

5

CHAPITRE 5

VALORISER LA MANGROVE

Autrice : Marie-Christine CORMIER-SALEM

.1 INTRODUCTION

Pour répondre aux trois piliers de la convention sur la diversité biologique (conservation, usage durable et équité) et aux objectifs du développement durable (adaptation au changement climatique, maintien de la vie sur terre et en mer, lutte contre la pauvreté et la faim, équité, etc.), les politiques internationales de conservation de la mangrove (cf. introduction générale) incitent à mettre en œuvre des actions de valorisation sur le terrain, au bénéfice des communautés locales. Le développement d'activités génératrices de revenus pour les communautés est ainsi proposé dans la plupart des projets de restauration des mangroves, notamment pour compenser la limitation des accès et usages des ressources qui découlent de ces projets et favoriser l'appropriation des règles par les usagers. Or, augmenter les revenus des habitants de la mangrove est loin d'être la seule forme de valorisation de la mangrove.

Cette section vise à expliquer la diversité des formes de valorisation de la mangrove et à décrire les outils (économiques, juridiques, institutionnels) qui contribuent à conserver ces systèmes socio-écologiques, dans leurs diverses composantes.

VALORISER ?

Valoriser signifie assurer le maintien ou la restauration du bon état de santé des écosystèmes mais aussi le bien-être des habitants et usagers locaux. Les démarches de valorisation constituent des opportunités d'abord économiques, qui permettent de concilier conservation et partage équitable des bénéfices. En outre, ce sont des opportunités pour repenser le développement local et concevoir le développement territorial sur de nouvelles bases, en constituant des espaces de négociation entre toutes les parties prenantes, du local à l'international.

Figure 22. Système de valeurs associées à la mangrove. Lire : (dans le sens des aiguilles d'une montre, à partir du haut.) Bien-être et santé ; Langue ; Art, artisanat et musique ; Animaux et plantes en tant que famille, totems et esprits ; Institutions communautaires et gouvernance ; Moyens de subsistance et économie ; Vêtements, combustible, fourrage et abri ; Alimentation ; Médecine traditionnelle ; Apprentissage et transmission des connaissances (IPBES, 2022, <https://zenodo.org/records/6810036>)



1.1 | QUELLES VALEURS ?

Les valeurs peuvent être instrumentales, liées aux usages directs et indirects des ressources naturelles et des paysages de la mangrove (cf. Annexe 1). Elles se mesurent alors en terme monétaire, via la mise sur le marché des produits issus de diverses pratiques extractives (pêche, coupe du bois, collecte du sel, etc.). Mais ces valeurs peuvent aussi être relationnelles (valeur patrimoniale, valeur d'existence, rituelle, etc.). En effet, la mangrove n'est pas un simple bien marchand. Elle fournit aussi des services, qui peuvent faire l'objet de valorisation, tels les paysages remarquables valorisés en tant que sites touristiques, réserves ornithologiques, aires marines protégées. La mangrove dans ses diverses composantes peut ainsi être reconnue comme un patrimoine, un espace hérité des ancêtres que la communauté veut transmettre, en l'état ou enrichi, aux générations suivantes. La charge symbolique, identitaire, sacrée des mangroves ne doit pas être sous-estimée. La reconnaissance des liens qui unissent une communauté à « sa » mangrove est un moyen de garantir la résilience du système socio-écologique.

Pour s'assurer du succès des démarches de valorisation, tout opérateur.trice du développement se doit de suivre deux impératifs :

- partir des catégories locales, des pratiques, savoirs et règles des habitants et usagers locaux et analyser leurs articulations (ou non) avec les autres savoirs (académiques) et normes, le plus souvent édictées à l'international et réglementations (droit positif ou officiel). Les instruments de valorisation étudiés (instruments de « reconnaissance » formalisés de type « indication géographique » (IG19), label, signe de qualité, marques de parc, écocertification, etc.) doivent être pensés en fonction de la singularité des contextes locaux ;
- co-construire les démarches avec les parties intéressées, les accompagner et mesurer leur plus-value avec des indicateurs de suivi pertinents, définis dès le démarrage du processus : en quoi ces démarches permettent-elles d'accroître les revenus économiques des communautés et de reconnaître les usagers de la mangrove avec leurs droits, savoirs et liens à la mangrove.



Les îles Kilwa, au large de la Tanzanie, un patrimoine remarquable © Cormier-Salem, IRD

Ce présent guide n'est pas prescriptif ; il propose un cadre qui « guide » ou oriente tout acteur de terrain (opérateur.trice, gestionnaire, ONG, association etc.) pour qu'il.elle se pose les bonnes questions, appréhende les opportunités, anticipe les risques.

Ce chapitre comprend deux volets :

- les démarches de valorisation des produits de la mangrove, désignés comme des « productions localisées ».
- La mise en patrimoine de la mangrove via l'écotourisme, les musées et écomusées.

Dans un cas comme dans l'autre de ces projets de valorisation et de patrimonialisation, les questions à se poser sont : Qui ? Quoi ? Comment ? Des illustrations sont fournies, notamment à partir des travaux réalisés sur le terrain en Afrique de l'Ouest.

La fabrication de la mangrove comme patrimoine local relève d'un processus de revendication collective, liant passé (mémoire ou tradition), présent (territoire, identité) et futur (transmission intergénérationnelle).

2

VALORISATION DES PRODUITS ISSUS DE LA MANGROVE

Les produits issus de la mangrove ne doivent jamais être sélectionnés a priori par l'opérateur. trice mais toujours identifiés avec les groupes concernés. Il s'agit de comprendre ce qui fait sens pour eux, qui appartient à leur patrimoine, qui a une histoire, une tradition, un lien avec leur territoire.

2.1 | ETAPE 1 : IDENTIFIER LES ACTEURS CONCERNÉS ET LES CIBLES

Les démarches de valorisation doivent répondre à une demande des acteurs de la chaîne de valeur, c'est-à-dire des producteurs, distributeurs, transformateurs, commerçants et enfin les consommateurs ou utilisateurs finaux. Bien souvent, elles sont initiées par des acteurs extérieurs au milieu, pour compenser par exemple la mise en place d'une AMP ou d'une restriction d'usage. Dans un cas (démarche dite ascendante ou endogène : down-top) comme dans l'autre (démarche descendante ou exogène : top-down), les acteurs cibles doivent être identifiés ; ce sont eux qui sont concernés en priorité par le processus ; dans notre cas, il s'agit des habitants usagers de la mangrove.

L'opérateur.trice doit donc identifier ces acteurs en ayant une approche inclusive, c'est-à-dire en s'efforçant de prendre en compte tous ces acteurs (quels que soient le genre, l'âge, la race, le statut, etc.) ou groupes d'acteurs, ce qui conduit bien souvent à mobiliser diverses techniques de collectes d'information, classiques en sciences sociales (interviews individuels auprès d'un échantillon représentatif du site concerné, enquêtes semi-ouvertes, groupes de discussion,

La première étape consiste donc à répondre à la question « qui » : identifier et reconnaître les acteurs puis, seconde étape, « quoi » : quels sont les produits et les pratiques associées ; enfin, troisième étape, « comment », mesurer, évaluer, donner de la valeur monétaire, élaborer les signes de reconnaissance et promouvoir le produit.

etc.). Selon le contexte, il pourra s'avérer important d'organiser plusieurs groupes selon le genre, la classe d'âge, la caste etc. pour leur permettre de s'exprimer plus ouvertement.

L'objectif est d'appréhender leurs savoirs et leurs pratiques ainsi que leurs besoins et aspirations en matière de valorisation des produits de la mangrove.

LA CHAÎNE DE VALEUR, dans le cas des mangroves, désigne l'ensemble des acteurs et des activités qui font passer un produit issu de la mangrove du stade de la production (extraction de la ressource : pêche, cueillette, chasse, agriculture) dans les divers espaces (des zones sursalées ou tannes d'arrière-mangrove au front de mer), au processus de transformation du produit, puis à distribution et mise sur le marché, jusqu'à sa consommation finale, processus dont chaque stade voit de la valeur être ajoutée au produit.

2.2 | ETAPE 2 : IDENTIFIER LES PRODUITS ET LEURS MARCHÉS POSSIBLES



Saline exploitée par les femmes de Niodior, île du Gandoul, Sénégal © Cormier-Salem, IRD

Il existe un grand nombre de produits issus de la mangrove susceptibles d'être mieux connus et reconnus. Plusieurs exemples sont listés en annexe 1, ainsi que les usages associés. Cette diversité des produits mérite d'être connue et reconnue (tracée, labellisée) dans le cadre d'un document plus ou moins formalisé, ou cahier des charges, qui spécifie les espèces ciblées, le périmètre ou lieu de la production, les procédés de production et de transformation.

Des choix sont donc à opérer par l'opérateur. trice mais sur quelle base ? Les attentes des communautés, la faisabilité d'écouler les produits sur les différents marchés sont centrales.

Car s'il faut partir des contextes locaux, il ne faut surtout pas perdre de vue les débouchés ou le marché visé, selon chaque produit, qui déterminera en grande partie les types d'instruments mobilisés pour qualifier et promouvoir le produit. Ainsi :

- la mise sur un marché hebdomadaire local ne justifie pas de lourdes et coûteuses démarches de certification, les relations de proximité, de confiance et les transactions directes entre le producteur et le consommateur étant les plus sûrs garants de la traçabilité ;
- En revanche, les démarches de certification valent le coût pour un marché de niche, d'exportation, d'un produit à haute valeur ajoutée.

Les marchés seront donc étudiés à diverses échelles local, national, sous-régional et international selon le produit.

DES NOTIONS À PRÉCISER :

- Le terme de « **production localisée** » est préféré à celui de « produit de terroir ». Il désigne un système de production caractérisé par une implantation locale et un produit dont la spécificité tient en partie à sa provenance. Le lien au lieu est exprimé le plus souvent explicitement dans la désignation du produit. *Ainsi, les huîtres dites de Casamance sont nettement différenciées des huîtres du delta du Saloum sur les marchés dakarois.*

- **Qualité** : la qualité du produit est intrinsèque : elle relève du produit lui-même du point de vue nutritionnel, organoleptique, sanitaire ; et extrinsèque : elle relève de son environnement et des conditions de sa production (usage respectueux de l'écosystème, respect du bien-être animal, interdiction du travail des enfants). La qualité d'un produit est liée à son lieu d'origine et/ou aux savoirs et savoir-faire du groupe de producteurs local, gage de sa réputation et de sa valeur dans les réseaux d'échange. Un miel de mangrove, produit par les mêmes espèces d'abeille (*Apis mellifera*), a une qualité différenciée selon les espèces végétales butinées mais aussi selon les modes de collecte et donc le savoir-faire de l'apiculteur.



Miel de mangrove, Niodior, delta du Saloum © Cormier-Salem, IRD

Plus un marché est éloigné du site de production, plus les opportunités de valoriser le produit sont grandes mais aussi les risques, avec l'entrée d'acteurs, tels des intermédiaires qui peuvent détourner une partie des bénéfices au détriment des acteurs locaux.

2.3 | ETAPE 3 : BIEN CHOISIR LA DÉMARCHE, L'INSTRUMENT OU LE DISPOSITIF DE VALORISATION

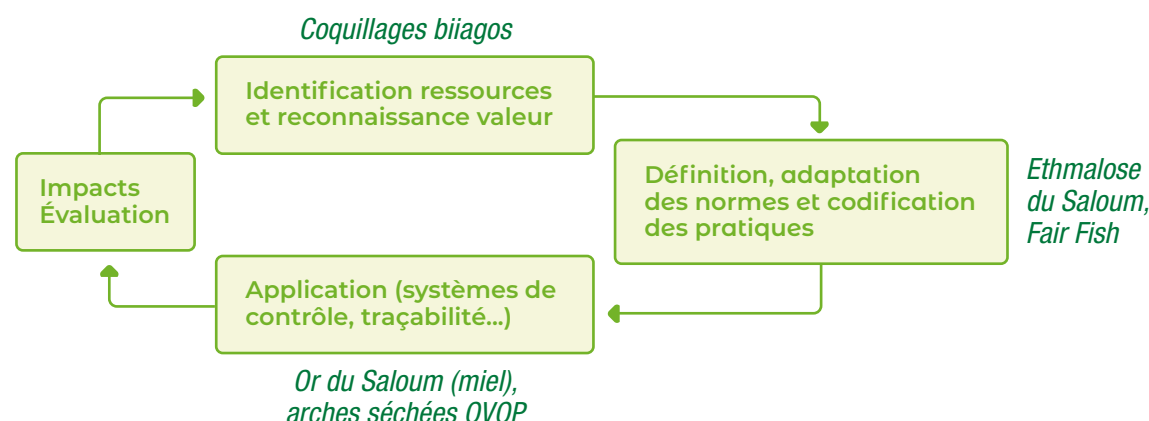


Figure 23. Etapes du processus de qualification des productions localisées : exemples en Afrique de l'Ouest, montrant que les démarches sont loin d'être abouties.

Ces démarches comptent divers stades plus ou moins sophistiqués selon les produits et les contextes, le stade le plus simple étant la confiance entre producteur et consommateur, qui reconnaît la qualité du produit, les positifs les plus élaborés étant les produits de terroir labellisés, par exemple sous le label européen IGP indication géographique protégée²³ :

- Le premier stade de valorisation est donc celui qui apporte une plus-value économique mais aussi en termes d'identité, de savoirs etc. (d'où l'importance de définir ce que sont les valeurs et la valorisation) ; il s'agit d'une simple identification et reconnaissance, sans label, sans démarche « aboutie » de labellisation.
- Les démarches de qualification plus abouties, pour des productions localisées, sont intéressantes pour les produits un peu exceptionnels (cf. ci-dessus : marché de niche, d'exportation, d'un produit à haute valeur ajoutée). Il existe, pour les valoriser, une grande diversité de labels. Ce sont des démarches volontaires et plus ou moins contraignantes.

Une grande diversité de labels : Les signes de reconnaissance ou instruments de labellisation des produits sont très divers, au nombre desquels (ou parmi les plus connus) : les Indications géographiques protégées (AOP et IGP dans l'UE),

les marques de parc, le commerce équitable (Fair Trade, Origin, Slow Fish), les labels bio, rouges, l'écocertification (ex Marine Stewardship Council). D'après les travaux conduits en Afrique de l'Ouest, ces démarches sont coûteuses et contraignantes, surtout pour les produits halieutiques très périssables qui ne répondent pas au diktat des normes sanitaires internationales, sinon au détriment de la typicité du produit : que serait un « yet », Cymbium spp. fermenté et séché, qui répondrait aux normes sanitaires internationales²⁴ ? S'il faut renoncer à qualifier ces produits pour l'exportation sur le marché européen, d'autres débouchés sont envisageables (cf. Box 3). Ce point est essentiel. L'opérateur.trice doit donc faire une étude de marché en bonne et due forme et envisager divers segments de marché, local, national, sous-régional et international.



Ces démarches de valorisation sont innovantes, et comme toute innovation (technique économique institutionnelle), il est important de bien identifier les opportunités (plus-value, valeur reconnue, bénéfices matériel et immatériel, dont la

préservation de la diversité biologique et culturelle) et les risques (marchandisation, diktat de la qualité sanitaire et normalisation ou standardisation... au détriment des spécificités et typicités).

Figure 24. CE QUE L'OPÉRATEUR.TRICE DOIT DÉFINIR AVEC LES ACTEURS LOCAUX :



Cimetière de Fadiouth, l'île aux coquillages, Sénégal © Cormier-Salem, IRD



PRODUCTIONS LOCALISÉES ISSUS DE LA MANGROVE
AU SÉNÉGAL ET EN GUINÉE BISSAU

Les produits de la mangrove valorisés par les communautés locales sont les coquillages (*Arca spp*, *Murex*, *Pugilina*, *Cutilena*) et le miel dans la Réserve de Biosphère de l'Archipel Boloma-Bijagos, les coquillages (*Arca spp*, *Murex*, *Cymbium*, *Crassostrea gazar*), le miel et le sel dans la Réserve de Biosphère du delta du Saloum. La plupart de ces productions localisées sont réputées, avec un lieu d'origine bien identifié qui renvoie à tout un système de production-transformation-commercialisation et de savoir-faire de certains acteurs.trices bien reconnus. Leur typicité leur confère une qualité recherchée et ainsi un prix plus élevé sur le marché. Destinées au marché domestique, basées sur des relations de confiance et de proximité entre actrices de la filière, elles ne nécessitent pas de mettre en œuvre de lourdes démarches de certification telles les AOP, label européen (cf. ci-dessous).

Parmi les démarches de labellisation adaptées au contexte local, le label OVOP « One Village, One Product », soutenu par la coopération japonaise (JICA) vise à revaloriser des zones rurales en situation de dépeuplement et à promouvoir des initiatives communautaires génératrices de revenus à travers la reconnaissance de spécialités locales. Ce label est original car il met en avant, moins la qualité des produits, que la capacité des acteurs de la filière à s'organiser, à s'autonomiser et à maîtriser la chaîne de valeur. Lancé en 2011 au Sénégal, ce label a été accordé à divers GIE (Groupement d'Intérêt Economique) qui valorisent des produits de la mangrove : Murex (ou tuffé) par le GIE de Ngodane, miel de la GIE Mboga Yiff, produits halieutiques de la GIE Gnassemane.

Ainsi, le GIE des îles du Saloum regroupe les femmes des communautés villageoises de Falia, Dionewar et Niodior, qui maîtrisent la chaîne de valeur des coquillages. Ce GIE s'est vu attribuer en 2012 le label OVOP, ce qui lui a permis d'améliorer les techniques de séchage (claies et règles d'hygiène), d'acquérir du matériel de collecte (couteaux pour détacher les huîtres, bottes et gants), de séchage (claies solaires), d'emballage sous vide et d'étiquetage, et de palier à trois goulets d'étranglement, à savoir l'accès au crédit, à l'information et à la formation et enfin, au marché, afin de ne plus dépendre des bana-bana, commerçants intermédiaires.

La valorisation des productions localisées est un moyen d'autonomisation économique et sociale des **femmes** et une **alternative à la déprise rurale** (notamment au départ massif des jeunes), comme à la surexploitation. Sur ce dernier point, d'après les enquêtes conduites dans le delta du Saloum (Sarr et al, 2009), l'augmentation des prix de vente des coquillages permet une meilleure rémunération du travail des femmes. On pourrait craindre que les femmes soient tentées non de diminuer leur pression sur les ressources mais de l'augmenter pour gagner plus d'argent. Néanmoins, outre le respect des règles d'usage et d'accès à la mangrove, elles sont contraintes 1) par le cycle des marées (elles ne pêchent qu'avec la marée descendante, 2) par les autres activités, domestiques et productives.

Cet exemple montre l'importance des dispositifs de régulation et de valorisation établis en concertation par les usagers pour la pérennisation de la chaîne de valeur.



GIE de Niodior, île du Gandoul, Sénégal © Cormier-Salem, IRD

LA SOIE SAUVAGE DE PALÉTUVIERS À MADAGASCAR

La production de la soie sauvage (*Borocera cajani/madagascariensis*) actuelle des mangroves à Madagascar, se pratique dans la Région de Boeny.

Des groupes de femmes ont été créés pour collecter les cocons, filer et tisser cette soie sauvage. Les cocons et les fils de soie sont les deux principaux produits destinés à l'exportation. Ils se démarquent sur le marché international compte tenu du fait de leurs caractéristiques très spécifiques.

Des coopératives de cette filière soie ont été créées par « Femmes entrepreneures environnement Mahajanga » (FEEM), impliquées depuis plus de 20 ans dans la filière de soie sauvage de palétuviers jusqu'au produit final tissé. Des colorants naturels issus de plantes sont utilisés pour la teinture des tissages et la réalisation des ouvrages en soie. L'organisme génère des emplois auprès des femmes (environ 200), notamment dans la Commune de Boanamaray.

2.4 | CONCLUSIONS

Les systèmes de certification des produits issus de la biodiversité, comme la mangrove sont complexes, contraignants, voire excluants. Car derrière la protection d'un nom, d'un mode d'obtention et d'une origine géographique, dans la logique de libre circulation des produits, les dispositifs de labellisation sont accompagnés de procédures complexes de contrôle de la qualité (intrinsèque et extrinsèque), dont l'hygiène. L'opérateur.trice doit donc se demander en quoi ces instruments de valorisation peuvent être adaptés et répondre aux attentes des populations locales, leur apporter un meilleur bien être, tout en satisfaisant les objectifs de conservation de la diversité biologique et culturelle, et sans dévoyer le produit, sans lui enlever sa typicité, sans exclure des acteurs.



Marché Boucotte à Ziguinchor, Casamance, Sénégal © Cormier-Salem, IRD

Tableau 6. Les points d'attention de l'opérateur.trice

ANTICIPER LES POINTS DE TENSION	METTRE EN AVANT LES OPPORTUNITÉS
Lien entre le produit et sa provenance (lieux d'extraction, obtention, transformation)	Segmentation et élargissement du marché
Uniformisation des procédures	Valorisation des services écologiques
Marginalisation de certains acteurs	Mise en place de dispositifs locaux originaux
Impact potentiel de ces démarches sur la biodiversité	Lutte contre l'usurpation du patrimoine

3 VALORISATION DU PATRIMOINE DE LA MANGROVE

Compte tenu de la singularité des contextes locaux, il s'agit, dans cette section, d'orienter l'opérateur.trice pour accompagner de façon pertinente (durable et équitable) les démarches qui visent à valoriser la mangrove en tant que patrimoine, qu'il soit matériel (diverses composantes et niveaux : les gènes et espèces, les populations et communautés - animale, végétale et minérale -, les paysages) ou immatériel (savoirs et savoir-faire, traditions orales, contes et mythes, danses, rites, etc.).

Comme dans les démarches de valorisation des ressources naturelles, l'opérateur.trice doit se poser les questions suivantes :

- Quels sont objets patrimoniaux à donner à voir, qui font sens pour les acteurs locaux, qui sont susceptibles d'être mis en scène ?
- Pour qui sont-ils donnés à voir ? Quels sont les cibles ?
- Quels sont les instruments susceptibles d'être mobilisés et pour répondre à quelles attentes ?
- Comment évaluer le succès et les limites de ces démarches ?

Diverses activités peuvent être envisagées,

- d'une part les activités relativement classiques, tels les circuits de découverte, sentiers ornithologique, parcours terrestres ou sous-marins,
- d'autre part, les expositions, festivals, foires, centre de ressources, maisons du patrimoine, etc. Ces manifestations peuvent être temporaires, éphémères ou permanentes, saisonnières.

LE PATRIMOINE NATUREL DES MANGROVES

Ensemble du vivant (naturel et culturel) ou des éléments de la biodiversité qu'un groupe considère comme suffisamment essentiel pour son identité et sa mémoire collective et qu'il souhaite préserver afin de les transmettre aux générations futures. Trois principaux caractères semblent en constituer l'apanage (Cormier-Salem et Roussel, 2000) : ces éléments sont supposés être hérités des ancêtres, suffisamment appréciés et valorisés pour être transmis aux générations futures et servir de référents identitaires à une collectivité. Il peut s'agir des espèces végétales et animales (palétuviers, tigre, crocodile, tortue, oiseaux), des écosystèmes et paysages (exemple des amas coquilliers du delta du Saloum classés paysages culturels) et des savoirs naturalistes locaux.



Circuit écotouristique dans les îles du Gandoul, delta du Saloum © Cormier-Salem, IRD

3.1 | CIRCUITS DE DÉCOUVERTE ET AUTRES PROMENADES TOURISTIQUES EN MANGROVE

Les promenades en bateau pour observer la faune et la flore sont sans doute la forme la plus répandue de valorisation touristique de la mangrove. L'opérateur.trice veillera à identifier les retombées, sur les populations locales ; de telles excursions bien souvent offertes dans le cadre de

tour-opérateurs, ne partageant guère les bénéfices économiques avec les communautés, sauf via la rémunération de quelques individus issus des villages riverains, employés comme conducteurs de pirogue et guides (cf. Encart : Valorisation touristique des îles du Gandoul)



Amas coquilliers à Niodior, île du Gandoul © Cormier-Salem, IRD

VALORISATION TOURISTIQUE DES ÎLES DU GANDOUL, SÉNÉGAL

Le delta du Saloum au Sénégal a de nombreuses potentialités touristiques du fait de la richesse de son patrimoine naturel (mangrove, oiseaux, dauphins, tortues, etc.), inscrit Parc national dès 1976, puis érigé en réserve de biosphère de l'Unesco en 1981, et enfin site Ramsar en 1984. Son attractivité touristique tient aussi à son patrimoine culturel, à savoir les milliers d'amas coquilliers, à la fois vestiges archéologiques ayant servi de tombes à des notables, sites sacrés et constructions modernes liés à l'exploitation toujours actuelle des coquillages. En 2011, le delta du Saloum est ainsi inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'humanité de l'Unesco pour ses paysages culturels.

Ces attractivités donnent lieu à plusieurs formes de valorisation touristiques, dont des excursions en pirogue dans les chenaux de marée, des sentiers de découverte de la faune et de la flore, des pique-niques et baignades sur les rives des fleuves. Néanmoins, cette manne verte est le plus souvent accaparée par des opérateur.trices privés, extérieurs au milieu. Les habitants de la mangrove dénoncent les faibles retombées économiques de ces activités et les désagréments occasionnés par ces visites de masse, tels l'entretien coûteux des sites et la difficile gestion des déchets dans des milieux insulaires, sans parler du piétinement des sites, la perturbation de la faune, la pollution sonore des moteurs, etc.



Sentier écologique de la Somone
© Awa Ndoye



SENTIER ÉCOLOGIQUE DE L'AMP DE LA SOMONE, SÉNÉGAL

La Réserve Naturelle d'Intérêt Communautaire de la Somone, créée en 1999, érigée en AMP en 2020, couvre une superficie de sept cent (700) ha. Elle constitue un patrimoine historique, culturel et naturel avec la présence de sites comme : le puits de El Hadj Omar Foutiyou Tall, le génie protecteur (Keur Sangu), le baobab nain.

L'AMP abrite également un sentier écologique de 1,2 km, qui est une bande de terre entourée par la mangrove et la lagune de la Somone. Aménagé en 2011 par un couple de bénévoles français, ce parcours est riche en découvertes: plus de 57 espèces d'oiseaux (Pélicans, Héron, Aigrette, Flamant rose, Balbuzard), des crustacés (crabe violoniste, crevettes) des mollusques (*Senilia senilis*, *Crassostrea tulipa*), 27 espèces de poissons, le chacal (*Canis mesomela*), le singe vert (*Cercopithecus aethiops*), la mangouste à queue blanche (*Ichneumia albicauda*), le varan du Nil (*Varanus niloticus*) et la tortue verte (*Chelonia mydas*) etc. Plusieurs circuits sont proposés : balade en pirogue sur la

lagune pour voir les bolongs, la mangrove et les oiseaux, parcours à pied du sentier écologique en passant par le restaurant des femmes ostréicoles, excursion en calèche pour observer des chacals au niveau des tannes, visite du village artisanal.

Le comité de gestion de l'AMP a mis en place des tarifs différenciés selon l'origine des visiteurs et leurs statuts : les élèves ne paient pas, ni les chercheurs ; le prix payé par un Sénégalais est différent de celui payé par les touristes étrangers.

Une partie des recettes est versée aux quatre villages qui entourent l'AMP et gérée par les associations des femmes, investies dès l'origine dans la conservation du site et la valorisation des huîtres. Une autre partie des recettes revient à l'entretien et l'aménagement du site écologique.

Les populations riveraines souhaiteraient que ce sentier soit mieux connu et valorisé, alors qu'il se trouve au cœur d'une des principales régions touristiques balnéaires du Sénégal.

3.2 | VALORISATION MUSÉALE

Devant la carence des initiatives muséales valorisant la mangrove, cette section vise à informer l'opérateur.trice sur de telles initiatives et l'orienter. Ce dernier, accompagné si possible par des muséologues et des muséographes, doit explorer diverses formes de valorisation du patrimoine matériel et immatériel pour favoriser leurs complémentarités ; il aura tout intérêt à les organiser en réseau, comme par exemple :

- un musée communautaire à l'échelle du village qui est le lieu de la collection des objets, authentifiés, documentés, inventoriés et présentés lors d'exposition,

- un musée vivant qui célèbre un rite avec les objets qui entrent et sortent du musée d'où la notion d'objets culturels « vivants »,
- un centre de formation culturelle pour sauver le patrimoine, développer des activités traditionnelles et culturelles.

LA MAISON DES PRODUITS DE LA MER, PROJET DE MBOUR AU SÉNÉGAL

À la demande des professionnels artisans de la pêche et suite à plusieurs mois de concertation avec les acteurs locaux de la Petite Côte et des îles du Saloum au Sénégal, il a été décidé de concevoir un **musée régional**, dans une des villas du centre de Mbour, centré sur les produits de la mer et de la mangrove, comprenant :

- des **salles d'exposition** donnant à voir les espèces, les savoirs, les techniques de transformation, les engins de pêche, le milieu géographique avec une salle consacrée à la mangrove et la pêche des invertébrés marins mais aussi le sel et le miel de mangrove), et une autre sur le littoral, la pêche maritime, les autres produits halieutiques ;

- une **boutique de vente** des productions localisées issues de de la mer et de la mangrove ;
- un **espace de dégustation** des spécialités culinaires à base de ces mêmes produits.

Cette maison, localisée à Mbour sur la Petite Côte, devait être mise en **réseau avec d'autres sites, gérés directement par les acteurs locaux**, dans les îles du Gandoul (centre d'interprétation de Niodior, centre de ressource de Toubakouta), un musée vivant au quai de pêche de Mbour, un autre à Mballing, secteur de transformation des produits halieutiques.

Objets d'un musée en plein air, Sénégal
© Cormier-Salem, IRD



3.3 I VADEMECUM DE LA MISE EN PLACE D'UN ÉCOMUSÉE OU MUSÉE COMMUNAUTAIRE

Les principales questions qui doivent guider l'opérateur.trice sont les suivantes :

Quels objets présenter ?

Quels patrimoines mettre en scène ?

- Sur les collections ou la collecte des objets dits patrimoniaux, à la fois naturels et culturels, matériels et immatériels, comment les enrichir et les valoriser ? Qui choisit ? Selon quels critères ?
- Qui a les connaissances ? des experts en systématique, des taxidermistes aux guides et amateurs ornithologues. Une attention particulière doit être accordée aux savoirs locaux et pratiques traditionnelles.
- Comment s'effectuent la collecte des objets, le stockage, la manipulation, la conservation ?

Quel public est visé ou qui sont les cibles ?

- Plusieurs parcours peuvent être conçus selon les visiteurs ciblés : jeunes des villages, qui ne connaissent plus leur patrimoine, scolaires accompagnés par leurs enseignants touristes nationaux ou internationaux, adultes ou enfants (nécessitant une visée pédagogique, plus ludique et des objets à hauteur du jeune public) ;
- Si les visiteurs étrangers sont ciblés, il faut s'interroger sur les conditions et les capacités d'accueil du site, voire envisager des quotas pour ne pas détériorer le site.

Avec quels moyens ?

- Si le public visé est d'abord local ou national, la gratuité des musées semble incontournable mais alors, quelles aides et subventions pour ces musées ?
- Si le public est étranger, des revenus peuvent être assurés par la valorisation des produits locaux, spécialités culinaires ou objets artisanaux : sans proposer ceux que l'on retrouve sur tous les marchés, il faut offrir des produits « haut de gamme » « contemporains » qui valorisent la créativité des artisans, mettent en valeur les matériaux locaux et les savoir-faire locaux adaptés au monde moderne

Quelle gouvernance ? Quels acteurs ? Pour qui ? Qui en bénéficie ? Quelles retombées pour les populations locales ?

- Un des points sensibles que doit aborder l'opérateur.trice est celui de la contribution de la société civile, acteurs ou spectateurs de la mise en scène. A ce point est lié le statut juridique du projet de valorisation muséale avec divers niveaux d'implication des acteurs locaux dans la gouvernance de cette structure : « simples » informateurs ou fournisseurs d'objets pour un centre de ressources, guides pour définir et accompagner les parcours d'un sentier écologique, consultants pour réaliser les dioramas et panneaux d'une exposition ou encore membres de droit du comité de gestion d'un écomusée. La participation de la société civile est ainsi très inégale d'un projet à l'autre et ce point doit être clairement explicité dès l'élaboration du Projet Scientifique et Culturel (PSC).
- L'opérateur.trice aura à cœur d'être inclusif et de mettre en œuvre des processus permettant une effective concertation et coordination entre les parties-prenantes à une échelle ad hoc et ce, pour diversifier les offres de mise en scène, éviter la compétition, faire en sorte que les actions se complètent et valorisent les spécificités à l'échelle des villages, répondent à la diversité des attentes et des demandes à diverses échelles et selon les acteurs.

VALORISATION MUSÉALE LOCALE VIVANTE : LE MUSÉE DE SANGAWATT À DIEMBERING, SÉNÉGAL

A l'initiative d'un jeune (Ousmane D) revenu s'installer dans sa communauté d'origine, après plusieurs années passées à Dakar et à l'étranger, le musée vivant de Sangawatt est un parcours de découverte de la culture animiste joola, dans toutes ses composantes, dont la mangrove. La forêt sacrée est mise en scène par Ousmane D. qui accueille le visiteur en costume traditionnel et avec des chants rituels. Ce musée vise à être une vitrine du patrimoine rituel du terroir joola et un espace d'accueil, d'échange et de réinsertion professionnelle de nombreux jeunes adultes.

- Un autre point également sensible est le risque de représentation folklorique ou d'une mise en scène romantique et fixiste des modes de vie et de gestion des ressources par les communautés locales. Il y a des traditions à mettre en valeur, certes, mais les traditions ne cessent d'être ré-inventées et doivent s'adapter aux changements globaux, ce qui incite à innover (cf. Encart "Des objets à collecter ou à créer : exemples des engins de pêche")

DES OBJETS À COLLECTER OU À CRÉER : EXEMPLES DES ENGIN DE PÊCHE

Dans le delta du Saloum au Sénégal, les filets autrefois en coton sont désormais en nylon, les haveneaux et nasses de fibres végétales en plastique. Tous ces objets, anciens comme modernes, ont leur place dans un musée.

3.4 I RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES POUR MIEUX VALORISER LE PATRIMOINE CULTUREL DES MANGROVES

Les offres de valorisation patrimoniale de la mangrove, réellement conçues avec les acteurs de terrain, donnant à voir sa diversité et sa singularité, sont encore très limitées en nombre et pauvres en termes d'objets présentés, souvent répétitives et peu pensées par rapport au contexte local.

Or ces formes de valorisation sont des opportunités à divers titres : moyen de reconnaissance symbolique et économique des savoirs locaux, dispositif d'autonomisation des usagers locaux ; vitrines, permettant d'élargir et attirer un nouveau public ; structure d'éducation et de transmission du patrimoine.

L'opérateur.trice veillera à anticiper les contradictions internes de ces démarches innovantes, dans la mesure où il faut opérer des choix, qui bien souvent se soldent par une perte des objets non sélectionnés ; la trame narrative risque de fixer la tradition ; les objets exposés voient leurs sens dévoyés. La marchandisation du vivant peut se traduire par des dissymétries entre acteurs. Il est recommandé de :

Diversifier

- Diversifier les instruments, en les testant sur le terrain (opérationnalisation), explorer des modes de valorisation plus artistiques (ex. chorégraphie sur les mangroves) ou ludiques ou conviviales (atelier culinaire, dégustation, livre de recettes, etc.) ;
- Diversifier l'offre, muséale comme touristique ou socioculturelle, en fonction de la demande des visiteurs et de l'attente des populations locales ;
- Rendre visibles la singularité créative des populations et leurs modes d'attachement à la mangrove :

1. Pour valoriser les collections, outre les expositions permanentes, il faut aussi concevoir des musées virtuels, éphémères, ou encore des sites internet plus pédagogiques, offerts notamment aux lycéens ;
2. la contextualisation est indispensable car il faut donner à voir les très fortes spécificités locales, qui sont une richesse ;
3. Le « caractère » de chaque site (comme le caractère de chaque aire protégée ou parc national) est à valoriser pour une meilleure attractivité des visiteurs : il faut jouer sur la complémentarité entre sites, proposer des circuits ou réseaux de sites.

Former, Informer et échanger

Il est recommandé de se faire accompagner par des muséographes et des muséologues pour :

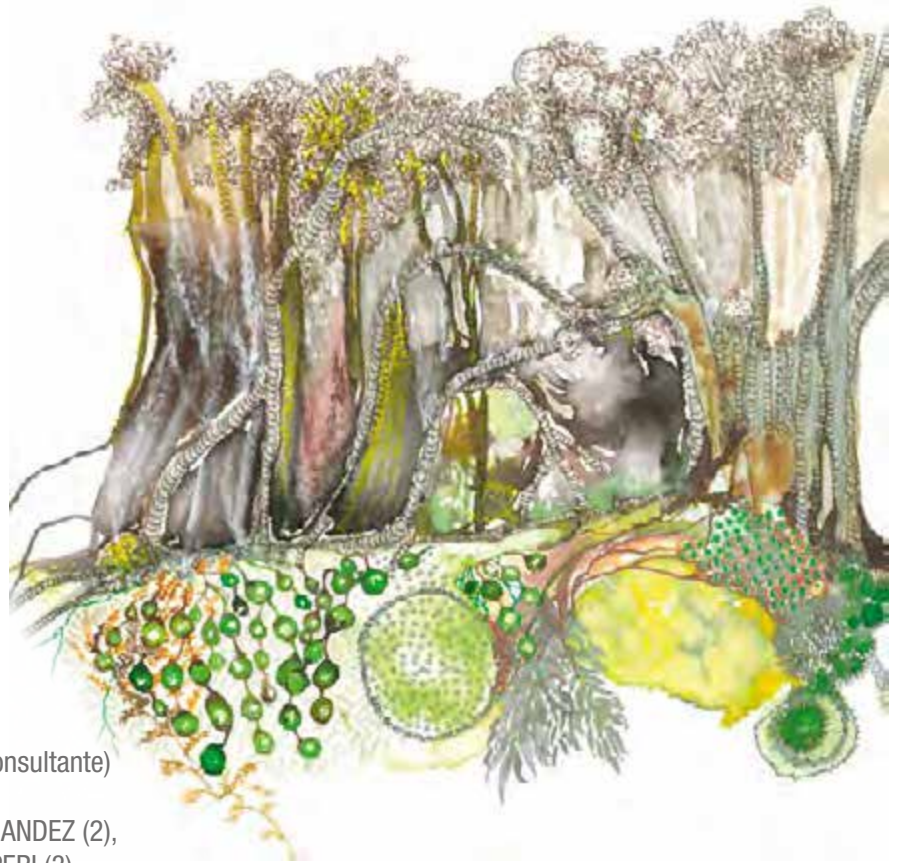
- L'information des opérateur.trices et des médiateurs sur les diverses potentialités et sur les dispositifs les plus adaptés au contexte local ; également pour les aider à l'élaboration d'un cahier des charges pour un signe de reconnaissance d'une production localisée, d'une charte écotouristique ou écomuséale ;
- La formation des guides, des écoc guides et des conservateurs :
 1. sur les techniques muséologiques,
 2. sur les informations scientifiques à communiquer aux visiteurs.
- La co-construction ou le co-partage des savoirs ;
- La mise à l'échelle par des échanges d'expériences.

LES ÉCOSYSTÈMES **MARINS**

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE POUR
LA **RESTAURATION DES MANGROVES**



FONDS FRANÇAIS POUR
L'ENVIRONNEMENT MONDIAL



AUTEURS

Chapitre 1 : Catherine GABRIÉ (consultante)
et Julien ANDRIEU (1)

Chapitre 2 : Claudia AGRAZ HERNANDEZ (2),
Julien ANDRIEU et Juliana PROSPERI (3)

Chapitre 3 : Lisa MACERA (4)

Chapitre 4 : Claudia AGRAZ HERNANDEZ,
Julien ANDRIEU et Juliana PROSPERI

Chapitre 5 : Marie-Christine CORMIER-SALEM (5)

Chapitre 6 : Claudia AGRAZ HERNANDEZ, Julien
ANDRIEU et Marie-Christine CORMIER-SALEM

Chapitre 7 : Claudia AGRAZ HERÁNDEZ, Ebenezer
HOUNDJINOUE et Maria Martha CHAVARRÍA DÍAZ (6)

Avec la collaboration d'Issa SAKHO (7),
d'Awa RANE NDOYE (8), de Jordan REYES
CASTELLANOS, de Julio CHÁVEZ BARRERA et
d'Adriana GREGORIO CORTES

(1) Département de géomatique (GEOSpatial
Monitoring & Information Technology) Institut
français de Pondichéry (Inde)

(2) Institut EPOMEX- Université autonome de
Campeche (Mexique)

(3) UMR AMAP – CIRAD, Botanique et
bioinformatique de l'Architecture des Plantes –
Montpellier (France)

(4) Université Côte d'Azur, Nice ; Créocéan (France)

(5) UMR PALOC "Patrimoines locaux,
environnement et globalisation", IRD, MNHN Paris

(6) ONG CORDE (Bénin)

(7) UFR Sciences et Technologies de l'Université
de Thiès (Dakar, Sénégal)

COORDINATION ÉDITORIALE

Catherine GABRIÉ (consultante) et Janique ETIENNE
(Secrétariat du FFEM)

REMERCIEMENTS

Nous remercions l'ensemble des personnes
interrogées pour le partage d'information et leur
disponibilité.

Référence pour citation

Agraz Hernandez C., Andrieu J., Cormier-Salem
MC., Gabrié C., Macera L., Prospero J., 2024.
Guide méthodologique pour la restauration des
mangroves. Coord. Gabrié C., Etienne J. Editions du
FFEM.

Illustrations

Un remerciement spécifique à Céline Bricard
pour ses aquarelles, illustrant les chapitres de ce
document.

Conception graphique

Graphisme et mise en page : piknetart.fr