développement socialement durable ?*, mémoire de Master 2 recherche en sciences géographiques, université de Provence, 2008.

14. R. Chaussod, A. Adlouni, R. Christon, *op. cit.*, 2005.

organisations au sens de Mermet et *al.*¹⁵ La filière argan ne serait-elle pas passée trop rapidement du stade de la commercialisation sur les marchés locaux (*souks*) à celui de la vente d'huile sur les marchés internationaux ? Le processus de certification mis en place avec l'IGP Argane peut-il contribuer à freiner l'érosion de la biodiversité et à réduire la pauvreté en milieu rural ? Les ménages ruraux, uniques ayants droit ou usufruitiers des arganiers, de plus en plus mobilisés au sein de structures associatives diverses¹⁶, pourront-ils saisir l'opportunité de l'IGP Argane pour mieux s'organiser et agir collectivement ?

Pour parvenir à leurs fins, les acteurs et les territoires ruraux méditerranéens disposent de forts potentiels, pouvant se traduire par de nouvelles opportunités commerciales sur des marchés de « niche ». En contribuant à l'amélioration de la qualité de l'huile, l'IGP incite les acteurs à innover pour s'adapter aux nouvelles exigences des marchés internationaux. L'IGP est susceptible d'orienter la filière, en suscitant une réorganisation des acteurs et des structures commerciales, tout en créant de nouvelles modalités d'action collective. Avec l'IGP Argane, un premier pas a été franchi, qui assure notamment qu'au moins une étape de la production d'huile est effectuée dans l'arganeraie. Or, c'est déjà le cas, ne serait-ce que pour les opérations de collecte des fruits et de concassage des noix. On est donc en droit de se demander ce que va réellement changer l'IGP Argane pour les divers acteurs d'une filière soumise à de rapides changements, dont les conséquences à moyen et long termes ne semblent pas toutes aller dans le sens des préceptes du développement durable.

Après avoir esquissé un bilan des impacts récents du développement de la filière de l'huile d'argan tant sur les populations locales que sur les écosystèmes forestiers, cet article montre comment l'ouverture de nouveaux marchés, en réponse à une demande croissante pour ce type de produit, renvoie à un processus de patrimonialisation de l'arganeraie. La mise en place d'une IGP Argane, qui implique d'importants investissements organisationnels et dans la traçabilité des produits, sera-t-elle suffisante pour garantir une amélioration de la part des bénéfices revenant aux exploitants agricoles de l'arganeraie, seuls détenteurs des savoirs traditionnels ? Tout comme pour les dynamiques qui entourent

15. L. Mermet, R. Billé, M. Leroy, J.-B. Narcy, X. Poux, « L'analyse stratégique de la gestion environnementale : un cadre théorique pour penser l'efficacité en matière d'environnement », *Natures sciences sociétés*, n° 13, 2005, pp. 127-137.

16. B. Sidi Hida, *Mouvements sociaux et logiques d'acteurs. Les ONG de développement face à la mondialisation et à l'État au Maroc. L'altermondialisme marocain*, thèse de doctorat en sciences sociales, département des sciences de la population et du développement, université catholique de Louvain, 2007.

les Appellations d'origine contrôlée (AOC)¹⁷, désormais bien étudiées en France¹⁸, les processus qui conduisent à la mise en place d'une IGP dans les pays du Sud ouvrent un champ d'investigation passionnant pour l'analyse économique. En posant le patrimoine comme une ressource pour le développement, il est possible d'aborder notamment des questions importantes de gouvernance locale, de coordination des acteurs, d'identité liée à un territoire, d'action collective ou encore de confiance organisationnelle, qui apparaissent comme les multiples facettes d'un processus de patrimonialisation de l'huile, de l'arbre et de son « terroir » que l'on se propose ici de questionner.

L'HISTOIRE DE L'ARGAN « GAGNANT-GAGNANT » SEMBLE SÉDUISANTE, MAIS EST-ELLE VRAIE ?

Avant l'avènement des coopératives et la création de sociétés commerciales spécialisées par des investisseurs privés, marocains ou étrangers, l'huile d'argan était produite quasi exclusivement au sein de la cellule familiale. Dans le cadre domestique, ce produit a été considéré pendant longtemps comme un lien social, au cœur du régime alimentaire des ménages, support de multiples croyances et mythes¹⁹. Traditionnellement, l'huile circulait dans un cercle d'intimes, sous la forme de don ou de vente locale, à l'occasion de fêtes religieuses ou familiales²⁰. Le commerce de l'huile d'argan a toujours existé sur les *souks*, permettant aux familles qui ne possèdent pas d'arbre d'obtenir de l'huile. En revanche, la vente d'amendons est un phénomène beaucoup plus récent. Traditionnellement, les familles décidaient de conserver les fruits séchés ou de vendre une partie de leur production pour faire face à des besoins urgents. Aujourd'hui, avec la hausse du prix de l'huile, de plus en plus de familles possédant des arbres ou ayant accès à la ressource

17. « L'AOC est une dénomination servant à désigner un produit dont les qualités et les caractères sont dus essentiellement au milieu géographique, comprenant à la fois des facteurs naturels et humains. Pour être reconnu en AOC, le produit doit provenir d'une aire géographique délimitée, répondre à des conditions de production précises, posséder une notoriété dûment établie et faire l'objet d'une procédure d'agrément, qui repose sur le contrôle d'un cahier des charges ; il doit également être historiquement fondé sur des "usages anciens, loyaux et constants" », cf. A. Torre, « Les AOC sont-elles des Clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles », *Revue d'économie industrielle*, n° 100, 2002/1, p. 42.

18. A. Torre, « Économie de la proximité et activités agricoles et agroalimentaires. Éléments d'un programme de recherche », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3, 2000, pp. 407-426 ; A. Torre, E. Chia, « Pilotage d'une AOC fondée sur la confiance. Le cas de la production de fromage de Comté », *Annales des Mines, Gérer et Comprendre*, n° 65, septembre 2001, pp. 55-68.

19. R. Nouaïm, *op. cit.*, 2005.

20. R. Simenel, *L'origine est aux frontières : espace, histoire et société dans une terre d'exil du Sud Marocain*, thèse de doctorat en ethnologie, université Paris X-Nanterre, 2007.

vendent chaque semaine sur les *souks* 1 ou 2 litres pour compléter leurs revenus. Les familles ont le choix entre céder leur huile à un revendeur, ou vendre leurs fruits à un intermédiaire pour 3 dh/kg²¹. Depuis peu, certaines familles vendent des amendons issus du concassage des noix de leur propre récolte, ou fournies par un intermédiaire, travaillant pour le compte d'une société de production industrielle d'huile. Une fois transformés dans le cercle familial, l'intermédiaire revient chercher les fruits confiés aux femmes pour le concassage et les rémunère en moyenne 11 dh/kg d'amendons triés. Moins bien payées que dans les coopératives (25 à 35 dh/kg) – où leur statut est pourtant plus proche de celui de salariée que de sociétaire – ces dernières travaillent à domicile et conservent leur mode de vie traditionnel²².

Avec l'essor de la filière argan, les ménages ruraux ont été peu à peu dépossédés d'un bien patrimonial, devenu un simple produit commercial de luxe, hors de leur portée quand l'huile doit être achetée en dehors des cercles familiaux. Les mutations de cette filière conduisent finalement à faire sortir l'arbre, la forêt et l'huile de la sphère domestique, avec pour conséquence de couper le lien entre le produit et son origine : l'arganeraie et les populations locales. Ce qui soulève des difficultés alors qu'on souhaite aujourd'hui recréer ce lien à travers l'IGP Argane. En ce sens, le cas de l'huile d'argan est un très bon exemple des contradictions que peuvent soulever les multiples objectifs du développement durable.

Dès son lancement, la filière s'est en effet construite sur la base d'une contradiction entre la vision commerciale d'un produit et les savoirs locaux qui en sont à l'origine. En axant leurs actions principalement sur la création de coopératives féminines de production et de commercialisation d'huile d'argan, développeurs et promoteurs renforcent l'idée simpliste que l'essor de la filière doit nécessairement s'appuyer sur une approche par le genre. Ils présentent l'huile comme un produit typique, fabriqué par les femmes, issu d'un arbre « sauvage ». Ils ont simplifié la représentation de l'huile pour conquérir le marché mondial et coller aux valeurs des consommateurs occidentaux. Ce faisant, ils passent sous silence tous les aspects domestiques et la dimension familiale de la production de l'huile, contribuant ainsi à désapproprier symboliquement les communautés rurales d'un écosystème qu'elles ont largement transformé et domestiqué.

Les développeurs ont ainsi simplifié la représentation de l'huile pour conquérir le marché mondial et coller aux valeurs des consommateurs occidentaux. Ce faisant, ils passent sous silence tous les aspects domestiques et la dimension familiale de la production de l'huile, contribuant ainsi à

21. 100 dirhams (dh) marocains valent actuellement 8,77 euros.

22. M. Guyon, *op. cit.*, 2008.

désapproprié symboliquement les communautés rurales d'un écosystème qu'elles ont largement transformé et domestiqué ²³.

La part de l'huile produite et commercialisée directement par les ménages ruraux de l'arganeraie est difficile à évaluer. De même, la production globale d'huile d'argan est encore très mal connue. Il est difficile d'obtenir des chiffres fiables de production moyenne de fruits, par arbre ou par hectare, en raison notamment des fortes variabilités interannuelles liées aux conditions climatiques, et des différents types de terroirs rencontrés. La saison 2007-2008 en particulier a été marquée par une production de fruits quasiment nulle, en raison de la sécheresse sévère et récurrente. Les pluies exceptionnelles des dernières années laissent espérer de meilleures récoltes de fruits. Néanmoins, il s'agit pour tous les acteurs de la filière de gérer des périodes de rareté de la ressource qui seront de plus en plus fréquentes, ouvrant la porte à la spéculation. On estime, malgré tout, la production marocaine d'huile d'argan à 4 000 tonnes par an en moyenne, soit 4 à 8 % de la production nationale d'huile d'olive selon les années ²⁴. Produire un tel volume d'huile d'argan nécessite d'obtenir 10 000 tonnes d'amendons et donc de récolter environ 120 000 tonnes de fruits chaque année.

La construction d'un produit pour répondre aux exigences d'un marché de « niche »

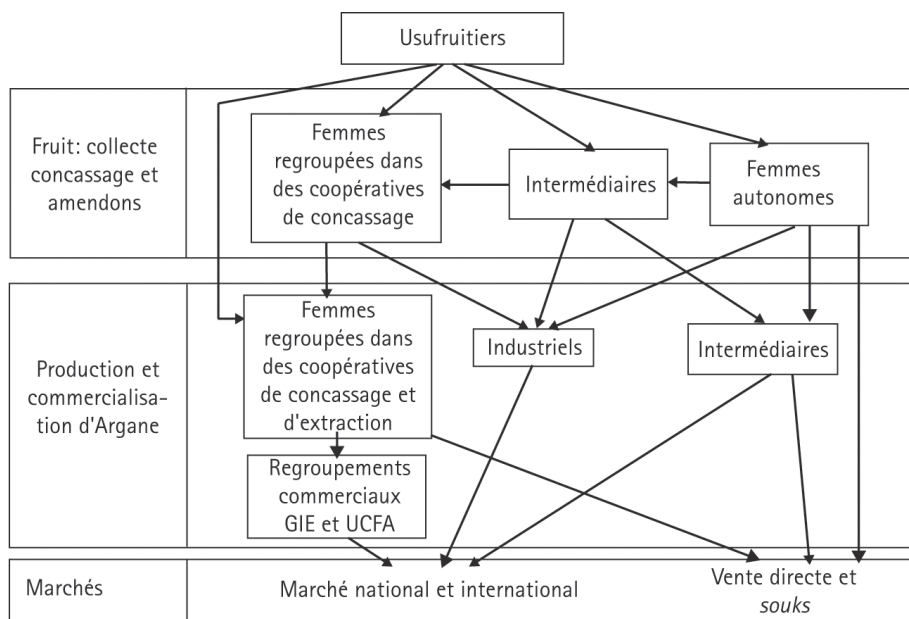
Jusqu'à présent, la valorisation de l'huile d'argan, en tant que ressource territoriale, s'est construite essentiellement par rapport à la demande des consommateurs ou des touristes des pays du Nord, et selon des normes répondant à leurs attentes. « Ainsi, pour satisfaire aux exigences du lucratif marché des cosmétiques, une huile plus "pure", plus aseptisée, a été élaborée, en supprimant l'étape de la torréfaction des amendons, propre à la fabrication de l'huile alimentaire. [...] Ce nouveau visage de l'huile d'argan marocaine, distincte de la production familiale, est bien éloigné de la tradition et de la culture dont elle se revendique ²⁵ ». Dans le cadre de l'analyse du fonctionnement de l'IGP Argane, la compréhension des causes de ce décalage est essentielle pour éviter les effets pervers d'un simple transfert Nord-Sud du modèle des AOC françaises (vin, fromage, farine de châtaigne, etc.) aux spécificités de l'arganeraie. Échapper à ce type « d'influence unilatérale » est un pas important pour aboutir à une réelle politique de codéveloppement rural en Méditerranée, tenant compte des spécificités régionales, nationales ou locales des territoires concernés.

Aujourd'hui, comme le montre le schéma 1, deux principaux types d'acteurs hétérogènes sont du côté de l'offre d'huile : les coopératives, à vocation sociale, issues des projets de développement ou d'initiatives liées

23. R. Simenel, G. Michon, L. Auclair, Y. Thomas, B. Romagny, M. Guyon, *op. cit.*, 2009.

24. R. Chaussod, A. Adlouni, R. Christon, *op. cit.*, 2005.

25. R. Simenel, « Les deux visages de l'huile d'argan », *Sciences au Sud – Le journal de l'IRD*, n° 51, septembre-octobre 2009, p. 13.

Schéma 1. Les relations entre acteurs, de l'amont vers l'aval de la filière argan

Source: AMIGHA, 2009.

au milieu associatif, et les sociétés privées, cherchant un bon retour sur investissement, attirées par les opportunités de gains à court terme. Ces deux catégories d'acteurs sont en concurrence pour s'approvisionner en matière première²⁶, produire et vendre en réponse à une demande en plein boom, mais aussi pour trouver de nouveaux marchés, diversifier et différencier les produits. L'image d'une production mécanisée est mise en avant par les acteurs du développement comme une garantie d'hygiène et de pureté des produits, en particulier pour l'huile cosmétique.

Les coopératives féminines constituent paradoxalement une filière sans ressource naturelle, mais bien dotée en financements extérieurs, provenant des bailleurs de fonds internationaux et des organismes étatiques marocains comme l'Agence de développement social (ADS). Zoubida Charrouf s'est fortement impliquée dans la constitution et la promotion de ces

26. On note une forte augmentation du prix des fruits, liée à la demande croissante et à la sécheresse (de 0,75 dh/kg en 2000 à 4,5 ou 5,5 dh/kg en 2008), qui coûtent en général plus cher aux coopératives qu'aux groupes privés, et de celui des amendons (en moyenne 90 dh/kg début 2009), pour une huile (cosmétique) vendue environ 23,5 euros le litre (2,5 kg d'amendons sont nécessaires pour produire un litre d'huile en moyenne), sortie d'usine.

coopératives, quitte à s'attirer les foudres de nombreux opérateurs²⁷. Le processus historique de création de la filière argan repose sur des réseaux associatifs et sur un discours d'expertise qui a prôné son développement à partir d'aspects de genre, sociaux, éthiques et écologiques. Les coopératives avaient officiellement comme objectif premier la sensibilisation des femmes à une récolte plus respectueuse des noix d'argan, et leur participation à la reforestation de l'arganeraie. Chaque femme devait s'engager à replanter dix arbres par an, tâche plus difficile qu'il n'y paraît compte tenu des problèmes spécifiques que pose la régénération de l'arganeraie (échec de nombreuses plantations) et les difficultés d'accès au foncier.

Il s'agissait aussi d'améliorer le statut social des femmes, en leur permettant de sortir de chez elles, d'être alphabétisées et formées, d'avoir un emploi et un revenu, même modeste. Comme la valorisation internationale de l'huile d'argan n'a que peu d'effet sur le niveau de vie des populations locales, certaines coopératives tentent de s'inscrire dans les circuits du commerce équitable. C'est le cas du GIE Targanine, soutenu par l'association Ibn Al Baytar. Le fait que la production d'huile soit portée par les coopératives constitue un avantage indéniable pour se positionner sur ce segment de marché. Certains opérateurs²⁸ soulignent l'intérêt de développer, dans les principales villes du Maroc, voire en Europe, un réseau de vente de produits à base d'argan issus des coopératives, selon le principe très en vogue des magasins solidaires, ou des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP). Migrations & Développement réfléchit également à la création d'une plateforme de commerce équitable, s'appuyant sur les acteurs existants (magasins Artisans du Monde). En outre, la diaspora marocaine représente une force de commercialisation et d'achat non négligeable. Non seulement les commerçants marocains installés à l'étranger pourraient s'approvisionner auprès d'une centrale d'achat (garanties de qualité et de provenance de l'huile), et promouvoir ainsi les produits de l'arganeraie, mais l'ensemble de la communauté marocaine expatriée représente aussi une clientèle friande de retrouver les saveurs des produits du terroir.

De nombreuses coopératives, situées le long des routes fréquentées par les bus de touristes, font figure de musée vivant. Elles participent activement à une « folklorisation » des pratiques féminines et à la perte des savoir-faire, réduits ici à leur strict minimum. Les femmes « prolétarisées » ne sont plus, dans cette optique, que des « machines » bon marché à concasser les noix. Le coût de la main-d'œuvre n'est donc pas en cause pour justifier un prix de l'huile plus élevé dans les coopératives (300 dh/l en moyenne), que

27. « On me reproche trois choses. D'abord, d'avoir fait sortir la femme de chez elle. On me reproche d'avoir amélioré l'extraction de l'huile d'argan. Et on me reproche de m'intéresser à un arbre qui appartient au peuple et non aux universitaires ». Voir Les amis du CRDI, janvier 2002, www.crdi.ca

28. Migrations & Développement, « Étude sur le tourisme rural et les filières agricoles dans la province de Taroudant : huile d'argane, huile d'olive et safran », FAO, 2006.

dans la grande distribution. Les principaux postes de dépense sont le coût croissant d'achat de la matière première (nécessité de faire des stocks), les factures d'énergie, le coût des emballages et du montage de structures de commercialisation performantes. Dans la plupart des cas, les bâtiments et les machines ont été financés par des projets de développement, comme ceux soutenus par la GTZ²⁹ ou l'Union européenne³⁰.

Le projet « Arganier » a encouragé les coopératives féminines à adhérer à des GIE, pour les aider à commercialiser leurs produits à l'étranger. Ces GIE se divisent le territoire de l'arganeraie selon les délimitations administratives des provinces (schéma 2). Les GIE ont permis à 46 coopératives d'adhérer, pour un montant annuel de 30 000 dh, à la certification biologique ECOCERT, parfois contestée au Maroc³¹. Dans un contexte de raréfaction des fruits, les circuits d'approvisionnement en matière première occupent une place stratégique. C'est à ce niveau que la concurrence entre acteurs produisant l'huile est devenue la plus féroce. De nombreux intermédiaires (collecteurs, revendeurs, fournisseurs) s'interposent entre la population locale, les *souks*, et les unités de production mécanisée. On assiste à un certain décloisonnement des circuits d'approvisionnement, les mêmes fournisseurs pouvant parfois alimenter des sociétés privées et des coopératives. Il semble également illusoire de chercher à imposer, sans concertation, un mode de regroupement *ad hoc* des coopératives (unions, GIE, etc.). La participation réelle des femmes, les projets d'alphabétisation, de promotion de la scolarisation et de la santé communautaire, de formation des adhérentes et des responsables des coopératives sont des conditions indispensables à la mise en œuvre de toute nouvelle forme d'auto-organisation des acteurs de la filière.

Dans certains pays du Sud (Sénégal, etc.), les GIE ont une portée politique non négligeable, permettant à de petits agriculteurs ou pêcheurs d'avoir accès à des « arènes » reconnues d'action et de revendication sur des ressources,

29. La GTZ a notamment permis à treize coopératives de la province de Taroudant de se regrouper, en formant l'Union des coopératives féminines d'argan. L'UCFA doit aujourd'hui trouver des complémentarités avec l'ANCA, créée sous l'impulsion de l'UE. Les coopératives de l'UCFA ont, pour la plupart, conservé le procédé manuel traditionnel d'extraction de l'huile. Cette caractéristique peut constituer un atout intéressant pour valoriser l'huile alimentaire. En attendant la création d'une éventuelle AOC, les coopératives ont choisi de faire la mise en bouteilles et l'étiquetage dans les locaux de l'UCFA à Agadir, sous la marque *Tisaliwine*. Ainsi, la coopérative est assimilée par les adhérentes à une simple boutique de commercialisation (Migrations & Développement, *op. cit.*, 2006).

30. L'UE, en partenariat avec le gouvernement marocain (ADS), a lancé en 2003 un projet de 12 millions d'euros (financé à 50 % par l'UE), intitulé « Amélioration de la situation de la femme rurale et gestion durable de l'arganeraie », plus connu sous le nom de projet « Arganier », qui couvre toute la zone associée à la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) et qui doit finalement s'arrêter fin 2009 (initialement, il devait s'achever en 2008).

31. M. Guyon, *op. cit.*, 2008.

Schéma 2. L'organisation des coopératives en groupements

Statut	Organisation de la filière des coopératives						Mission
Association	Association nationale des coopératives arganières (ANCA)						Promotion et défense d'intérêts
Groupement	GIE Argan Taroudant	GIE Targanine	GIE Vitargan	Union Tifaout N'ougadir	GIE Tizargane	Union des coopératives féminines d'Argane UCFA	Promotion et commerce
Lieu d'implantation	Taroudant	Agadir	Essaouira	Agadir	Tiznit	Agadir	
Coopératives adhérentes	8	6	5	10	5	22	Production
Femmes adhérentes	418	238	278	405	175	986	

Source: AMIGHA, 2009.

dont ils sont historiquement les ayants droit. En ce sens, les GIE participent d'un processus patrimonial d'appropriation engagé et pris en charge par ces acteurs. Les formes locales d'organisation doivent donc être examinées attentivement, dans leurs dimensions historiques, sociales et politiques, quels que soient leurs « initiateurs », leurs capacités de porter un processus collectif d'appropriation ou des changements sociaux et politiques.

On comptait, en 2005 au Maroc, une dizaine ³² de sociétés industrielles commercialisant l'essentiel de leur production hors de l'arganeraie, dont une partie importante à l'export (plus de 60 %) vers l'Europe, les États-Unis, le Canada, le Moyen-Orient et l'Asie. Les prix de vente pratiqués sont alors décuplés par rapport à ceux des marchés locaux. La bouteille d'huile alimentaire de 250 ml coûte en Europe entre 20 et 25 euros, dont cinq euros de marge pour le détaillant final. Les sociétés basées au Maroc réaliseraient des marges commerciales de l'ordre de 30 à 40 %. Selon Benoît Robinne, le très médiatique dirigeant de l'une d'elles (ABSIM), la traçabilité et les contraintes administratives pour exporter l'huile (certificats d'analyse prouvant la pureté des produits) doubleraient le prix de revient pour l'Europe. L'huile alimentaire, commercialisée au Maroc en grande surface, est vendue aux alentours de 200 dh/l. Au même titre que d'autres sociétés privées spécialisées, ABSIM participe activement à la promotion et à la médiatisation du produit, quitte à parfois forcer le trait. Elle contribue également au développement de la région, en y achetant d'importantes quantités d'amendons qui représentent une source complémentaire de revenus pour les populations locales. Les plus importantes unités privées de production d'huile sont généralement proches des grandes villes marocaines d'exportation, en dehors de la zone de l'IGP Argane. Que faut-

32. En 2009, il y en aurait 46, selon la liste de l'ANCA.

il donc penser du groupe ABSIM, qui produit actuellement son huile dans des laboratoires ultra-modernes des environs de Casablanca ? En tant que membre de l'AMIGHA, il bénéficie de l'IGP au même titre que les coopératives de l'arganeraie, renforçant ainsi la concurrence entre ces deux types de producteurs. Va-t-il devoir transférer ses capacités de production d'huile dans l'arganeraie ?

Le problème crucial des marges commerciales et du partage de la valeur ajoutée entre acteurs de la filière n'est pas spécifique à l'huile d'argan. Tous les produits estampillés « commerce équitable », comme le café, le cacao, le thé, ou le karité sont confrontés au même genre de difficultés. Les analyses en termes de chaînes de valeur permettent de questionner, au delà d'une simple étude de filière, les rapports de pouvoir qui déterminent l'appropriation de la valeur tout au long de la chaîne³³. Une telle étude concernant l'argan a été réalisée il y a quatre ans pour le compte de la coopération allemande³⁴. Elle distingue deux sous-chaînes de valeur selon le procédé technique utilisé pour l'extraction de l'huile : semi mécanisé ou entièrement à la main. Transmis de génération en génération par les femmes dans les villages, le procédé manuel³⁵ offre un rendement moindre mais il semble avoir un impact plus positif sur les populations locales, notamment en termes de réduction de la pauvreté. Le procédé mécanique, qui améliore la productivité du travail tout en réduisant sa pénibilité, se pratique en périphérie des zones urbaines et nécessite un approvisionnement régulier et important en matière première. Il permet de répondre aux spécificités des marchés internationaux. Ainsi par exemple, ABSIM produit entre 8 et 12 000 litres d'huile par mois, bien plus que n'importe quel GIE de l'arganeraie. Comme aucune machine ne brise encore correctement la noix d'argan, la plupart des industriels achètent des tonnes d'amendons à des grossistes, dynamisant la demande sur un marché spéculatif et concurrentiel qui n'existait pas auparavant. Les grossistes s'approvisionnent auprès des paysannes isolées qui n'ont pas le pouvoir de négocier la valeur de ce qu'elles livrent, le fruit lui-même, sa récolte, son dépulpage et son concassage. Un intermédiaire exerçant ce type d'activité pour le compte d'ABSIM déclare faire travailler environ 2 000 femmes dans la région d'Had Draâ, proche d'Essaouira³⁶. Cette

33. P. Raikes, M. Friis Jensen, S. Ponte, "Global Commodity Chain Analysis and the French *filière* Approach: Comparison and Critique", *Economy and Society*, n° 29, 2000/3, pp. 390-417.

34. GTZ-GFU, Value Chains for the Conservation of Biological Diversity for Food and Agriculture. Potatoes in the Andes, Ethiopian Coffee, Argan Oil from Morocco and Grasscutters in West Africa, division "Agriculture, Fisheries and Food", sector project "Food, People & Biodiversity", 2006, 78 p.

35. Le procédé traditionnel de fabrication de l'huile, entièrement manuel, est long et il obéit à toute une série de savoir-faire précis. L'extraction d'un litre d'huile demande huit à dix heures de travail pour une femme, avec un rendement qui dépasse rarement 30 %. L'huile ainsi produite se conserve mal, c'est pour cela qu'en général les femmes l'extraient au fur et à mesure qu'on en consomme.

36. M. Guyon, *op. cit.*, 2008.

déterritorialisation de la production mécanique d'huile, et donc d'une part importante des bénéfiques, conduit à considérer la région comme une simple zone d'approvisionnement en amendons.

Malgré une demande croissante de produits à base d'huile d'argan, les femmes qui concassent les noix, pour le compte d'entrepreneurs ou dans les coopératives, ne touchent, d'après nos enquêtes, qu'entre trois et six euros par litre d'huile. En outre, la modification des techniques de production, de traitement et de distribution de l'huile confronte les plus pauvres au risque d'exclusion du processus de commercialisation à grande échelle de ces ressources. En quelques années, avec le développement de nouveaux marchés et l'apparition d'autres producteurs d'huile que les familles rurales, on a donc assisté à des profondes transformations au sein d'une filière créée *ex nihilo*, répondant à une demande internationale de produits porteurs de nombreux symboles.

L'arganeraie, une forêt menacée de disparition ?

L'arganeraie représente aujourd'hui environ 70 % de la surface boisée du Sud-Ouest marocain et couvre une superficie estimée à 828 300 ha (plus de 20 millions de pieds). Il s'agit d'une forêt multi-usages (huile, bois de chauffe, d'œuvre ou pour la menuiserie, alimentation du bétail), qui ferait encore vivre 3 millions de personnes, dont 2,2 millions de ruraux. La forte dépendance des populations locales à l'égard de cet écosystème n'est pas nouvelle. Elle s'est traduite, tout au long de l'histoire, par l'existence de régimes juridiques et fonciers clairement définis et bien établis, quoique complexes. Dans tous les cas, l'accès à la ressource relève de droits privés exclusifs aux ménages ruraux.

L'arganier, arbre emblématique de la culture berbère, serait menacé par les pratiques locales. Le postulat des développeurs est apparemment simple. En aidant les ménages ruraux - notamment les femmes - à se lancer dans de nouvelles activités génératrices de revenus, ceux-ci seront moins dépendants de « l'écosystème arganeraie » pour leur subsistance, ce qui limitera sa dégradation, l'action des paysans en étant la cause principale. Des travaux récents³⁷, menés dans la région de Smimou (province d'Essaouira), montrent que pour répondre à une demande de matière première sans cesse croissante, les ayants droit peuvent recourir à des techniques plus agressives de collecte des fruits sur l'arbre. Il semblerait aussi que les populations locales investissent une partie des bénéfiques de l'argan en augmentant la taille de leur cheptel, bien que d'autres données montrent une diminution de la taille des troupeaux à l'échelle régionale.

37. T. Lybbert, N. Magnan, A. Aboudrare, "Household and Argan Forest Impacts of Morocco's Argan Oil Bonanza", *Journal of Environment and Development Economics*, à paraître.

Plusieurs études soulignent l'existence d'autres facteurs importants de dégradation de la forêt³⁸. L'impact (pourrait-on parler d'empreinte ?) écologique du développement économique de la région, largement impulsé par des investisseurs extérieurs (marocains et/ou étrangers), explique probablement que la forêt ne soit pas dégradée partout de la même façon. À l'échelle de toute l'aire de répartition de l'arganeraie, le phénomène de disparition pur et simple d'arbres se localise principalement aux alentours d'Agadir. Les défrichements y sont la cause, non des pratiques paysannes, mais de l'urbanisation non contrôlée, de l'essor du secteur touristique³⁹ et de l'agriculture d'exportation. Depuis plusieurs décennies, l'emprise croissante des surfaces irriguées s'accompagne de sérieuses dégradations environnementales⁴⁰ qui n'épargnent pas la forêt. A titre de comparaison, d'autres zones, comme celle de Smimou par exemple, caractérisée par une faible urbanisation et une prédominance de l'élevage caprin dans les systèmes de production, a subi au cours des vingt-cinq dernières années une perte nette d'arganiers difficile à quantifier du fait de sa faiblesse. On trouve bien moins de traces de dégradation au nord de l'arganeraie, dans les zones de montagne (Jbel Amsiten⁴¹) proches d'Essaouira, où la rareté de l'eau limite fortement l'essor de l'agriculture irriguée. À l'aide d'indicateurs de qualité des écosystèmes, des études⁴² montrent que les fonctionnalités écologiques des peuplements d'arganiers exploités par les paysans sont souvent meilleures que celles gérées sous la tutelle de l'administration forestière. En dépit de son caractère unique, il n'en demeure pas moins que l'arganier est confronté à de sérieuses menaces

38. M. Alifriqui, Consultation sur l'écosystème de l'arganier, PNUD, 2003 ; B. Bouzemouri, « Problématique de la conservation et du développement de l'arganeraie », dans Z. Charrouf (dir.), *L'Arganier, levier du développement humain du milieu rural marocain*, Rabat, actes du colloque international 27-28 avril, 2007, pp. 15-19.

39. Dans le cadre du plan Azur (10 millions de touristes en 2010), les périphéries des villes d'Agadir et d'Essaouira sont concernées par plusieurs projets immobiliers et de golfs de grande envergure.

40. L'intensification de ces activités agricoles se traduit par une baisse spectaculaire du niveau des aquifères souterrains, et par l'abandon de nombreuses exploitations d'agrumes, faute de ne plus pouvoir accéder à faible coût aux nappes phréatiques, devenues trop profondes. Seuls demeurent sur place les investisseurs capables de forer et de pomper l'eau toujours plus profond, ou de recourir, le cas échéant, à des ressources « non conventionnelles » (eaux dessalées, réutilisation des eaux usées traitées).

41. Ce massif forestier fut l'un des premiers à avoir été délimités au Maroc. Il fait partie de la zone A de la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) et représente un des 154 sites d'intérêt biologique et écologique (SIBE) du Maroc. La province de Smimou a accueilli, en février 2009, un groupe d'étudiants de l'ENGREF de Montpellier, qui s'est livré à un exercice de diagnostic concerté et de prospective concernant le devenir de l'arganeraie (ENGREF, 2009).

42. M. Tarrier, M. Benziane, « L'arganeraie marocaine se meurt : problématique et bio-indication », *Sécheresse*, vol. 1, n° 14, 2003/1, http://www.secheresse.info/article.php3?id_article=228

qui justifient son statut de Réserve de Biosphère ⁴³ accordé en 1998 par l'UNESCO.

Cependant, ce statut protecteur, plus de dix ans après son établissement, ne s'est toujours pas traduit dans les faits par un arrêt des dégradations occasionnées à la forêt, dont 600 ha disparaîtraient chaque année ⁴⁴. Ni les services de l'État, ni la population locale, ni les investisseurs, ne sont parvenus à enrayer les causes de ce phénomène, souvent regroupées en quatre catégories : la coupe excessive de bois de la part des ménages ruraux et des charbonniers ; le surpâturage des chèvres et des chameaux nomades ⁴⁵ ; le déracinement des arbres pour réaliser des projets de l'État ou privés (fermes d'orangeraias et autres cultures d'exportation ; l'urbanisation accélérée). Toutes ces actions, réalisées aux dépens de la forêt, sans se soucier des problèmes de renouvellement des ressources et de biodiversité, portent préjudice, à moyen et long termes, à toute la filière. Comment inciter les acteurs de l'arganeraie à se lancer dans des programmes de reforestation, alors que la lente croissance des arbres et les taux d'échecs des plantations constituent de sérieux obstacles à la rentabilité des investissements engagés ? N'y aurait-il pas une contradiction, aux effets indésirables, entre l'écologie de l'arganier et l'organisation de la filière commerciale des produits à base d'argan ?

La plupart des opérations de replantation tentées jusqu'à présent n'ont pas permis des changements importants. Ces opérations demandent du temps et donnent pour le moment peu de résultats probants. Les propriétaires des terres concernées n'ont plus le droit de les exploiter pendant une certaine période, durant laquelle ils perçoivent des indemnités de reboisement, à raison de 350 dh par hectare et par an. Pour bénéficier de ces indemnités, les exploitants doivent se regrouper en association et consentir cinq années de mise en défens d'une superficie reboisée d'au moins 30 hectares. Pourtant, comme le constatent certains experts, « les projets d'aménagement sylvo-pastoral menés par l'État n'impliquent pas vraiment la population locale, malgré l'utilisation des concepts de démarche participative et partenariale par l'administration dans ses textes et ses discours ⁴⁶. » Il faudrait donc parvenir à associer les communautés « de base », depuis la phase de diagnostic et de programmation jusqu'à celle d'évaluation, à tout projet concernant la forêt d'arganiers, si l'on veut que les exploitants s'approprient les actions de conservation de cet écosystème. Ceci ne peut se faire sans une reconnaissance et une perpétuation des traditions de protection de

43. M. Bouamrane, J. Weber, « Comprendre et prévoir les itinéraires de concertation : quelques pistes pour la recherche et la formation », *Biodiversité et acteurs : des itinéraires de concertation*, UNESCO-MAB, n° 1, 2006, pp. 66-80.

44. On ne peut pas vraiment parler ici de déforestation majeure. Si ce rythme de dégradation se maintient et que l'on ne trouve pas de solution pour la régénérer, la forêt d'arganier aura disparu dans plus de 1380 ans.

45. M. Chamich, *Gestion des conflits liés aux ressources naturelles dans l'arganeraie du Souss (Maroc)*, thèse de doctorat en études rurales, université de Toulouse le Mirail, 2008.

46. Migrations & Développement, *op. cit.*, 2006, p. 13.

l'arbre, relevant généralement de mécanismes domestiques, collectifs ou communautaires, de gestion de l'arbre et de la forêt.

L'IGP ARGANE À LA RESCOURSSE D'UNE FILIÈRE EN PLEIN CHANGEMENT ?

Bien que l'on évoque beaucoup l'agriculture familiale dans les discours (pilier II du plan « Maroc Vert »), les politiques publiques persistent à encourager les producteurs les plus importants, capables de développer des filières compétitives à l'exportation, marginalisant ainsi les petits exploitants.

Dans le contexte actuel de standardisation des goûts et des besoins, d'uniformisation biologique et culturelle, de crise alimentaire internationale et de paupérisation d'un grand nombre de territoires ruraux, il est plus que jamais nécessaire de s'interroger sur les moyens permettant de parvenir à un développement local durable, qui soit motivé par autre chose que par le principe NIMBY (« Not in my back yard »). Dans une économie globalisée, les avantages compétitifs reposent aussi sur des données locales, qu'il est difficile de reproduire ailleurs. Avec l'ouverture des marchés internationaux et l'évolution des préférences des consommateurs, deux types de stratégies s'imposent aux producteurs locaux : celles basées sur le coût (faire le même produit moins cher) et celles recherchant la différenciation. Les questions de spécificité du produit (qu'est-ce qui fait qu'il est unique ?), des caractéristiques qui le lient à son territoire et aux savoirs locaux des communautés paysannes, et surtout leur reconnaissance, deviennent alors fondamentales.

Au cours des dernières décennies, on a pu observer en Europe⁴⁷ une certaine « fièvre » autour des signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) pour les produits agroalimentaires, que l'on pourrait même qualifier de « prolifération patrimoniale », fortement encouragée par les pouvoirs publics. Les pays en développement tentent aujourd'hui de rattraper leur retard dans ce domaine. Connaître l'histoire des SDOQ, en Europe et dans le monde, n'est pas inutile pour savoir si ce « modèle » ne rencontre pas des difficultés quand on « l'exporte » vers d'autres pays, notamment ceux en développement ou émergents. Une telle perspective historique permet également de mieux saisir les origines de la recherche en sciences sociales sur ces produits labellisés. Dans le cadre de processus de patrimonialisation, tous les dispositifs de certification des SDOQ des produits agricoles (AOC,

47. On dénombre actuellement en Europe 4 200 IGP, correspondant à des vins et spiritueux, et 640 IGP concernant d'autres produits. À elle seule, la France compte 593 IGP, qui réalisent un chiffre d'affaires de 19 milliards d'euros et font vivre 138 000 entreprises, la plupart situées en zone rurale. En Italie, ce sont 420 IGP qui représentent 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 300 000 emplois. En Espagne, 123 IGP procurent 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Voir M. François, S. Prak et al., *Indications géographiques : protéger les marques de territoire au profit des producteurs ruraux*, GREC-CEDAC 2009, <http://www.gret.org/ressource/pdf/igp-presentation.pdf>

IGP, Label rouge ⁴⁸, Agriculture biologique, Conformité des produits) poursuivent un objectif commun : donner une valeur économique à des spécificités (géographiques et humaines) initialement non marchandes, voire patrimoniales. Ils imposent en contrepartie aux producteurs l'obligation de créer des mécanismes collectifs d'accréditation et de contrôle crédibles, gageant de la réputation du produit sur tous les marchés. Le choix du système de certification nécessite une analyse fine des coûts (de transaction, etc.), mais aussi de tenir compte du paysage institutionnel du pays.

Les IGP, même si ce sont des démarches volontaires reposant sur les capacités d'action collective d'un groupe de producteurs, renvoient aussi aux notions de réglementation et de rôle des pouvoirs publics, à côté des instruments de marché. Elles nécessitent l'intervention d'une institution indépendante et représentative, chargée d'assurer la médiation entre les différents acteurs concernés. Portée par un collectif, l'IGP passe par l'obtention d'un consensus fondé sur la médiation des intérêts, éventuellement conflictuels. Son efficacité repose sur la mobilisation de nombreuses synergies, ainsi que sur un acteur tiers, public ou semi-public, pour la médiation. En ce sens, le cadre méthodologique des IGP se rapproche des notions de « médiation patrimoniale ⁴⁹ ». Le rôle de l'État est double : d'une part, l'encadrement institutionnel de ces démarches est indispensable (punir les pratiques déloyales, etc.) pour favoriser l'adaptation des dispositifs « importés » au contexte local et national, d'autre part, en intégrant ces dispositifs dans le cadre des politiques publiques de développement économique et rural des territoires. L'État apparaît comme un acteur important de légitimation, incontournable *in fine*, dans ses capacités à faire reconnaître (par des outils législatifs par exemple) des patrimoines en lien avec des groupes culturels, des territoires et leurs ressources.

L'intérêt d'une démarche IGP concerne à la fois les aspects économiques (valeur ajoutée, accès à des marchés de « niche »), environnementaux et socioculturels (préservation et valorisation de la culture locale). Grâce au lien entre le produit et son lieu de production, la qualité liée à l'origine, valorisée au travers d'une IGP, peut contribuer au maintien et au renforcement de l'activité locale. En effet, un produit fini, labellisé dans sa région de production, permet de retenir de la valeur ajoutée et de maintenir la population locale, réduisant ainsi l'exode rural. Les IGP peuvent également aider les exploitants agricoles à obtenir un meilleur prix pour leurs produits. Du côté de la demande, elles fournissent des garanties fiables aux consommateurs en ce qui concerne les caractéristiques du produit, et offrent une plus grande diversité alimentaire. Les SDOQ peuvent

48. Ce label est une marque collective, propriété de l'État, et concédée à des groupements de producteurs, dénommés aujourd'hui « groupements qualité ».

49. D. Babin, M. Antona, A. Bertrand, J. Weber, « Gérer à plusieurs les ressources renouvelables. Subsidiarité et médiation patrimoniale par récurrence », dans M.-C. Cormier-Salem et al. (dir.), *Patrimonialiser la nature tropicale*, Paris, IRD Éditions, coll. « Colloques et séminaires », 2002, p. 79-99.

donc potentiellement être un puissant levier de développement durable dans des zones agricoles fragiles ou marginales. C'est le cas du Sud-Ouest marocain, où les conditions particulières de production de l'huile d'argan, si elles représentent des contraintes, peuvent devenir aussi des avantages comparatifs en définissant les caractéristiques qui font la réputation d'un produit et justifient son prix élevé.

Reconnaissance internationale: enjeux en termes de droits de propriété sur la biodiversité et sur le patrimoine local

La protection juridique et la réservation exclusive des dénominations d'origine ne sont-elles pas en réalité des instruments de protectionnisme ou encore des moyens de défense d'intérêts corporatistes? S'agit-il d'instruments d'un progrès économique qui améliore le bien-être des consommateurs ou bien s'agit-il de freins à l'innovation, d'entraves à la concurrence et au libre-échange, protégeant une rente au profit des producteurs? Ces interrogations sont au cœur des controverses européennes et internationales suscitées par l'élimination des entraves non tarifaires aux échanges.

Le débat sur les IGP à l'OMC oppose actuellement deux catégories de pays⁵⁰: ceux qui défendent des produits de terroir, liés à une culture régionale ancienne, dont dépendent un grand nombre de petits producteurs, même si des acteurs économiques plus importants ou des industriels y sont associés; ceux qui défendent des entreprises industrielles, fabriquant des produits apparentés aux IGP, sans en présenter toutes les caractéristiques (coûts de production inférieurs, normes sanitaires, techniques de production mécanisées, etc.) L'huile d'argan n'échappe pas à cette dualité. Avec l'inscription de l'IGP Argane sur les registres de l'Office marocain de la protection intellectuelle et commerciale (OMPIC), les autorités vont pouvoir lancer auprès de la Commission européenne la procédure de reconnaissance et de protection de l'IGP en Europe, destination de près de 85 % des exportations marocaines d'huile d'argan.

La reconnaissance juridique, au niveau national et international (règlement 2081/92 de la Commission européenne), de ces dispositifs suscite une intense concurrence entre produits certifiés. Celle-ci se manifeste notamment entre les marques commerciales, ou régionales, et les dénominations d'origine⁵¹. De même, par nature, les stratégies de différenciation adoptées par les marques commerciales visent malgré tout à standardiser au maximum la production, à réduire les coûts, et à s'en tenir à une différenciation fondée sur des innovations marginales et un étiquetage attractif. L'IGP Argane constitue donc une étape clé pour mettre fin aux « usurpations d'identité » qui frappent le produit depuis

50. M. François, S. Prak et al., *op. cit.*

51. A. Torre, *op. cit.*, 2006.

des années, et limitent les effets positifs potentiels de sa valorisation au niveau local.

Les laboratoires Pierre Fabre, pionniers de l'utilisation des fruits de l'arganier depuis plus de vingt ans, ont déjà à leur actif quatre brevets sur l'argan. Certains journaux marocains voient dans le dépôt de la marque « Argane » en 1983 à l'Institut national français de la propriété industrielle la plus flagrante des usurpations, à laquelle personne n'a réagi sur le moment. Cette protection juridique, précise-t-on, concerne seulement les produits de parfumerie, cosmétiques et d'hygiène. Ainsi, selon la réglementation en vigueur, personne n'a en principe le droit aujourd'hui de commercialiser ou d'utiliser une marque renfermant le mot « Argane ». De nombreux laboratoires et sociétés utilisent l'huile d'argan comme clé de préparation ou excipient d'un grand nombre de produits⁵². Désormais au Maroc, les entreprises étrangères souhaitant développer ce commerce devront tenir compte des règles de l'IGP, qui aura à terme une portée internationale.

Les IGP sont susceptibles de préserver les produits traditionnels et les savoirs locaux, en protégeant une réputation liée à une connaissance locale. Le principal enjeu est la réciprocité, c'est-à-dire la reconnaissance internationale des IGP des pays du Sud, au même titre que le roquefort ou le champagne français par exemple. Le statut juridique des IGP devrait en effet remettre en question des arrangements antérieurs, notamment en matière de brevets déposés sur l'argan en dehors du Maroc. La défense des IGP nécessite un dispositif particulier de gestion de la propriété intellectuelle, tenant compte du fait qu'il s'agit avant tout d'un bien collectif, rattaché à un terroir et à une communauté. En ce sens, l'IGP Argane est bien la reconnaissance, pour le moment nationale et prochainement internationale, d'une protection de la propriété intellectuelle d'un collectif sur son territoire et sur ses ressources. À ce titre, elle s'intègre pleinement aux débats sur la biopiraterie⁵³ et les droits

52. Dans les cosmétiques vendus en Europe, la majorité des produits de grande consommation à base d'argan ne contiennent pas plus de 2 % d'huile. Les bienfaits sont dans ce cas douteux, mais les bénéfices substantiels.

53. Selon le Collectif Biopiraterie (*Le Monde*, 16 juin 2009), regroupant différentes associations internationales, lorsqu'un acteur privé pose un brevet sur un savoir construit et développé collectivement, il s'approprie l'intégralité des revenus économiques sans en partager les bénéfices avec les premiers développeurs de ce savoir. De plus, il nie l'antériorité des savoirs collectifs traditionnels en affirmant un principe d'inventivité. À ce jour, plus de 552 demandes de brevets sur des gènes aptes à s'adapter au changement climatique ont été déposées auprès des offices compétentes de par le monde. Ce mouvement a été renforcé par l'OMC, avec la signature de l'accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle (ADPIC), qui protège cette dernière selon des critères d'inventivité et de nouveauté, au terme de procédures juridiques complexes et coûteuses. De son côté, la convention des Nations unies sur la biodiversité inscrit dans le droit international la reconnaissance des savoirs traditionnels autochtones.

de propriété sur le vivant ou la biodiversité⁵⁴. Ces débats de fond sont très actifs au sud, avec les enjeux qui se dessinent autour des savoirs locaux, mal connus, que l'on cherche à valoriser autrement que par des brevets.

Certains pays asiatiques, sud-américains et africains sont en effet en train d'élaborer leurs législations nationales et inventorient les produits pouvant potentiellement bénéficier d'une IGP. Leur préoccupation centrale est la préservation du patrimoine agricole national, conformément aux principes de la convention sur la diversité biologique adoptée à Rio en 1992. Ce qui semblait être au départ une victoire des pays du Sud lors de ces négociations internationales, protégeant leurs intérêts nationaux, s'est finalement traduit par l'abandon de toute idée de bien collectif pour la biodiversité, ouvrant indirectement la porte à toutes les formes imaginables de privatisation du vivant⁵⁵. En renonçant à l'idée de patrimoine commun de l'humanité pour la biodiversité, les pays du Sud se sont finalement mis dans une situation difficile, créatrice de tensions et de rapports de force. La question de l'appropriation doit donc être envisagée à long terme, dans ses dimensions symboliques, d'action collective, d'arrangements et d'accords, et donc de rapports de force.

L'IGP Argane, dernier avatar d'un processus inachevé de patrimonialisation ?

Le dispositif de l'IGP Argane vise plusieurs objectifs. Il s'agit, en premier lieu, de promouvoir une appellation, assimilable à une marque collective, porteuse d'un capital de notoriété dans un contexte de diversification des produits et de forte concurrence. Les autorités et les opérateurs nationaux cherchent donc à protéger l'argane sur les marchés internationaux en faisant reconnaître l'IGP par l'OMC et l'UE. Aujourd'hui, après l'obtention de l'IGP Argane, il s'agit d'accompagner les producteurs dans l'application des règles fixées dans le cahier des charges. Au programme également, la mise en place du plan de contrôle pour la certification des opérateurs, que prendra en charge un bureau marocain spécialisé en la matière. C'est donc toute une réorganisation de la filière qui est visée.

L'administration, tout en soutenant l'agro-industrie tournée vers l'exportation pour des raisons économiques, cherche aussi à empêcher la délocalisation de l'ensemble de la filière hors de la région, berceau de l'arbre. Ce qui est visé, c'est la création d'une valeur ajoutée en soi,

54. T. J. Lybbert, "Patent Disclosure Requirements and Benefit Sharing: A Counterfactual Case of Morocco's Argan Oil", *Ecological Economics*, n° 64, 2007, pp. 12-18.; G. Azam, « Les droits de propriété sur le vivant », *Développement durable et territoires*, dossier 10, 2008, <http://developpementdurable.revues.org/index5443.html>

55. F. Thomas, « Biodiversité, biotechnologies et savoirs traditionnels. Du patrimoine commun de l'humanité aux ABS (Access to Genetic Resources and Benefit-Sharing) », *Revue Tiers Monde*, n° 188, octobre-décembre 2006, pp. 825-842.

reconnue à travers les qualités du produit et sa traçabilité, en liaison avec une localisation territoriale. Le rôle d'un organisme autonome de contrôle (certificateur) est ici crucial. La limitation de la vente en vrac et l'obligation de conditionner les produits sur place sont également des facteurs favorables au développement local. Nous avons vu qu'il n'était pas évident de maintenir les dimensions patrimoniales et identitaires de l'huile d'argan. Les mutations de la filière conduisent à une déterritorialisation croissante de la production, à une érosion des savoirs locaux (en dehors du concassage des noix), et à une multiplication du nombre d'acteurs, porteurs d'une image de l'huile qui correspond à une réalité de moins en moins connectée aux terroirs de l'arganeraie.

L'AMIGHA, créée en janvier 2008, s'est donnée beaucoup de mal pour mener à bon port la réalisation du cahier des charges de l'IGP Argane. Elle a été accompagnée dans sa démarche « participative » par des organismes de recherche, ainsi que par des experts français de la région Aquitaine, intervenant dans le cadre d'une coopération décentralisée engagée avec la région du Souss-Massa-Drâa. Cette dernière contribue activement aux initiatives profitant à la valorisation de l'argan, symbole de la préservation des savoirs traditionnels et de leur étroite relation avec la conservation de la biodiversité. Les opérateurs du secteur de l'artisanat, et d'autres filières agro-sylvo-pastorales à fort potentiel, sont invités à entamer une démarche similaire, en labellisant leurs produits remarquables ⁵⁶, en étroite synergie avec le secteur du tourisme rural ou solidaire.

La mise en œuvre de l'IGP a bénéficié de nombreux appuis institutionnels et de l'expertise des membres du réseau ORIGIN (Organisation for International Geographical Indication Network). L'AMIGHA est devenue adhérente de cette association, qui porte à son actif plus de 70 produits labellisés. Un des objectifs d'ORIGIN est de regrouper l'ensemble des exploitants agricoles, dont la qualité des produits est reconnue comme étant liée à un terroir ou à des pratiques ancestrales, pour peser sur les négociations à l'OMC. ORIGIN milite ainsi pour l'extension de la protection additionnelle, dont bénéficient les vins et les spiritueux, aux autres produits labellisés IGP. Certaines coopératives d'argan sont aussi appuyées par Slow Food ⁵⁷, qui a attribué en 2001 son prix annuel au GIE Targanine, initié par Z. Charrouf.

56. Safran de la région de Taliouine (province de Taroudant), miel, figes de barbarie, dattes, plantes aromatiques et médicinales, clémentines, etc. Voir Migrations & Développement, *op. cit.*, 2006.

57. Ce mouvement international (www.slowfood.com), initié en Italie puis fondé officiellement à Paris en 1989, tente de s'opposer aux effets culturels de la restauration rapide et de la standardisation des goûts, tout en défendant le patrimoine alimentaire mondial. Slow Food mène différents projets locaux et nationaux : l'Arche du goût, les Sentinelles (soutenues par leur fondation pour la biodiversité), le réseau Terra Madre (www.terramadre.org), etc. Depuis 2002, l'huile d'argan est une des « Sentinelles » de Slow Food, ce qui lui permet de bénéficier d'un grand nombre de petits projets en faveur des groupes de producteurs agricoles artisanaux.

Ce prix récompense des organisations qui, non seulement préservent la qualité gustative des aliments, mais agissent également en faveur de l'environnement et de la lutte contre les inégalités sociales (promotion du droit des femmes, approche par le genre, aide apportée aux personnes les plus vulnérables).

Malgré ces appuis techniques et institutionnels, l'élaboration du cahier des charges de l'IGP, puis son approbation par le ministère de l'agriculture, ont quelque peu traîné en longueur. Ce retard trahit la difficile médiation à mener entre les représentants des divers acteurs de la filière. Les plus influents, GIE et industriels du secteur, ont semble-t-il eu du mal à trouver un terrain d'entente. Un consensus s'est finalement dégagé, chaque partie ayant admis qu'elle avait tout à gagner des gages de qualité et de traçabilité maximales du produit offerts par l'IGP. L'AMIGHA, qui porte et revendique cette dernière, est aujourd'hui devenue une association stratégique. Elle constitue un réseau politique, regroupant des intérêts divergents, avec un seul accord sur la nécessité d'une IGP. Est-ce pour autant que celle-ci parviendra à réduire la vulnérabilité économique et politique des ménages de l'arganeraie ?

Du point de vue de l'analyse économique, l'IGP s'inscrit dans le courant de l'économie de l'information et de la réputation. On sait, depuis Akerlof (1970), que l'existence d'asymétries d'information sur la qualité réelle d'un produit conduit à terme à la disparition du produit de qualité. Pour qu'il se maintienne sur le marché, il faut que le consommateur dispose d'une information fiable lui permettant de ne pas se tromper, ou d'être trompé. Dans l'esprit d'Akerlof, les caractéristiques des produits se traduisent par un signal prix à l'égard des consommateurs. Cependant, l'IGP, en tant que bien collectif rattaché à un territoire, souligne l'ambivalence de la ressource argan, à la fois patrimoine commun et bien marchand. Les cadres théoriques disponibles dans le domaine de la gestion des ressources permettent-ils de rendre compte de cette dualité ? Peut-on concevoir, de manière autonome, une gestion de l'arganeraie basée sur la notion de patrimoine commun ? Plusieurs courants théoriques en économie, notamment les approches patrimoniales et le courant des ressources communes, se sont développés depuis les années 1970-1980 et offrent des éclairages intéressants sur ce débat ⁵⁸.

La communauté scientifique francophone a développé, depuis les années 1970, une approche novatrice sur les thématiques patrimoniales et territoriales, qui occupent désormais une place centrale dans les analyses relatives à la gestion durable des ressources et au développement local. Plusieurs concepts originaux et intégratifs ont été développés, comme

58. O. Petit, B. Romagny, « La reconnaissance de l'eau comme patrimoine commun : quels enjeux pour l'analyse économique ? », *Mondes en développement*, vol. 37, n° 145, 2009, pp. 29-54.

ceux de patrimoine naturel, de terroir ou de gouvernance territoriale ⁵⁹. L'approfondissement de cette démarche nécessite, d'une part, un cadre théorique unifié remplaçant les concepts de coordination entre acteurs, d'appropriation, d'exclusion et d'action collective dans leur contexte territorial et, d'autre part, de la confronter à d'autres approches ou réseaux scientifiques internationaux ⁶⁰.

L'organisation collective des acteurs de l'IGP se traduit par le respect d'un équilibre subtil entre coopération et compétition. Certaines structures sont en concurrence, car elles proposent des produits similaires sur le marché. Dans le même temps, elles doivent impérativement coopérer pour défendre la valeur collective de la réputation de l'IGP. Le processus de réappropriation de la valeur culturelle des produits et leur transformation en valeur marchande par le biais de l'IGP se traduisent en effet par des opportunités économiques pour certains acteurs, mais peuvent constituer une menace pour d'autres (jeu à somme nulle). En outre, toutes les parties prenantes n'ont bien évidemment pas le même pouvoir de négociation, et certains (investisseurs disposant d'une taille économique importante, etc.) peuvent être tentés de s'approprier une part disproportionnée des bénéfices créés par l'IGP.

Le processus qui entoure la création et le fonctionnement d'une IGP pose clairement la question de l'action collective. Des comportements opportunistes, de la part d'un groupe d'acteurs ou d'une entreprise donnée, peuvent être préjudiciables à l'action collective et mettre en péril la réputation, c'est-à-dire la valeur de l'indication. Un problème essentiel est donc de savoir comment les producteurs s'accordent entre eux sur le respect des règles d'exploitation identifiées dans le cahier des charges. L'apparition des comportements de *free rider*, à l'origine d'externalités négatives entre les différents exploitants de l'IGP, peut se traduire par une baisse de la qualité des produits. L'étude des mécanismes (contrats, modes de gouvernance, organisations basées sur la confiance entre acteurs liés par un terroir) qui permettent de limiter les tentations d'opportunisme à l'intérieur d'un groupe d'acteurs concernés par une IGP est déterminante. La filière de l'huile d'argan, marquée par des relations d'achat/vente induisant des coûts de transaction importants entre les parties prenantes et par des problèmes de partage des bénéfices, illustre bien cette nécessité à laquelle contribue activement le courant des ressources communes. Ce courant est bien incarné par les travaux d'Elinor Ostrom, première femme à recevoir, en 2009, le prix Nobel d'économie qu'elle partage avec Olivier Williamson.

59. E. Chia, A. Torre, H. Rey-Valette, « Vers une "technologie" de la gouvernance territoriale? Plaidoyer pour un programme de recherche sur les instruments et dispositifs de la gouvernance des territoires », *Norois*, n° 209, 2008/4, pp. 167-177.

60. Tels que Resilience Alliance (<http://www.resalliance.org/1.php>) ou l'International Association of the Commons (www.iascp.org/).

On peut également appréhender les indications géographiques et autres AOC en les considérant comme des biens clubs⁶¹. Les IGP ou les AOC ont en effet certains attributs qui les rapprochent d'une analyse en termes de biens clubs : l'existence de mécanismes d'exclusion, la propriété de non-rivalité partielle (la réputation retirée de l'appellation par un des producteurs associés à l'IGP ne nuit pas à celle de son voisin), les questions de volontariat et d'encombrement, sans pour autant recouvrir complètement cette notion. Une telle approche permet de bien poser la question du contenu de l'accord trouvé entre les parties prenantes, de son maintien et de son respect⁶². En revanche, elle ne dit rien sur les conditions de création ou d'émergence de tels biens. De plus, le fait que l'IGP soit ouverte à tous les acteurs respectant le cahier des charges peut amener à douter de la pertinence de la comparaison avec un bien club. La réputation peut alors être analysée à la fois comme un bien collectif et un bien club. Tant que la taille du groupe ou du club de producteurs est limitée, et qu'il n'y a pas trop d'hétérogénéité entre les membres, les mécanismes collectifs peuvent fonctionner. Cependant, sur le territoire concerné, l'IGP permettra-t-elle aux populations les plus vulnérables d'entrer véritablement sur des marchés rémunérateurs, rendus accessibles par la globalisation ? Comme le rappellent Martine François et Seyrevath Prak⁶³, « la renommée des grands crus de Bordeaux et le chiffre d'affaires réalisé par les IG correspondantes est aussi le résultat [d'une longue histoire]. C'est la patiente valorisation d'un patrimoine collectif par toute une région que l'on peut considérer encore aujourd'hui comme un des facteurs de sa prospérité et du bien-être de ses habitants. »

Deux points centraux et interdépendants du cahier des charges de l'IGP Argane semblent poser de sérieuses difficultés : les limites du territoire de l'IGP et la question de la traçabilité des produits. La simplification extrême de l'image de l'huile, découlant de l'action des développeurs et des acteurs privés, a tendance à gommer les particularités propres à chaque terroir. Ainsi, la définition du territoire de l'IGP Argane couvre une zone de production très vaste (plus de 800 000 ha), comparée à celle d'autres AOC. À titre d'exemple, pour le Champagne français, la superficie du terroir concerné est de 33 000 ha. Il y aurait ainsi dans l'arganeraie un terroir unique, délimité par les contours de la Réserve de Biosphère, niant l'existence d'une multitude de lieux typiques, avec des climats, des sols, des formations forestières, des modes d'appropriation des ressources et des savoir-faire techniques très variés.

Dans la démarche actuelle, le fait que les fruits d'argan proviennent de la zone de l'arganeraie suffit à justifier l'origine du produit. Les critères de tradition et de relation au lieu n'apparaissent plus alors que

61. A. Torre, *op. cit.*, 2002.

62. R. Cornes, T. Sandler, *The Theory of Externalities, Public Goods and Club Goods*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996.

63. M. François, S. Prak et al., *op. cit.*, 2009, p. 7.

comme un simple artefact. Cette démarche, qui abuse le consommateur ignorant les dynamiques actuelles de la filière de l'huile d'argan, persuadé de consommer un « produit de terroir », correspond, par défaut, à la réalité de la production des coopératives et de certaines sociétés privées, qui se contentent d'édifier une traçabilité virtuelle du produit⁶⁴. Au lieu d'envisager une seule IGP pour toute l'arganeraie, comme c'est le cas aujourd'hui, ne pourrait-on pas voir émerger plusieurs autres formes de certification, liant la qualité du produit à son origine géographique, sans pour autant descendre jusqu'au niveau villageois (il y aurait plus de 70 000 *douars* dans toute l'arganeraie)?

En ne prenant pas en compte cette diversité au sein de l'IGP Argane, « l'homogénéisation de l'huile d'argan lui ôte son caractère typique et pourrait à terme laisser les consommateurs⁶⁵ ». L'arganeraie ne forme pas un territoire homogène, mais elle est constituée d'une grande variété de terroirs liée à la diversité des conditions écologiques, biogéographiques, agronomiques ou socioculturelles dans cet espace. Pour réellement préserver les savoirs locaux mobilisés autour de l'huile et de l'arbre ne faudrait-il pas s'orienter vers une véritable AOC « huile d'argan traditionnelle », totalement faite à la main? Ciblée sur le marché des huiles alimentaires haut de gamme, une telle AOC pourrait conduire à laisser la production d'huile cosmétique, la plus rémunératrice pour le moment, à des acteurs économiques susceptibles de recourir à des techniques modernes d'extraction et éventuellement de concassage des noix. Ce marché porteur peut-il être abandonné aux mains des seuls investisseurs privés, bien plus puissants financièrement que la majorité des ménages ruraux de l'arganeraie? Une telle AOC permettrait néanmoins de redonner aux savoirs locaux féminins la place qu'ils ont perdue avec le développement de la mécanisation.

Qu'elle soit issue des coopératives, des producteurs privés ou des *souks*, nul n'est aujourd'hui en mesure d'assurer une véritable traçabilité de l'huile d'argan, malgré les efforts réalisés dans ce sens. La spécificité des produits à base d'argan doit être maintenue dans la filière, ce qui impose un système de traçabilité, notamment en amont (des arbres aux amendons) et d'étiquetage coûteux. Cependant, le lien au terroir n'est pas facile, ni à démontrer, ni à formaliser; il tend à figer les savoirs et les méthodes de production. De plus, tous les mélanges d'huile ou d'amendons, effectués à divers stades de la filière (sur les *souks*, dans les coopératives ou les sociétés industrielles), ne facilitent pas la traçabilité du produit, pourtant essentielle pour satisfaire la demande exigeante des consommateurs du Nord. Même les coopératives, confrontées à des difficultés d'approvisionnement en matière première, ont tendance à utiliser des fruits et des amendons qui ne proviennent pas du terroir dans lequel elles s'inscrivent.

64. R. Simenel, G. Michon, L. Auclair, Y. Thomas, B. Romagny, M. Guyon, *op. cit.*, 2009, pp. 51-74.

65. R. Simenel, « Les deux visages de l'huile d'argan », *Sciences au Sud*, n° 51, septembre-octobre 2009, p. 13.

CONCLUSION

Au terme de cette réflexion, il est possible de tirer quelques enseignements plus généraux à partir de l'étude de cas que nous venons de mener. La ressource argan et ses différents enjeux illustrent bien les tensions qui existent entre une logique conservatoire et une logique marchande en matière de développement durable local. Les enjeux autour de l'arganeraie sont ainsi de plusieurs ordres : économiques (développer l'argan comme produit cosmétique d'exportation à haute valeur ajoutée), sociaux (mise en avant de collectifs de femmes, participer à leur émancipation, réduire la précarité croissante des familles engagées dans un travail « industriel » qui ne porte pas son nom), politiques (maintenir les populations rurales sur place dans un contexte géopolitique tendu, en particulier entre le Maroc et l'Algérie) et environnementaux (préservation d'un patrimoine unique à l'échelle du globe en termes de biodiversité).

Le dynamisme de la valorisation économique du produit contraste avec l'immobilisme juridique du statut de l'arbre, mais aussi avec le peu de reconnaissance dont bénéficient les pratiques et savoirs locaux. L'IGP Argane sera-t-elle à même de résoudre cette tension entre logiques marchandes et patrimoniales, en redonnant notamment plus de poids à l'État dans les mécanismes de la filière ? Compte tenu de l'intégration rapide de l'économie de l'arganeraie aux marchés internationaux, la puissance publique a en effet un rôle important d'arbitre et de légitimation à jouer. Les pouvoirs publics peuvent par exemple agir en faveur d'une forte réduction de l'exportation en vrac de l'huile, afin de conserver aux populations locales une part plus importante de la valeur ajoutée. De plus, l'IGP Argane devrait être accompagnée d'une taxation dissuasive, voire d'une interdiction d'exportation des amendons avant leur transformation en huile. Ce commerce, très lucratif pour certains notables et intermédiaires locaux, diminue la compétitivité du Royaume dans ce domaine stratégique. Plusieurs pays importent ainsi des amendons du Maroc pour produire de l'huile dans leurs laboratoires. On retrouve souvent des produits à base d'argan *made in* Tunisie, France, Espagne ou Israël. Ce pays, terre d'accueil de centaines de milliers de juifs marocains, a fait planter en 1984 plus de 100 hectares d'arganiers dans le désert du Néguev, et il semblerait qu'il soit devenu un fournisseur privilégié des grands laboratoires cosmétiques des pays du Nord.

Le bilan que nous avons esquissé des effets des mutations récentes de la filière de l'huile d'argan montre donc qu'il existe un décalage croissant entre deux des grands objectifs que les développeurs s'étaient fixés : la valorisation commerciale du produit, d'une part, et la conservation de l'arbre et de la biodiversité, d'autre part. Néanmoins, l'incidence du marché de l'huile d'argan sur la conservation de l'écosystème reste très mal évaluée. Ces questions renvoient à la problématique de l'arbre et des écosystèmes de l'arganeraie, aux contraintes spécifiques de croissance et de régénération des boisements, qui interrogent les modalités de sa conservation et/ou de

son amélioration génétique. Au niveau local, parmi les nombreuses actions lancées dans l'arganeraie ces dernières années, une d'entre elles consiste à convaincre les femmes, travaillant ou non dans les coopératives, de ne pas vendre au litre, et encore moins dans des bidons ou des bouteilles en plastique, une matière aussi précieuse que l'huile d'argan⁶⁶. Une façon simple de mettre en valeur cette huile consiste à la conditionner dans des bouteilles ou des flacons de petite contenance (6 à 10 cl), dont le prix reste abordable si certains monopoles sur ces derniers sont cassés. Les industriels ont parfaitement compris ce problème et jouent au maximum sur l'emballage de l'huile en petit volume, qui souligne sa rareté et ses bienfaits.

On observe également une multiplication des acteurs qui interviennent sur cette ressource patrimoniale, où dominent les développeurs, les coopératives et les GIE, mais aussi des acteurs privés. Parmi ces nouveaux acteurs, il convient de ne pas oublier la diversification des consommateurs locaux, nationaux et étrangers. On pourrait alors analyser les transformations de la filière, en partant des usages finaux du produit plutôt que de sa production. Une telle approche permettrait d'éclairer les savoir-faire et les valeurs qui fondent au départ cette filière. Ainsi, la demande pour l'huile d'argan en Europe nécessiterait des études plus approfondies pour en saisir la diversité. La construction du lien patrimonial entre le consommateur et l'huile d'argan, au risque d'apparaître comme le « patrimoine des autres », passe obligatoirement par la reconnaissance de ce produit sur les marchés internationaux. Cette perspective, en se plaçant du côté de la demande et non plus uniquement de l'offre, permet alors de faire un rapprochement entre le processus de patrimonialisation et un processus de construction d'une caractéristique, au sens de Lancaster⁶⁷.

La création d'une IGP Argane au Maroc permet aussi de proposer un regard croisé Nord-Sud, à travers l'idée que ce type de processus de patrimonialisation est un modèle de développement qui se répand très vite actuellement. Plusieurs pistes d'interrogation émergent : comment transfère-t-on de tels modèles « occidentaux » au Sud ? Comment les acteurs s'en emparent et en font des leviers de développement local ? Enfin, les approches systémiques, en termes de processus de patrimonialisation, permettent de mieux comprendre la cohabitation de divers processus d'appropriation de la ressource argan et du produit, qui s'enchevêtrent et qui de fait interrogent les capacités et les possibilités d'action collective. Ces dernières se manifestent tant au niveau coutumier (pratiques d'*agdal*), qu'en ce qui concerne les dispositifs mis en place avec l'essor de la filière argan (coopératives, GIE), et plus récemment dans le cadre de l'IGP. Or, nous avons vu que le processus en cours exclut de fait des négociations de l'IGP certains usagers ou ayants droit historiques, en particulier les ménages ruraux de l'arganeraie.

66. Migrations & Développement, *op. cit.*, 2006.

67. K. J. Lancaster, "A New Approach to Consumer Theory", *Journal of Political Economy*, n° 74, 1966, pp. 132-157.

Les populations locales sont en effet rarement conviées à ces constructions patrimoniales. Leurs capacités de réponse et d'action sont limitées, et surtout ne sont pas reconnues. Les communautés rurales sont alors souvent exclues, car pensées en dehors de la nature et incompetentes à construire ces patrimoines. Elles peuvent du coup être incitées à détourner ces constructions (la délimitation des pratiques qui leurs sont imposées), et à affirmer autrement leur capacité d'action. De nouvelles formes d'organisation sont susceptibles de voir le jour, qui dénoncent en particulier les pratiques de corruption, de détournement, et s'inscrivent ainsi dans les jeux politiques locaux, conduisant finalement les ménages ruraux à se réapproprier la ressource. Une des questions qui se pose est finalement la suivante: comment recréer ou « refaire » du patrimoine local, sachant que les véritables porteurs et titulaires des droits d'usage sont largement exclus des processus de valorisation de la ressource ?

BIBLIOGRAPHIE

Association marocaine pour l'identification géographique d'huile d'argane (AMIGHA), 2009. Lettre d'information n° 2, avril. Dossier: présentation synthétique du cahier des charges et du plan de contrôle de l'IGP Argane.

G. Akerlof, "The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and Market Mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, 84, 1970/3, pp. 488-500.

A. Rice, "Is there such a Thing as Agro-Imperialism?", *The New York Times*, 22 novembre 2009, www.nytimes.com/2009/11/22/magazine/22land-t.html?_r=1&emc=eta1

A. Torre, « Économie de la proximité et activités agricoles et agroalimentaires. Éléments d'un programme de recherche », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3, 2000, pp. 407-426.

A. Torre, E. Chia, « Pilotage d'une AOC fondée sur la confiance. Le cas de la production de fromage de Comté », *Annales des Mines, Gérer et Comprendre*, n° 65, septembre 2001, pp. 55-68.

Romagny Bruno.

L'IGP Argane, entre patrimonialisation et marchandisation des ressources.

In : Moisseron Jean-Yves (ed.). Action publique et gouvernance en Méditerranée.

Maghreb-Machrek, 2010, (202), p. 85-114.

ISSN 1762-3162