

Le patrimoine au secours des agricultures familiales ? Eclairages méditerranéens

Nicolas Senil, Michon Geneviève, Aderghal Mohammed, Berriane Mohamed, Boujrouf Said, Furt Jeanmarie, Moizo Bernard, Romagny Bruno, Sorba Jeanmichel, Caroline Tafani

▶ **To cite this version:**

Nicolas Senil, Michon Geneviève, Aderghal Mohammed, Berriane Mohamed, Boujrouf Said, et al.. Le patrimoine au secours des agricultures familiales ? Eclairages méditerranéens. Revue Tiers Monde, 2014, Agricultures familiales : trajectoires, modernités et controverses, 220 (220), pp.139-160. 10.3917/rtm.220.0139 . hal-01202060

HAL Id: hal-01202060
https://hal.science/hal-01202060

Submitted on 27 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

AGRICULTURES FAMILIALES : TRAJECTOIRES, MODERNITÉ ET CONTROVERSES (I)

LE PATRIMOINE AU SECOURS DES AGRICULTURES FAMILIALES ? ÉCLAIRAGES MÉDITERRANÉENS

Nicolas Senil*, Geneviève Michon**, Mohammed Aderghal***, Mohamed Berriane****, Said Boujrouf*****, Jean-Marie Furt******, Bernard Moizo*******, Bruno Romagny********, Jean-Michel Sorba*********, Caroline Tafani**********

Les agricultures familiales des pays méditerranéens sont aujourd'hui confrontées à une conjonction de défis qui pourraient paraître insurmontables. Ces agricultures sont cependant présentées comme un atout majeur du développement des arrière-pays de la région. Pour les soutenir, des stratégies de valorisation de leurs spécificités se déploient, à travers la mise en avant de produits originaux (dits « de terroir ») et l'appui à des formes de tourisme alternatif (tourisme « rural » ou « vert », écotourisme) valorisant ces produits et les cultures agraires dont ils sont issus. Les politiques et les projets engagés s'articulent autour de démarches de qualification et de mise sur le marché de productions localisées qui vont de la spécialité agricole aux paysages. La référence patrimoniale, comprise comme un ensemble de discours et de pratiques mobilisant le passé dans le présent, est une constante de ces démarches.

* nicolas_senil@yahoo.fr IRD, UMR LPED, Marseille.

** genevieve.michon@ird.fr, IRD, UMR GRED, Représentation IRD au Maroc, Rabat et LMI MediTer.

*** m.aderghal@gmail.com, Laboratoire LADLOR-E3R Faculté des Lettres et Sciences humaines, Université Mohammed V-Agdal, Rabat et LMI MediTer.

**** mohamed.berriane@yahoo.fr, Université Euro-Méditerranéenne de Fes et LMI MediTer.

***** boujrouf@yahoo.fr, Laboratoire LERMA-TDD, Université Cadi Ayyad de Marrakech et LMI MediTer.

****** furt@univ-corse.fr, UMR CNRS LISA 6240, Université de Corse, Corte.

******* bernard.moizo@ird.fr, IRD, UMR GRED, Montpellier et LMI MediTer.

******** bruno.romagny@ird.fr, IRD, UMR LPED, Représentation IRD au Maroc, Rabat et LMI MediTer.

********* sorba@corte.inra.fr, LRDE, INRA, Corte.

********** tafani@univ-corse.fr, UMR CNRS Lisa 6240, Université de Corse, Corte.

N. Senil, G. Michon, M. Aderghal, M. Berriane, S. Boujrouf, J.-M. Furt, B. Moizo, B. Romagny, J.-M. Sorba, C. Tafani

Les mesures incitatives et les projets endogènes qui visent à promouvoir ces productions familiales ont-ils atteint les objectifs qu'ils s'étaient fixés ? Ont-ils permis d'accroître la compétitivité de ces agricultures familiales, de renforcer les solidarités socioterritoriales ou d'infléchir les relations entre collectifs locaux et pouvoirs publics ? Quelles ont été les dérives, les effets inattendus ou non désirés ? À partir du rapprochement de dynamiques observées en Corse et au Maroc, l'article propose d'analyser plusieurs dimensions de ces phénomènes et de comprendre à quelles conditions cette valorisation patrimoniale des produits des agricultures familiales pourrait servir de levier à une consolidation pérenne des systèmes familiaux dans lesquels elle s'inscrit.

Mots-clés : Spécificités locales, patrimonialisation, qualification territoriale, tourisme rural, Méditerranée.

INTRODUCTION : CONTEXTE, ATOUTS ET ENJEUX

Les agricultures familiales[1] structurent depuis longtemps les pays méditerranéens. Elles représentent aujourd'hui encore environ trois quarts des exploitations agricoles et sont très souvent implantées dans les territoires qualifiés de difficiles, fragiles ou marginaux, c'est-à-dire la majorité des arrière-pays[2] de la région. Au Maroc par exemple, elles concernent 70 % des exploitations et 80 % de la population rurale (CGDA, 2010). Bien qu'elles recouvrent des réalités plurielles et variables selon les pays (Cirad, 2013), elles se distinguent par la diversité et la typicité (des structures, des espèces et des produits), ainsi que par la forte intégration entre systèmes de production, territoires et ressources.

Marginalisées par les politiques de modernisation agricole des dernières décennies, aujourd'hui confrontées à une conjonction de défis économiques, sociaux et environnementaux (Hervieu et Thibault, 2009), elles sont aussi présentées comme un atout majeur pour le développement (Bessaoud et Jouve, 2005 ; CGDA, 2009). C'est souvent à travers la valorisation de leurs spécificités, autour des notions de terroir et de patrimoine, qu'elles tentent de jouer ce rôle : la mise en avant de produits singuliers et/ou de formes de tourisme alternatif est au cœur des stratégies engagées depuis plusieurs décennies au nord de la Méditerranée et transposées plus récemment vers les pays des rives sud et est.

1. Expression qui désigne une des « formes d'organisation de la production agricole regroupant des exploitations caractérisées par des liens organiques entre la famille et l'unité de production et par la mobilisation du travail familial excluant le salariat permanent. Ces liens se matérialisent par l'inclusion du capital productif dans le patrimoine familial et par la combinaison de logiques domestiques et d'exploitation, marchandes et non marchandes, dans les processus d'allocation du travail familial et de sa rémunération, ainsi que dans les choix de répartition des produits entre consommations finales, consommations intermédiaires, investissements et accumulation » (Cirad, 2013).

2. Opposés aux littoraux urbanisés et aux plaines irriguées, il s'agit ici de zones rurales se prêtant moins que d'autres à la mise en œuvre des politiques de développement et de modernisation. Sous cette acception, les arrière-pays représentent environ trois quarts des zones rurales en Méditerranée.

Cet article propose une analyse des modalités et des conséquences de ces stratégies à partir d'un rapprochement d'exemples marocains et corses portant sur la qualification territoriale des produits de l'agriculture familiale et sur le tourisme rural[3]. Il s'agit en Corse d'initiatives établies depuis une trentaine d'années et très largement portées par des collectifs de producteurs familiaux souvent politisés. Ces démarches visent à contrer les effets pervers[4] des politiques de développement agricole centralisées et à instaurer de nouvelles solidarités territoriales à travers la mise en avant du lien au lieu et à son histoire (le « patrimoine »), de la qualité et de la différence. Elles s'insèrent très largement dans le mouvement contestataire du *riacquistu* (littéralement « réappropriation » ; Meistersheim, 2008), né à la fin des années 1970, qui avait pour projet la revitalisation de l'île par la mise en œuvre d'un certain nombre d'activités culturelles et économiques retenues comme des composantes de l'identité et de l'« exception » corse. Au Maroc, le mouvement est plus récent. Initié en 2008, il a été largement suscité par les politiques qui forment le cœur du Pilier II du Plan Maroc vert[5] dédié à un « accompagnement solidaire de la petite agriculture ». Piloté « par le haut » par le biais de projets de développement locaux, nationaux ou internationaux, il cherche à tirer les agricultures familiales vers des activités à haute valeur ajoutée en s'appuyant sur des investisseurs susceptibles d'« agréger » les agriculteurs autour de la valorisation de produits locaux qualifiés de patrimoniaux. Bien que fort éloignées, ces deux situations nous intéressent car chacune d'elle finit par « faire système » : la convergence des initiatives locales en Corse a fourni les bases d'une « économie identitaire » (Taddei et Antomarchi, 1997) aujourd'hui largement reprise par les politiques insulaires, sur laquelle surfe la grande distribution et qui réoriente l'offre touristique ; la multiplication des politiques « de terroir » au Maroc redéfinit peu à peu les arrière-pays en fédérant producteurs familiaux, investisseurs et consommateurs autour des notions de produit local et de tourisme rural.

La mise en regard de ces deux situations aux temporalités différentes, intégrant l'analyse des constructions à la fois historiques et « en train de se faire », s'appuie sur l'examen des intentions, des résultats et des modalités sociales et politiques de ces valorisations patrimoniales. Elle ne cherche pas tant à mettre

3. Les études sur lesquelles s'appuient ces analyses ont été conduites à travers divers programmes de recherche indépendants menés par les auteurs de l'article. Elles sont aujourd'hui reprises dans un programme plus global sur les innovations en cours autour des spécificités locales dans les arrière-pays méditerranéens qui bénéficie d'une aide de l'Agence nationale de la recherche (France) dans le cadre du projet MedInnLocal (2013-2017, ANR-12-TMED-0001).

4. En particulier l'exode rural et les ruptures socioterritoriales qu'il entraîne, l'uniformisation des systèmes productifs et la destruction de l'identité des territoires.

5. Après une période de désengagement dans les années 1990, le Plan Maroc vert (PMV) marque le retour en force de l'État dans le secteur agricole, tant en termes de stratégie que de moyens. Les administrations du ministère de l'Agriculture évoluent d'un statut d'opérateur direct du développement à celui de bailleurs de fonds et de conception de projets, dont la mise en œuvre est ensuite généralement confiée à des opérateurs privés (Cirad, 2013). Le PMV ne donne pas de définition en tant que telle des agricultures familiales qui représentent l'essentiel des exploitations relevant du pilier II.

en lumière des similitudes ou des oppositions entre rive sud et rive nord qu'à dégager une combinaison de traits spécifiques et de « différences complémentaires » (Bromberger et Durand, 2001) qui permettrait de mieux comprendre ces grandes dynamiques de valorisation patrimoniale des agricultures familiales méditerranéennes. Elle permet d'abord d'interroger la pertinence et les limites de la notion de « patrimoine-ressource pour le développement », ainsi que les relations complexes entre développement patrimonial et création de valeur marchande ; elle permet aussi de poser la question des enjeux et des modalités du transfert Nord/Sud de concepts porteurs (terroir, patrimoine) et des dispositifs qui les mettent en œuvre (qualification territoriale, spécification, mise en tourisme) tout en portant un regard critique sur les présupposés d'un modèle évolutionniste qui transposerait au Sud les dynamiques (et leurs bénéfices putatifs) observées au Nord : les trajectoires du Nord sont-elles aussi « vertueuses » qu'elles l'affichent ? Comment peuvent-elles éclairer celles qui s'engagent au Sud ? Que nous apprend l'évolution de ce mouvement récemment initié au Sud ? Enfin, le croisement entre les situations corse et marocaine pose la question des relations entre démarches ascendantes et descendantes, entre dynamiques locales, marchés et politiques publiques : en quoi ces dynamiques patrimoniales construites autour des agricultures familiales permettent-elles un renouvellement des rapports entre État, entrepreneurs privés et exploitants familiaux ?

LES AGRICULTURES FAMILIALES CORSES FACE AU DÉFI DE L'AUTHENTICITÉ ET DE LA QUALITÉ

La valorisation patrimoniale des agricultures familiales en Corse : une « économie identitaire » victime de son succès

Au tournant des années 1970, l'économie de l'intérieur de la Corse repose sur une agriculture familiale considérée comme archaïque et inadaptée aux évolutions de l'agriculture européenne (Renucci, 1970). S'appuyant sur la dynamique du *riacquistu*, les acteurs ruraux initient la relance de productions spécifiques (vins, miels, *brocciu*[6], huile d'olive, farine de châtaigne) et des savoir-faire associés encore présents dans les villages. La démarche se construit sur un registre à la fois identitaire et économique (Taddei et Antomarchi, 1997) : la requalification des produits et de leur qualité, la conception et la stabilisation des modèles techniques se doublent autant d'une recherche de nouveaux débouchés commerciaux que d'une réflexion collective sur le sens et le contenu du « patrimoine » et le resserrement des liens sociaux autour d'identités socioterritoriales renouvelées. L'exemple de la castanéiculture (qui rassemble

6. Fromage de lactosérum.

les métiers de la production et de la transformation de la châtaigne), élément majeur de l'histoire naturelle et humaine de l'intérieur de l'île, illustre bien ces dynamiques (Michon, 2011) : l'effort des producteurs familiaux associés au sein de collectifs locaux a porté tout à la fois sur la réhabilitation de la ressource, la modernisation de l'appareil de production, la certification du produit (obtention d'une AOC – Appellation d'origine contrôlée – en 2006 pour la farine de châtaigne) et la sensibilisation des consommateurs à travers la mise en place d'une foire rurale qui est aujourd'hui la plus importante de l'île. Dans cette démarche, les castanéiculteurs ont su agréger autour d'eux la pluralité des acteurs, des anciens détenteurs des savoir-faire aux jeunes castanéiculteurs, des consommateurs à l'encadrement technique, des élus locaux aux bailleurs de fonds européens. En une quinzaine d'années, cette relance fondée sur la valorisation des atouts spécifiques de l'agriculture familiale de montagne a permis de sortir la châtaigne d'une économie exclusivement domestique pour l'inscrire dans l'économie de marché, tout en l'ancrant dans une perspective patrimoniale, identitaire et collective (Michon et Sorba, 2008).

Ce processus a touché la plupart des productions emblématiques de l'île. Une vingtaine de produits « identitaires » font aujourd'hui la réputation de l'agriculture corse, parmi lesquels onze produits sous appellation d'origine et sept autres en cours d'instruction par les services de l'Institut national de l'origine et de la qualité (Inao). Jusqu'à présent, les activités de production, de transformation et de vente restent intégrées au sein de l'exploitation familiale. Aux savoir-faire et aux métiers en déshérence de l'après-guerre succèdent des professions reconnues sur le plan réglementaire et social, faisant l'objet d'aides financières. L'adhésion des consommateurs à la démarche grâce à la portée identificatoire de l'alimentation – « être corse, c'est manger corse » – et par la médiation des foires à thème a facilité la requalification de ces produits villageois en produits patrimoniaux auprès des Corses (résidents ou de la diaspora) et des visiteurs.

Après trente années de relance, le succès commercial des « produits corses » est aujourd'hui sans précédent. Mais quelles en sont les conséquences et les perspectives ?

Alors que l'intention initiale était de favoriser l'intégration des activités familiales et leurs liens au territoire, les évolutions actuelles montrent un certain affaiblissement du fonctionnement et de l'autonomie des agricultures familiales, ce qui conduit à s'interroger sur l'avenir de ces dernières. En effet, si l'enjeu de la production identitaire est aujourd'hui pris en compte par les élus et les autorités publiques, cela engendre des politiques et des dispositifs d'encadrement qui tendent à renforcer un mode d'organisation suivant une logique de filière pensée à l'échelle de l'île et qui tend à effacer la pluralité des terroirs. Cette logique de filière commence à susciter une dissociation entre les activités de

production, de transformation et de vente. Qui plus est, le renforcement de la professionnalisation a parfois entraîné une spécialisation des exploitations familiales avec un découplage des activités (naissage, élevage, transformation et vente) ou des spéculations agricoles autrefois associées (par exemple élevage porcin et castanéiculture).

Ce renforcement des filières offre des prises à des opérateurs extérieurs aux territoires de production et à une distribution distante et standardisée. La trajectoire de qualification du *brocciu* fournit une illustration à la fois de la montée en puissance de ces opérateurs extérieurs (Linck *et al.*, 2009) et de la menace de banalisation des productions patrimoniales de l'île. Du fait d'une conjonction de facteurs (défaut d'organisation collective des producteurs fermiers, poids des industries laitières insulaires qui contrôlent plus de 70 % de la transformation du lait de brebis, succès commercial du *brocciu* sur les marchés de la grande distribution et déficit croissant entre offre et demande), la qualification d'un des produits les plus emblématiques de la tradition fromagère corse et du patrimoine culturel insulaire a surtout cristallisé les conflits entre les logiques divergentes des producteurs fermiers et des industriels (de Sainte Marie *et al.,* 1995) et aboutit aujourd'hui au retrait massif des producteurs fermiers du syndicat AOC. En commercialisant leur fromage de lactosérum sous la dénomination « *brocciu* », ces derniers sont dans l'illégalité alors même que les laiteries industrielles tirent quant à elles le plus grand bénéfice de l'appellation. Le malaise au sein de la filière est d'autant plus fortement ressenti que certaines laiteries importent du lait et transgressent ainsi, du fait d'une traçabilité insuffisante (absence de séparation au sein de la laiterie des laits locaux et extérieurs), les règlements de l'AOC.

Le succès des « produits corses » dépend largement d'une clientèle touristique mal informée, ce qui menace l'authenticité des produits. L'exemple de la charcuterie (90 % de la « charcuterie corse » vendue sur l'île est fabriquée à partir de carcasses importées de France, d'Europe de l'Est et de Chine, provenant de porcs élevés de façon industrielle) montre combien les composantes du patrimoine et en tout premier lieu l'origine des matières premières utilisées, peuvent être mises en doute[7]. Qui plus est, des opérateurs privés et publics tendent à surinvestir la force symbolique que véhiculent les produits au point de créer, au nom d'une promotion de l'économie identitaire, des décalages et des situations spéculatives. Ainsi, alors même que la demande du marché excède très largement l'offre, ces institutions organisent des promotions (rayons de « produits de terroir » dans les enseignes de grande distribution, « marchés de village » durant la période touristique), qui participent à brouiller les activités

7. Pour mettre un peu d'ordre sur ce marché, les producteurs insulaires ont obtenu en 2013 trois appellations d'origine protégée pour les principales productions charcutières : *lonzu*, *lcoppa* et *lprisuttu* (jambon sec). Ces AOP garantissent que les produits viennent de porcs de race locale et sont « finis » à la châtaigne et au gland.

initiées par les producteurs locaux (en particulier les foires rurales et la vente directe) et aboutissent à stimuler la consommation de produits de contrefaçon.

Ces évolutions récentes des productions insulaires mettent en évidence les ambiguïtés d'une patrimonialisation réussie : le succès de la reconnaissance officielle des produits a donné des points d'appui à de nouveaux pouvoirs locaux et à de nouvelles formes économiques qui changent totalement le sens du mouvement initial. Ici, la patrimonialisation des productions n'apparaît plus comme un processus conduisant logiquement au renforcement des agricultures familiales.

Le tourisme rural en Corse : entre récupération économique et valorisation collective d'une destination « typique »

Le tournant identitaire a touché plus récemment le secteur touristique. Selon les gestionnaires du tourisme corse, ce changement va permettre d'améliorer l'image et la qualité de la destination insulaire et désengorger un littoral saturé pour rééquilibrer les flux touristiques vers les arrière-pays. Mais la démarche semble trop souvent réduite à un simple vernis identitaire, ne semble pas avoir permis d'enclencher une véritable dynamique d'action collective ou de structuration des terroirs. Pour illustrer ce point de vue, nous revenons sur trois outils de valorisation touristique des agricultures familiales : les marchés touristiques, les routes patrimoniales et le tourisme à la ferme. L'ensemble de ces démarches illustre bien l'ambiguïté qui existe entre préservation de l'identité et développement.

L'Assemblée permanente des chambres d'agriculture labellise des marchés de producteurs de pays qui accueillent des producteurs référencés. Ces événements se démarquent des marchés classiques regroupant surtout des revendeurs qui tirent profit de l'image « authentique » des produits insulaires sans pour autant garantir l'origine et la qualité des produits proposés.

Selon la même logique, des « routes des sens authentiques » ont été structurées sur sept microrégions de l'île par l'Office de développement agricole et rural de la Corse[8] pour « éviter une surproduction artificielle (par la contrefaçon) qui satisferait la demande en cédant à la pression du marché » : chaque « route » propose un circuit touristique « patrimonial » rassemblant des artisans du terroir, notamment des agriculteurs engagés dans des démarches de certification. Ce projet, engagé depuis plusieurs années, s'est renforcé en 2012 : 60 000 euros d'investissements par route ont été ciblés sur une signalétique touristique aux slogans accrocheurs (la « route des gens authentiques ») et l'implantation de bornes interactives aux aéroports de l'île. Mais derrière ces effets d'affichage

8. L'Odarc met en œuvre les grandes orientations du développement agricole, rural et forestier de l'Ile déterminées par la Collectivité territoriale de Corse.

et malgré l'enthousiasme des agriculteurs adhérents, la démarche ne propose, pour le moment, qu'une carte touristique sans animation territorialisée autour de la mise en réseau de ces collectifs d'acteurs. Même si quelques microrégions semblent valoriser ces dispositifs, comme à Patrimonio, où la « route des sens » est utilisée au service de dynamiques collectives enclenchées grâce à d'autres projets (pôle d'excellence rurale, structuration de filières, etc.), il semble que les retombées effectives d'un tel projet en termes de fréquentation et de consommation ou de consolidation des agricultures familiales restent faibles.

Enfin, l'identification des profils d'entrepreneurs d'agritourisme est importante. Deux questions se posent en particulier : les investissements des acteurs locaux dans les entreprises touristiques mobilisent-ils effectivement les « actifs du terroir » (Polge, 2003) ? Induisent-ils une valorisation collective du terroir ? La typologie des agriculteurs présentée ci-après (tableau 1) esquisse des pistes de réponse.

En matière d'agritourisme, les véritables stratégies entrepreneuriales de valorisation touristique du terroir restent éparses et sont souvent le fait de personnes ayant thésaurisé à partir d'autres secteurs d'activité, ou ayant pu capitaliser à partir d'une entreprise agricole familiale dotée d'un patrimoine important. La plupart des agriculteurs se contentent de tirer profit du passage des touristes pour écouler leurs produits à travers des circuits de vente directe, ou restent dans une démarche attentiste et opportuniste qui consiste à tirer un profit immédiat de la saison touristique avec un investissement minimal. La vision stratégique partagée d'un tourisme « patrimonial » développé autour des atouts des terroirs, qui soutiendrait une agriculture elle-même « patrimoniale » reste à construire.

LES AGRICULTURES FAMILIALES MAROCAINES : ENTRE DÉVELOPPEMENT, ACCAPAREMENT ET DÉSAPPROPRIATION

Les produits locaux au Maroc : filières en construction et défis de la valorisation patrimoniale

La diversité des systèmes familiaux agro-sylvo-pastoraux de l'intérieur du Maroc a créé un vaste potentiel de paysages, de traditions et de produits à forte typicité. Mais force est de constater que la valorisation de ce potentiel pour le bénéfice des petits agriculteurs peine à se mettre en place ou n'atteint pas systématiquement les objectifs affichés. Le cas de l'huile d'argan, qui a obtenu la première indication géographique protégée (IGP) du continent africain, illustre parfaitement ces difficultés.

Tableau 1 : Typologie des entrepreneurs de l'agrotourisme

Catégories	Caractéristiques	Fréquence	Capacité à entrer dans une stratégie de valorisation touristique du terroir
Entrepreneur agrirural	Propose un produit agritouristique composite. L'agriculture représente une activité connexe (« décor » et image de marque) au tourisme.	En développement	Bonne = agrientrepreneur, évolution identitaire possible (stratégie de « terroir symbolique[a] »).
Entrepreneur agritouristique	Propose un produit agritouristique composite. Incorpore aux services touristiques ses biens agricoles, dont il maîtrise entièrement la production.	Assez rare	Bonne = agrientrepreneur, évolution identitaire marginale (stratégie de « terroir fondamentale »[b]).
Agriculteur commerçant	En vendant ses propres produits, réalise une activité commerciale qui s'inscrit dans le prolongement de son activité agricole. Ne produit pas véritablement de bien touristique.	Fréquent	Faible : agrigestionnaire
Agriculteur animateur de patrimoine	Très pris par son métier d'agriculteur mais participe occasionnellement à la valorisation (touristique ou plus largement éducative) du patrimoine rural.	Rare	Faible : agrigestionnaire
Agriopportuniste professionnel	Dispose d'un diplôme d'encadrement d'activités sportives faisant de lui un double actif saisonnier. Son activité touristique est déconnectée de son activité productive.	Peu fréquent	Faible : entrepreneur pluriactif
Agriopportuniste attentiste	Tire profit de la surfréquentation touristique balnéaire estivale en attirant quelques touristes dans son gîte ou sa chambre d'hôtes.	Fréquent	Faible : entrepreneur pluriactif

Source : Furt et Tafani, 2014.

a. La « stratégie de terroir symbolique » (Polge, 2003) s'appuie plutôt sur la représentation que les clients/consommateurs ont du terroir.

b. Selon le même auteur, les entrepreneurs mettant en œuvre une stratégie de terroir fondamentale mobilisent les ressources de terroir de manière intrinsèque et confèrent à leurs produits une véritable « typicité ».

L'huile d'argan est tirée des amandons de l'arganier (*Argania spinosa*), une espèce endémique du sud-ouest marocain qui constitue le socle d'un socio-écosystème couvrant près d'un million d'hectares et faisant vivre plus de deux millions de personnes à travers une économie vivrière diversifiée combinant céréaliculture, élevage de petits ruminants et arboriculture à base d'oliviers et d'amandiers. Au début des années 1990, grâce à ses qualités alimentaires et à son potentiel pour l'utilisation cosmétique, l'huile d'argan (dont la production et la consommation sont longtemps restées confinées au cercle familial) a attiré l'attention des agences de développement. Très vite, les projets se sont focalisés

sur la création de coopératives féminines de production et de vente (Simenel *et al.*, 2014).

En quoi ce processus, qui a soudainement placé l'huile d'argan au centre de grands enjeux économiques et commerciaux, a-t-il bénéficié aux exploitations familiales ?

L'augmentation rapide des prix de l'huile sur le marché international a peu touché les populations rurales qui n'interviennent que dans la récolte des fruits et le concassage manuel des noix : dans les coopératives, les femmes sont payées entre trois et six euros par litre d'huile, alors que le prix de vente au consommateur européen dépasse les cent euros (Romagny, 2010 ; Romagny et Boujrouf, 2010). Les coopératives ne fournissent qu'une faible partie du marché, la plus grande partie de la valeur ajoutée est captée par l'aval de la filière (Lybbert *et al.*, 2002), essentiellement par les entreprises (au Maroc ou à l'étranger) qui assurent le conditionnement et la transformation de l'huile dans le secteur des cosmétiques.

Ce processus de valorisation affiche pourtant de fortes références territoriales et patrimoniales : lien au terroir et à son histoire, références aux savoirs et aux traditions des femmes rurales[9]. Mais il s'est surtout focalisé sur la mise en place de la filière, sans tenir compte des relations entre le produit et sa base productive, ce qui a contribué à transformer l'arganier, traditionnellement géré au sein d'un système agropastoral, en une ressource de cueillette, déstabilisant l'ensemble du système d'agriculture familiale (Simenel *et al*., 2009). La rhétorique économique, sociale et environnementale développée autour de l'arganier a aussi provoqué un « détournement patrimonial » du système local au bénéfice d'opérateurs nationaux et internationaux (Auclair et Michon 2009 ; Linck et Romagny, 2011) : l'arganeraie, qui relève historiquement du patrimoine des familles, est devenue patrimoine national et « patrimoine végétal de l'humanité ». L'enjeu naturaliste[10] a suscité l'intégration de l'arganeraie dans le réseau mondial des réserves de la biosphère de l'Unesco et justifié sa reprise en main par les services forestiers. L'enjeu commercial qui a poussé le Maroc à se protéger face aux menaces de mise en culture de l'arganier par Israël a effacé la diversité des terroirs : l'IGP « Argane » s'étend sans distinction à l'ensemble de l'arganeraie (près d'un million d'hectares). Les référentiels idéologiques et législatifs liés à cette valorisation patrimoniale « par le haut » de l'arganeraie, combinés à l'effacement des pratiques techniques et sociales qui mènent de l'arbre à l'huile,

9. Ces « traditions » se résument essentiellement à la mise en scène du concassage de noix dans les coopératives par des femmes en costumes bariolés, ce qui constitue une attraction touristique importante

10. L'arganier est considéré comme un « fossile vivant » de valeur inestimable et l'arganeraie comme une forêt naturelle « menacée par les activités humaines ».

ont ainsi conduit à délester le produit final d'une grande partie de ses liens avec les familles et les terroirs.

Les recherches en cours montrent que les autres expériences de qualification patrimoniale (Hamimaz 2009) des produits des agricultures familiales (safran : Landel et al 2014, rose, huile d'olive, fromages) suivent le même schéma :

– un produit local renommé ;
– l'intervention d'acteurs extérieurs alliés ou non à des acteurs locaux ;
– la recherche de financements permettant la mise en place de « coopératives[11] » pour le conditionnement, la transformation et la vente ;
– la référence, le plus souvent formelle, à une base productive domestique ancrée dans les lieux, l'histoire et la culture locale mais sur laquelle aucun effort de consolidation n'est entrepris.

Ainsi, les liens entre valorisation patrimoniale des produits et amélioration des conditions des agricultures familiales sont rarement mis en évidence et l'exclusion des ruraux au profit d'acteurs étrangers (experts nationaux et internationaux, migrants, investisseurs urbains) est souvent patente.

Tourisme rural au Maroc

Contrairement à la qualification patrimoniale des produits alimentaires, le développement du tourisme rural n'a pas fait l'objet d'une stratégie publique affichée et n'est encore conçu que comme une réponse à l'expansion du tourisme balnéaire (même s'il est souvent mis en avant, par de nombreux décideurs, comme une des principales solutions aux problèmes que rencontrent les agricultures familiales de l'intérieur). Cet effacement des politiques publiques contraste avec un fort dynamisme des acteurs locaux et des ONG internationales, accompagnant une demande en accroissement constant (Berriane et Moizo, 2014). Mais le développement de ce tourisme rural montre des situations très disparates en termes de niveau de mise en tourisme, d'appropriation et de capacité des acteurs à formuler des projets de territoire liant tourisme, patrimoine et identité.

Les dynamiques à l'œuvre reposent en grande partie sur des acteurs à forte capacité d'investissement, extérieurs à l'agriculture et qui connaissent les attentes des touristes. Il s'agit souvent de résidents étrangers qui reconditionnent un habitat rural ancien pour l'hébergement et l'animation touristique (Berriane et Nakhli, 2011). Les émigrés, qui ciblaient autrefois leurs investissements sur les villes ou les plaines d'agriculture moderne (plus attractives en termes de retour sur investissements), se tournent aujourd'hui vers leurs campagnes d'origine et développent eux aussi des accueils touristiques. Les petits exploitants

11. Ce terme recouvre des réalités très variables, généralement assez éloignées du sens qu'on attribue en France au mot « coopératives ».

familiaux jouent plutôt un rôle de fournisseurs de produits locaux, de guides ou d'employés. Mais, en retour, ces entreprises exogènes constituent des modèles pour les acteurs locaux qui peu à peu se lancent dans l'accueil touristique. Dans ces dynamiques à effets « boule de neige », les étrangers jouent pour le tourisme rural un rôle équivalent à celui des « agrégateurs[12] » pour les produits de terroir : ils possèdent des capacités éducationnelles, relationnelles et financières que les producteurs locaux n'ont généralement pas et qui leur permettent de se lancer dans la valorisation et d'entraîner dans leur sillage les acteurs locaux, producteurs familiaux ou autres acteurs de la vie rurale.

Mais le parallèle avec les dynamiques liées aux produits de terroir ne s'arrête pas là : le développement du tourisme rural joue pleinement sur le registre du patrimoine et de l'authentique. En quoi cela conforte-t-il l'identité des agricultures familiales ?

Ce mouvement s'apparente à une « patrimonialisation importée » (Yerasimos, 2006) dans laquelle les investisseurs imposent leurs propres perceptions de l'identité des lieux, perceptions qui oscillent entre un certain orientalisme (de la part des étrangers) et une « redécouverte » sentimentale du pays (de la part des émigrés). Ces perceptions extérieures redéfinissent, et parfois survalorisent, les éléments patrimoniaux susceptibles de plaire aux touristes : la construction et la décoration des structures d'accueil, les cuisines dites « de terroir », les activités agrotouristiques, tendent à s'homogénéiser à travers tout le pays, faisant fi des spécificités locales. Ainsi, il n'est pas rare de trouver des *ksars* (constructions typiques de la région de Ouarzazate) dans l'arrière-pays de Marrakech, ou de voir proposer des promenades à dos de chameau dans des zones fort éloignées du Sahara.

Les agricultures familiales pourraient néanmoins tirer profit de la mise sur le marché touristique de leurs spécificités locales (produits alimentaires, objets artisanaux et productions culturelles), comme on l'a vu pour la Corse. Certaines régions ont su innover sur ce registre : les producteurs de la vallée des Aït Bouguemez proposent aujourd'hui aux touristes plusieurs spécialités à base de noix – leur production emblématique – et des tapis tissés par les femmes pendant l'hiver. Mais s'il existe des points de vente qui proposent réellement des produits du cru, ce qui apparaît plutôt est une uniformisation des « produits de terroir » proposés aux touristes : les coopératives d'huile d'argan fleurissent aujourd'hui à plusieurs centaines de kilomètres de l'arganeraie, et le « safran de Taliouine », terroir singulier de la vallée du Sous[13], est vendu aux touristes

12. L'agrégation agricole mise en avant par le Plan Maroc Vert est un mode d'organisation dans lequel un acteur (l'agrégateur) est chargé de regrouper et d'organiser les paysans en vue d'optimiser le processus de production, de valoriser et de commercialiser la production agricole. Cette agrégation peut prendre la forme de coopératives ou de groupements d'intérêt économique (GIE).

13. Le « Safran de Taliouine » est réputé au Maroc et à l'étranger comme l'un des meilleurs safrans du pays. Il bénéficie d'une AOP.

comme un « produit local » jusque dans la vallée du Drâa pourtant distante de 200 km. Ainsi, le risque, connu ailleurs mais non anticipé localement, de désancrage des productions et de marginalisation des agriculteurs est certain. Ces effets induits par le développement rapide et non maîtrisé localement du tourisme rural contribuent à modifier en profondeur l'image que les agriculteurs ont d'eux-mêmes et/ou qu'ils veulent présenter aux touristes et influent de façon majeure sur la place et le rôle de ces agricultures dans ces nouvelles dynamiques. C'est toute la question de la recomposition des économies et des identités socioculturelles et territoriales locales qui est en jeu. Les bouleversements induits par le déploiement à forte connotation patrimoniale de ces activités touristiques en milieu rural, ainsi que leurs relations avec la valorisation patrimoniale des « produits du terroir », restent donc à questionner.

DISCUSSION : APPORTS DES REGARDS CROISÉS ENTRE CORSE ET MAROC

Patrimoines locaux : une ressource pour les agricultures familiales ?

L'observation des démarches mises en œuvre en Corse et au Maroc met en évidence la mobilisation d'une forte diversité d'objets liés à l'agriculture familiale : productions alimentaires et culturelles, savoir-faire, capital relationnel. La valorisation des produits agricoles s'appuie sur des connaissances autrefois transmises de génération en génération qui sont redéfinies ou réappropriées au cours du processus. Elle est mise en œuvre à travers des formes d'organisation (familiales, villageoises ou coopératives) et des constructions collectives proposant un travail d'évaluation et de renouvellement de la mémoire partagée. De façon similaire, le développement du tourisme rural se fonde non pas sur la marchandisation de ressources génériques (mer, montagne ; Landel *et al.*, 2014) mais sur celle des patrimoines vernaculaires typiques des agricultures familiales : paysages agricoles, produits alimentaires ou artisanaux, architectures locales.

Ce recours au patrimoine permet aussi de mobiliser ou de reconstruire des identités territorialisées : celle des exploitants et des systèmes familiaux d'exploitation, celle des « pays », agraires ou agritouristiques, construits sur ces systèmes. Au-delà de la recherche d'une rentabilité économique, l'exposition des singularités liées à ces identités à travers la description d'un produit alimentaire ou d'une destination de vacances qui mobilise toutes les dimensions de sa production, cherche à donner du sens aussi bien à la valorisation du processus de production agricole qu'aux entreprises touristiques. Même si elles ne sont pas portées exclusivement par les agriculteurs eux-mêmes, ces démarches patrimoniales s'inscrivent donc généralement dans une stratégie plus large d'ancrage territorial des pratiques et des imaginaires, de valorisation du terroir, de défense d'une identité et elles lient l'offre touristique à une offre de produits

locaux issus des agricultures familiales. Elles ont permis la multiplication des démarches de qualification territoriale et une diversification des produits (alimentaires, touristiques) proposés aux consommateurs.

Stratégies patrimoniales ou alibi commercial ?

L'observation critique des dynamiques en cours de part et d'autre de la Méditerranée invite cependant à s'interroger sur la profondeur de cette valorisation du patrimoine car les dérives, réelles ou potentielles, apparaissent nombreuses.

Pour les spécialités agricoles, il peut s'agir d'un glissement progressif vers des « produits de terroir » standardisés, d'une spécialisation accrue des territoires autour de productions « étendards », de la confiscation d'une grande partie du processus de valorisation au profit d'acteurs extérieurs ou de la marginalisation des acteurs les plus vulnérables. Dans un contexte marqué par la circulation généralisée, la mise aux normes sanitaires ou gustatives et la standardisation des produits, ces démarches ont du mal à échapper à une inscription dans des filières extérieures aux territoires de production ou à des formes d'organisation détachées du territoire et de ses habitants : les productions « patrimoniales » peuvent ainsi servir de support à des stratégies capitalistes qui suivent une logique souvent fort éloignée de celles des producteurs familiaux. Les exemples cités montrent aussi bien la tendance à la folklorisation des processus de production et à la dépossession des populations (huile d'argan), qu'à la récupération et au reformatage des initiatives locales par des acteurs extérieurs dotés de ressources économiques et politiques (Corse).

L'incitation touristique favorise également de multiples changements. La mise en marché du terroir par l'accueil sur place fait glisser le territoire d'un espace support d'appartenance, de production et de lien social à un espace approprié par d'autres pour son altérité et souvent redessiné selon les perceptions de ces acteurs. Ce modèle peut alors amener les exploitations familiales à se tourner vers une spécialisation touristique qui les éloigne de leurs activités initiales et crée des problèmes multiples pas toujours anticipés.

Une patrimonialisation « par le haut » ou « par le bas » ?

Pour de nombreux auteurs (Marchesnay, 2001 ; Cormier-Salem *et al.*, 2002), les démarches initiées « par le haut » sont vouées à l'échec : lorsque le processus de patrimonialisation est imposé de l'extérieur, il a pour conséquence de couper le lien organique entre le produit et son origine. Toute action publique ayant vocation à soutenir une stratégie patrimoniale territorialisée devrait donc avant toute chose favoriser, si cela est possible, l'implication active de collectifs locaux organisés sous des formes associatives et coopératives capables de s'approprier les démarches et de leur donner du sens. Selon ces hypothèses, on devrait

conclure au succès des démarches de qualification des produits en Corse et à l'échec de celles qui sont mises en œuvre au Maroc à travers les politiques du Pilier II. Les choses ne sont évidemment pas si simples.

Ainsi, dans le cas du tourisme rural, au Maroc comme en Corse, ni l'État ni les acteurs locaux (et encore moins des exploitants familiaux) ne portent la démarche patrimoniale : l'acteur principal est souvent extérieur au territoire, rarement issu de l'agriculture et on observe surtout une multitude d'initiatives individuelles déconnectées les unes des autres. La réalité d'une démarche patrimoniale apparaît peu probante.

Pour ce qui est de la valorisation patrimoniale des produits locaux, les relations entre démarches ascendantes et démarches descendantes ne sont pas uniformes et elles évoluent sur le temps, avec des bénéfices variés pour les producteurs locaux.

Lorsque la démarche patrimoniale est réellement portée par des collectifs locaux et que son succès est bien établi, sa récupération par des acteurs, publics ou privés, qui en détournent le sens premier pour servir leurs propres objectifs (électoraux, politiques, commerciaux), est difficile à éviter. En Corse, des initiatives comme la promotion par l'Odarc de la « route des sens authentiques », l'affichage estival des grandes enseignes de distribution sur des « produits de terroir » d'origine et de qualité parfois douteuses ou la multiplication des « marchés du terroir » dans lesquels la traçabilité des produits est impossible à garantir, capitalisent clairement sur le travail qui a été effectué au cours des trente dernières années par les producteurs, sans redistribuer les bénéfices (financiers et symboliques) aux principaux intéressés.

Dans les régions du Maroc dans lesquelles les dynamiques initiées par les approches descendantes sont les plus anciennes, on observe aujourd'hui une multiplication d'initiatives locales qui mêlent valorisation des spécificités alimentaires et tourisme rural. Les exploitations familiales reprennent à leur compte cette complémentarité en orientant une partie de leurs activités vers le tourisme, ce qui leur permet de faire connaître et d'écouler leurs produits. La conjonction entre l'appui public à la formation d'associations locales, la valeur d'exemple des premières entreprises soutenues par les projets de développement et les apprentissages de proche en proche que ces structures ont pu engendrer, semble porter ses fruits.

Marchand *vs* non marchand : l'indispensable complémentarité entre valorisation des produits et tourisme rural

La valorisation patrimoniale des agricultures familiales repose sur la mise en marché d'éléments autrefois soustraits de l'ordre marchand. Est-ce à dire

que toutes ces démarches de patrimonialisation ne visent finalement que la marchandisation pour un développement essentiellement économique ?

Il semblerait que cela soit majoritairement le cas pour le tourisme rural (Corse et Maroc) et, dans une moindre mesure, pour le développement des produits locaux au Maroc. Le patrimoine est surtout utilisé comme un élément central des stratégies de revenu des entrepreneurs (la plupart des projets se concentrent sur une offre de produits destinés à des consommateurs et visent un retour sur les investissements consentis), sans réel souci de soutien ou de consolidation des relations sociales qui entourent la production valorisée. Le patrimoine est, de fait, redéfini de façon à correspondre au mieux aux attentes des consommateurs, ce qui vide le sens premier de la démarche patrimoniale.

Dans le développement des produits corses, la démarche est initialement dédiée à une consolidation de l'identité et des modes de vie liés aux agricultures familiales. Le patrimoine agraire et rural est considéré comme l'élément central de la reconstruction territoriale et des rapports sociaux, dans une perspective autant sociale que politique. Cette démarche semble avoir atteint ses objectifs : aujourd'hui, l'identité culturelle et professionnelle des producteurs (souvent organisés autour de « syndicats de défense des produits »), de leurs productions et de leurs territoires, est indéniable. Mais cette traduction rurale du *riacquistu* a aussi largement débordé vers l'extérieur grâce au marché : l'adhésion à la démarche par les sympathisants de tous bords (diaspora, résidents urbains, touristes) passe avant tout par l'achat et la consommation des produits « identitaires ».

Comme l'ont montré de nombreux auteurs (Barthelemy *et al.*, 2003 ; Landel et Senil, 2009 ; Groupe Polanyi, 2008), il est donc illusoire de dissocier, dans ces démarches patrimoniales, ordre marchand et non marchand. Même lorsque les projets visent un enracinement (Debarbieux, 2014) dans lequel la contribution à la vie locale prime sur la stratégie marchande, la question de la viabilité économique reste essentielle et renvoie aux liens entre développement autonome et entreprise « touristique » (au sens large : il s'agit bien ici de la relation à l'« Autre », visiteur proche ou lointain) : dans les démarches étudiées, identité et marché ne s'opposent pas. L'exemple corse montre que les producteurs ne pourraient pas survivre sans les consommateurs extérieurs, mais que les foires locales, en particulier à travers les manifestations, les démonstrations techniques, les ateliers de réflexion ou de dégustation, et les concours de qualité qui constituent, à côté des stands de vente des produits, l'autre « cœur » des foires, assurent une médiation entre tous les acteurs. Cette médiation permet, au-delà de la vente, d'inscrire dans l'acte marchand le lien entre produits, systèmes de production et démarche patrimoniale. Par contre, les efforts de mise au format des produits pour séduire les consommateurs peuvent souvent induire une vraie rupture entre produits et systèmes de production et conduire

à une perte du contrôle des agriculteurs locaux, comme le montre l'exemple des « produits de terroir » au Maroc.

Il reste néanmoins vrai que toutes ces démarches ont permis d'extraire les spécificités locales de la sphère folklorique en montrant tout à la fois leur pertinence socio-économique contemporaine et les enjeux qu'ils représentent pour le maintien d'exploitations agricoles familiales viables ou pour la restauration d'un tissu de socialités sans lequel les territoires ne peuvent survivre.

Des démarches politiques ? Renouvellement des rapports entre État et sociétés locales, entre arrière-pays et régions développées

La mode des produits locaux et du tourisme rural impose aux États de composer avec les dynamiques ascendantes issues d'initiatives locales, et aux populations locales d'intégrer des projets mis en place souvent sans leur avis via les politiques de terroir ou de tourisme.

Les États ont longtemps pesé sur les agricultures familiales à travers leurs politiques pour asseoir un certain type de développement, capitaliste et uniformisateur. Le recours patrimonial, surtout si la dimension identitaire est clairement affirmée, se présente comme une alternative permettant de reformuler les relations entre populations locales et État : la valorisation des spécificités des agricultures familiales constitue pour ces populations l'un des seuls moyens de pouvoir exprimer une identité, des savoir-faire, une histoire sans pour autant remettre en cause de façon frontale leurs relations avec l'État autour de revendications foncières ou politiques. À travers le patrimoine, il s'agit souvent de repolitiser passé et « tradition ». Mais la politisation des démarches peut aller dans des sens totalement divergents.

Les dynamiques corses sont en ce sens exemplaires : elles ont, en leur temps, constitué une alternative affirmée à la fois à l'imposition sur l'agriculture corse de politiques définies pour l'agriculture continentale et aux mouvements clandestins de revendication indépendantiste. Le patrimoine, convoqué pour mettre en lumière le commun et l'articuler avec l'extérieur, a servi de support à la revendication d'un développement rural choisi « par la base ».

Dans le cas du tourisme rural, en Corse comme au Maroc, les initiatives locales se présentent comme une alternative au « tout balnéaire ». À travers la promotion de l'authenticité et de la spécificité, il ne s'agit pas seulement de recréer localement de la richesse en récupérant un peu de la manne touristique, mais aussi de redonner à des territoires en déshérence une place centrale sur l'échiquier économique et politique national.

Les expériences de développement de produits de terroir au Maroc semblent renforcer la domination politique, économique et symbolique d'un monde rural encore autarcique dans sa logique, par le « monde du développement ». Ces

expériences peuvent parfois permettre aux producteurs familiaux d'accéder à des marchés hors de portée (exemple du développement du safran à Taliouine, porté par une organisation internationale de migrants et plus ou moins adoptée localement) (Landel *et al.*, 2014). Mais la plupart du temps, sous le couvert de promotion d'une tradition recomposée pour plaire à un public national et international, on voit pointer une double entreprise : tout d'abord la modernisation des pratiques de production, des produits et des filières ainsi que des modes d'organisation de la production[14], ensuite l'introduction, dans le tissu rural, d'entrepreneurs qui deviennent souvent les agents exclusifs de la valorisation et de la commercialisation (par exemple, producteurs de cosmétiques à base d'huile d'argan déguisant leurs points de vente en coopératives féminines). Ce processus revient alors à retirer la liberté d'action et le pouvoir de décision aux populations locales en laissant la place libre aux experts du développement ou du marché (Michon *et al.*, 2011 ; Auclair et Michon, 2009). Qui plus est, la promotion du patrimoine pour mettre en valeur une identité territoriale à des fins politiques est au Maroc une entreprise difficile et surveillée. Même les foires, présentées comme vitrines des identités locales, restent étroitement encadrées par l'administration.

Mais au-delà des diversités de ces trajectoires, il reste un constat essentiel : face à la domination économique et politique des urbanités littorales en Méditerranée, la mobilisation du patrimoine local qui fait des arrière-pays de véritables « laboratoires d'innovation territoriale » (Landel et Senil, 2009) peut participer à la construction d'un contre-pouvoir et redonner à ces arrière-pays le poids politique qu'ils ont perdu au cours de l'histoire récente.

CONCLUSION

La montée en puissance des stratégies patrimoniales dans le développement des agricultures familiales est indéniable. Même si le succès apparaît encore mitigé, l'idée que la globalisation, en particulier la mobilité généralisée des hommes, des produits et des idées, constituerait un danger pour ces agricultures, est mis en cause. Il apparaît en effet que certains changements systémiques globaux offrent de nouvelles opportunités à ces stratégies à dimension localisée : introduction d'innovations techniques et sociales, ouverture à de nouveaux modes de production, de nouveaux marchés pour les produits locaux ou de nouvelles pratiques touristiques. Ces mutations soutiennent aussi des modes de gouvernance en pleine évolution : montée en puissance de formes variées de démocratie locale se traduisant par la prééminence des projets autogérés ou

14. Voir les projets de qualification territoriale de l'huile d'olive qui proposent aux producteurs familiaux d'abandonner leurs variétés anciennes d'oliviers et leurs vieux moulins pour planter des variétés plus productives et installer de grosses unités de transformation, totalement mécanisées.

« participatifs » souvent appuyés par les interventions des pouvoirs publics et des bailleurs de fonds (Genin et *al.*, 2007), émergence de mouvements associatifs ou création de nouvelles élites locales avec le retour au village d'urbains, de migrants ou de jeunes diplômés chômeurs. Mais si l'économie globale permet l'émergence de ces stratégies, on voit aussi qu'elle peut initier de nouvelles crises socio-environnementales ou amplifier celles qui sont en cours.

Il est alors essentiel que les agriculteurs familiaux puissent soit rester maîtres des dynamiques qu'ils ont enclenchées, soit s'approprier celles qui sont proposées par l'extérieur. La construction patrimoniale est en effet une entreprise qui interpelle la relation à l'autre. Définir ce que l'on va mettre dans cette relation, traduire les configurations locales dans les termes recevables par l'extérieur, sans chercher à se conformer *a priori* aux exigences ou aux attentes pressenties de l'extérieur, peut constituer une modalité de transformation culturelle. Pour orienter la patrimonialisation et éviter que cette transformation culturelle ne devienne acculturation, il est nécessaire à la fois d'éduquer le regard de l'autre (y compris celui des institutions publiques) et d'assurer une redistribution locale des bénéfices économiques et sociaux.

La question des apprentissages mutuels entre les différents porteurs des démarches est essentielle, et les effets de ces apprentissages ne peuvent se juger que sur le temps long. Au-delà de la diffusion et de la réinterprétation par des tiers d'une démarche initiée par un groupe d'acteurs donné, il peut s'agir, dans certaines phases du développement de la démarche patrimoniale, de négociations productives autour d'objectifs partagés, mais aussi de travestissement ou de récupération par certaines catégories d'acteurs pour répondre à des objectifs secondaires. Dans cet ordre d'idées, quelles leçons tirer des transferts entre nord et sud de la Méditerranée ?

L'idée d'une valorisation patrimoniale des agricultures familiales pour asseoir un développement local alternatif est née sur la rive nord de la Méditerranée et la question des enjeux et des modalités de transfert de ces concepts et de ces dispositifs vers le Sud se pose avec acuité, en partie du fait de la différence de développement entre les deux rives. Il semble paradoxalement que plus les agricultures familiales sont ancrées dans des traditions, des savoirs et des pratiques encore vivants, moins le patrimoine local et ses détenteurs sont susceptible d'être pris en considération. Ainsi, faut-il qu'il y ait rupture et désertification des campagnes pour que naisse cette aptitude aux constructions patrimoniales (Auclair et Michon, 2009) ? Les incitations publiques ou les entreprises extérieures, privées ou associatives, peuvent-elles servir de déclencheur à un processus partagé et vertueux ? On peut craindre que la prise en compte des patrimoines ruraux du Sud pour et par le développement reste essentiellement incantatoire ou cosmétique, ou qu'elle ne serve qu'à transformer les exploitants familiaux suffisamment dotés de ressources en

entrepreneurs orientés vers un modèle de développement plus classique. Mais cette évolution est aussi porteuse d'innovations techniques, sociales et politiques dont les effets positifs sont déjà visibles. La question de la pertinence de ces initiatives adoptées au Sud dans le but de valoriser la diversité des agricultures familiales et d'initier une dynamique de renouveau rural reste donc posée. Au Nord, elle renvoie aussi à la pérennisation des initiatives engagées et à leur éventuelle banalisation. Car si la construction collective de ce qui fait « patrimoine », comme celle des éléments qui peuvent être valorisés, est bien une affaire de temps long, les conclusions sur les bénéfices de telles démarches sont éminemment conjoncturelles.

BIBLIOGRAPHIE

Auclair L. et Michon G., 2009, « La forêt rurale méditerranéenne entre deux paradigmes. Étude comparée des constructions patrimoniales de l'arganeraie marocaine et de la châtaigneraie corse », *Forêt méditerranéenne*, vol. 2, n° 30, pp. 123-133.

Barthélemy D., Nieddu M. et Vivien F.-D., 2003, « Le patrimoine : accumulation d'externalités positives ou régulation de la relation marchande ? Les enseignements de travaux récents sur l'agriculture et l'environnement », *Actes du forum de la régulation*, Paris, 9-10 octobre.

Berriane M., Nakhli S., 2011, « En marge des grands chantiers touristiques mondialisés, l'émergence de territoires touristiques « informels » et leur connexion directe avec le système monde », *Revue Méditerranée* n° 116, 1/2011, (Le Maghreb dans la mondialisation), pp. 115-122.

Berriane M. et Moizo B., 2014, « Initiatives locales, politiques publiques et développement du tourisme en milieu rural au Maroc. Bilan de quinze années de tourisme dans les arrière-pays », *in* Berriane M. (dir.), *Le Tourisme des arrière-pays méditerranéens, des dynamiques territoriales locales en marge des politiques publiques*, Rabat : université Mohammed-V-Agdal (CERGéo) et Laboratoire mixte international MediTer, pp. 21-42.

Bessaoud O. et Jouve A.-M., 2005, « Les transformations du monde rural méditerranéen dans le contexte de la mondialisation », colloque international en hommage à Paul Pascon, 8-9-10 décembre 2005, Rabat : Institut agronomique et vétérinaire Hassan II.

Bromberger C. et Durand J.-Y., 2001, « Faut-il jeter la Méditerranée avec l'eau du bain ? », *in* Albera D., Blok A. et Bromberger C., *L'Anthropologie de la Méditerranée*, Paris : MMSH/Maisonneuve et Larose.

CGDA/Conseil général du développement agricole, 2009, « Pilier II du Plan Maroc vert : de la stratégie à l'action : pour un développement solidaire et durable de la petite agriculture prenant en compte les spécificités des montagnes et des oasis », Rabat : ministère de l'Agriculture, du Développement rural et des Pêches maritimes.

CGDA/Conseil général du développement agricole, 2010, « Terroirs et origine : leçons d'une lecture croisée des expériences du Maroc et de la France pour une Méditerranée durable », Rabat : ministère de l'Agriculture, du Développement rural et des Pêches maritimes, Paris : ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation.

Cirad, 2013, « Les agricultures familiales du monde. Définitions, contributions et politiques

publiques », *in* « Étude sur la contribution de l'agriculture familiale à la sécurité alimentaire », rapport d'expertise lié au contrat n° AFD/STR/RCH/REC/2012-MCT-001 entre l'AFD et le Cirad.

Cormier-Salem M.-C., Juhé-Beaulaton D., Boutrais J. et Roussel B. (dir.), 2002, *Patrimonialiser la nature tropicale. Dynamiques locales, enjeux internationaux*, coll. « Colloques et Séminaires », Paris : IRD.

Debarbieux B., 2014, « Enracinement, ancrage, amarrage ? Raviver les métaphores », *L'Espace géographique*, n° 43/1, pp. 68-80.

Furt J-M et Tafani C. (dir.), 2014, « Diagnostic prospectif de l'agritourisme en Corse en 2013 », rapport d'étude pour l'Office de développement agricole et rural de la Corse et l'Agence du tourisme de la Corse.

Genin D. *et al.* (dir.), 2007, *De la parole aux gestes. Éléments de réflexion sur les dispositifs de gestion concertée des ressources forestières et pastorales au Maroc*, Marseille/Rabat : ENFI-France Coopération-IRD.

Groupe Polanyi, 2008, *La Multifonctionnalité de l'agriculture, une dialectique entre marché et identité*, coll. « Synthèses », Versailles : Quae.

Hamimaz R., 2009, « Le développement des produits du terroir au Maroc : quelques préalables » *in* Tekelioglu Y., Ilbert H. et Tozanli S. (dir.), *Les Produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*, *Options méditerranéennes*, Série A, n° 89, pp. 271-279

Hervieu B. et Thibault H-L., (dir.), 2009, *Rethinking rural development in the Mediterranean*, Paris : CIHEAM/Presses de Sciences Po.

Landel P.-A. et Senil N., 2009, « Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement », *Développement durable et territoires*, dossier 12, « Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable ».

Landel P.-A., Gagnol L. et Oiry-Varacca M., 2014, « Ressources territoriales et destinations touristiques : des couples en devenir ? », *Journal of Alpine Research. Revue de géographie alpine*, n° 102-1. Consultable en ligne sur http://rga.revues.org/2326.

Linck T., Bouche R. et Casabianca F., 2009, « Brocciu : une appellation pour désapprendre », *in* Tekelioglu Y., Ilbert H. et Tozanli S. (dir.), *Les Produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*, *Options méditerranéennes*, Série A, n° 89, pp. 199-212.

Linck T. et Romagny B., 2011. « Les pièges de la patrimonialisation. Les qualifications de l'origine et l'adaptation au changement global », *in* Dahou T. *et al.* (dir.), *Pouvoirs, sociétés et nature au sud de la Méditerranée*, Paris : Inrat/IRD/Karthala, pp. 235-264.

Lybbert T. J., Barret C. et Narjisse H., 2002, « Market-based conservation and local benefits : the case of argan oil in Morocco », *Ecological Economics*, n° 41, pp. 125-144.

Marchesnay M., 2001, « Les PME de terroir entre géo et clio stratégies », *Entreprises et Histoire*, vol. 28, n° 2.

Meistersheim A., 2008, « Du *riacquistu* au désenchantement. Une société en quête de repères », *Revue Ethnologie française*, vol. 38, n° 3, pp. 407-413.

Michon G., 2011, « Revisiting the resilience of chestnut forests in Corsica. From social-ecological systems theory to political ecology », *Ecology and Society*, vol. 16, n° 2, p. 5.

Michon G. et Sorba J., 2008, « *I trè Valli* : passer par-dessus les montagnes », *Revue Ethnologie Française*, vol. 38, n° 3, pp. 465-477.

Michon G., Sorba J.-M. et Simenel R., 2011, « Forêts domestiques, savoir-faire et savoirs naturalistes. Quelles natures, quelles démarches, pour quels patrimoines ? » *in* Fazi A. et Furt J.-M., *Vivre du patrimoine. Un*

nouveau modèle de développement ?, Paris : L'Harmattan, pp. 533-552.

Polge M., 2003, « Petite entreprise et stratégie de terroir », *Revue française de gestion*, n° 3, pp. 181-193.

Renucci J., 1970, « L'élevage en Corse. Un archaïsme menacé », *Revue de géographie de Lyon*, vol. 45, n° 4, pp. 357-389.

Romagny B., 2010, « L'IGP Argane, entre patrimonialisation et marchandisation des ressources », *Maghreb-Machrek*, n° 202, pp. 85-114.

Romagny B. et Boujrouf S., 2010, « La ruée vers l'huile d'argan, chronique de la patrimonialisation d'un terroir marocain », *Hespéris Tamuda*, vol. 45, pp. 151-166.

Sainte Marie (De) C., Prost J.-A., Casabianca F. et Casalta E, 1995, « La construction sociale de la qualité. Enjeux autour de l'Appellation "Brocciu corse" », *in* Nicolas F. et Valceschini E. (dir.), *Agroalimentaire : une économie de la qualité*, Paris : Inra/Economica, pp. 185-198.

Simenel R. *et al.*, 2009, « L'huile qui cache la forêt domestique. De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème », *Autrepart*, n° 50, pp. 51-74.

Simenel R., Romagny B. et Auclair L., 2014, « Les femmes berbères gardiennes des secrets de l'arganier : le détournement des pratiques locales », *in* Guetat-Bernard H. et Saussey M. (dir.), *Genre et Savoirs. Pratiques et innovations rurales au Sud*, coll. « À travers champs », Marseille : IRD Éditions, pp. 179-200.

Taddei D. et Antomarchi F., 1997, *Économie identitaire. Ecunumia Identitaria*, Ajaccio : Albiana.

Yerasimos S., 2006, « Centres historiques et développement durable : la deuxième mort du patrimoine », *in* Boumaza N. *et al.*, *Villes réelles, Villes projetées*, Paris : Maisonneuve et Larose, pp. 303-308.