



ACTES DU 2^{EME} FORUM DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



Réalisé dans le cadre du

3^{EME} FESTIVAL DU SAFRAN DE TALIOUINE

29 octobre au 1^{er} novembre 2009

Ce document se veut une contribution à la réflexion collective de tous les acteurs soucieux de promouvoir le développement rural intégré au Maroc et en particulier le tourisme rural en lien avec les produits de terroir. Il est donc diffusé librement en mentionnant seulement « Actes du 2ème forum de l'ESS réalisé dans le cadre du 3ème Festival du safran de Taliouine ».

Ont participé au cofinancement de ce forum de l'ESS :



Préambule

La 3^{ème} édition du Festival du Safran de Taliouine, début novembre 2009, a révélé à quel point cet évènement est devenu un moment fort de rencontres et d'échanges entre producteurs de safran et de produits de terroir de la région, et acheteurs, acteurs associatifs, institutions de recherche et de développement, visiteurs marocains et étrangers. Des spécialistes du tourisme solidaire et du mouvement coopératif venus de diverses régions du Maroc et de France ont également fait le déplacement pour participer au 2^{ème} Forum de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) de Taliouine, organisé du 29 octobre au 1^{er} novembre 2009 à la Maison du Développement par Migrations & Développement (M&D) avec la coopération du pôle ESS du Programme Concerté Maroc (PCM).

La promotion des produits de terroir locaux (safran et autres productions agricoles, artisanat mais aussi tourisme rural) **dans un contexte de globalisation des marchés a été au centre des réflexions de ce Forum.** Pendant 4 jours, quelques 50 invités ont rencontré une centaine d'agriculteurs et d'acteurs du tourisme local. Ils ont débattu de la manière de **franchir une nouvelle étape dans la valorisation et la promotion de ces produits et services porteurs d'identité, de valeurs et de sens.** Démarche qualité, traçabilité des produits, Appellation d'Origine Protégée, action collective... ont été au cœur des réflexions partagées.

Ces actes du Forum présentent les apports des experts sur l'état des lieux de la filière safran au Maroc, puis les rapports des 3 ateliers itinérants ayant séjourné dans divers villages de la région, enfin, l'analyse du professeur Hassan BENHALIMA sous l'angle culturel. Ils mettent en relief les atouts de la région en termes de richesse humaine, patrimoniale et culturelle. **Ces atouts doivent être valorisés pour renforcer l'attractivité des territoires et donner aux jeunes une autre perspective que l'exode rural et l'émigration.**

Les acquis du Forum ont tracé des pistes de travail aujourd'hui transformées en véritable plan d'action pour **une intégration, dans le fonctionnement même du marché, de mécanismes de développement local qui permettent de préserver les biens patrimoniaux et de valoriser les diversités locales.** Cette intégration repose avant tout sur les hommes et les femmes qui vivent sur (et de) ce territoire, sur leur potentiel à se réapproprier leur patrimoine naturel, social et culturel, cette partie de soi à partager avec le visiteur ou le client, pour que celui-ci reparte « plus intelligent », enrichi par la découverte de l'autre et de son univers.

Table des matières

Séance d'ouverture	4
L'or rouge du Maroc : l'apport des experts pour un état des lieux de la filière safran.....	7
Rapport de l'atelier N° 1 : Quel accompagnement des producteurs de safran pour un meilleur positionnement sur les marchés ?.....	13
Rapport de l'atelier N°2 : Quelle organisation des producteurs pour mieux répondre aux défis qui se présentent ?.....	19
Compte-rendu et Conclusions de l'atelier n°3 : Tourisme et terroir : Quel développement pour le tourisme rural ? La valorisation des produits de terroir par le tourisme.....	23
Le Pays du safran, socle d'un tourisme de valeurs	28
Acquis du Forum et orientations stratégiques	35
Remerciements au nom de l'association des producteurs de safran.....	40
Annexes.....	41

SEANCE D'OUVERTURE

Lahoussain JAMAL de Migrations & Développement

Je tiens à remercier tous nos amis présents ici, dans cette Maison du Développement que nous avons voulue comme un lieu d'échanges d'expériences.

Je ne vous cacherai pas mon émotion. Quand nous avons commencé à réfléchir comment donner de la valeur aux produits de terroir de ces montagnes, la seule alternative, c'était l'émigration. Nous n'avions aucun autre choix que celui de fuir le pays pour aller chercher du travail ailleurs.

Au sein de l'émigration, nous avons refusé la fatalité du sous-développement, et de la pauvreté. Nous avons pris conscience que cette « condamnation » à émigrer n'était pas une réponse à la question du développement du pays. Lorsque les villages sont habités à 90% par des femmes, il n'y a plus de vie, plus de jeunes. Nous avons dit « non » à un développement local avec la jeunesse qui fuit, avec le vide, avec toute la matière grise qui s'en va.

Petit à petit, nous avons avancé avec les villageois avec une exigence : se constituer en associations locales, pour être co-acteurs avec M&D et prendre en main les projets d'accès aux services essentiels (électricité, eau potable, irrigation, santé, école). Par effet d'entraînement, nous avons été conduits, à leur demande, à nous intéresser aux activités génératrices de revenus. Des pistes ont émergé pour valoriser le safran, produit clé de la région, comme la mise en place d'un festival annuel, ou encore l'organisation en coopératives pour pouvoir vendre à meilleur prix. Longtemps cela est apparu comme un rêve. En 2007, nous avons lancé le 1^{er} Festival du safran qui a eu un certain succès. Deux ans après, avec ce troisième Festival, nous sommes passés du rêve à la réalité.

Aujourd'hui, ce second Forum de l'Economie Sociale et Solidaire va nous permettre de réfléchir à de nouveaux défis. Comment obtenir un safran de qualité, labellisé, reconnu sur le marché, comment s'assurer de nouveaux débouchés commerciaux, comment s'organiser en conséquence, comment conforter un tourisme rural solidaire en lien avec l'ensemble des produits de terroir ?

Seuls, nous ne sommes pas assez « pointus » pour apporter des réponses dans des domaines qui dépassent notre compétence associative. Nous avons besoin d'échanger avec les experts nationaux et étrangers, les chercheurs universitaires, les militants associatifs qui partagent cette approche du développement social et solidaire dans d'autres régions du pays. Nous n'avons qu'une seule conviction: nous devons être partenaires des populations villageoises pour réussir car nous n'avancerons pas sans elles.

Nous croyons aussi à la nécessité d'ouvrir un partenariat avec les Collectivités locales. Les élections communales de juin dernier, et surtout la nouvelle Charte communale qui les invite à faire un Plan de Développement Communal sur 6 ans, sont une réelle opportunité pour le développement local. C'est un projet nouveau et ambitieux. Il devrait inciter les communes à se doter d'une vision à long terme et à se doter de plans de développement local sur plusieurs années.

Nous allons échanger sur le terrain avec les producteurs de safran, visiter leurs premières coopératives, connaître leurs initiatives pour « vendre » le safran et pour développer un tourisme rural solidaire.

Encore une fois, merci à vous tous, experts et amis qui nous ont aidé et ont donné de leur temps et de leurs compétences pour en arriver là. C'est grâce au soutien de tous que nous sommes arrivés à ce stade de réflexion.

Lahcen ACHIBANE du Programme Concerté Maroc

Nous sommes ici à Taliouine dans le cadre d'une coopération avec Migrations & Développement, membre du pôle Économie Sociale et Solidaire du PCM. Nous sommes avec eux coorganisateur de ce forum consacré à l'économie sociale et solidaire.

Le PCM est le nom donné à une plateforme regroupant une centaine d'associations pour 1/3 d'origine française et pour 2/3 marocaine. Son objectif est de consolider la dynamique de partenariat et de coopération entre les sociétés civiles françaises et marocaines, de favoriser l'échange mutuel d'expertise et de « bonnes pratiques ».

Cette plateforme entend renforcer cette dynamique dans le cadre d'une concertation avec les Autorités marocaines. Les pouvoirs publics des deux pays siègent dans notre comité de pilotage. Plus largement, nous entendons prendre appui sur l'Initiative Nationale du Développement Humain, sur les politiques de décentralisation et de régionalisation en cours. C'est ainsi que nous voulons prendre part à la bataille lancée par le Maroc pour relever le défi de la jeunesse, et en accompagnant les jeunes à devenir les acteurs de leur avenir.

L'économie sociale et solidaire est une question nouvelle au Maroc mais la solidarité n'est pas une réalité récente au Maroc. Elle irrigue nombre de pratiques traditionnelles. Mais ces pratiques ne sont pas « structurées » et sont battues en brèche par les circuits d'intermédiaires qui ruinent la richesse des régions rurales et empêchent une répartition équitable de la richesse. Il y a donc un travail de conception, de réflexion à mener par les membres du pôle pour mieux définir le concept de l'ESS et de ses valeurs, et les vulgariser.

Mais nous voulons aussi partir du terrain en permettant aux différents producteurs engagés directement dans ce secteur de confronter leurs expériences, leurs pratiques. Notre ambition est de doter le tissu associatif d'une « vision » partagée de l'économie sociale et solidaire au Maroc, et de la promouvoir comme une réponse alternative à des questions que la seule économie de marché n'a pu résoudre. Nous souhaitons pour cela sensibiliser les élus et les pouvoirs publics et confronter notre expérience avec les politiques publiques au niveau local. Nous n'entendons pas mettre en place les nouveaux plans de développement local, car ce n'est pas notre responsabilité mais jouer pleinement notre rôle de partenaires pour faire des suggestions, des propositions et apporter une vision plus pragmatique, une vision de proximité.

Notre délégation du pôle ESS, riche d'une dizaine de représentants d'associations œuvrant sur ce terrain dans différentes régions du pays (Moyen Atlas, Tensift, Tiznit) souhaite profiter de ce Forum régional pour rencontrer d'autres partenaires : des universitaires, des élus, des représentants des Pouvoirs Publics. Nous voulons en faire un tremplin pour la prochaine étape de notre plan de travail via un 2^{ème} atelier régional dans le Moyen Atlas en mars prochain avant un séminaire national que nous comptons organiser avec le Ministère des Affaires Générales .

Le fil rouge de ces rencontres est de créer une plateforme d'échange d'expériences et d'expertises sur les problèmes rencontrés comme ici ceux du safran et du tourisme solidaire. Nous espérons nourrir de nouvelles approches, avancer des recommandations et contribuer ainsi à ce que les producteurs, les hommes de terrain, puissent s'organiser, améliorer la qualité de leurs produits et également bénéficier de la richesse qu'ils produisent.

Florent DESNOYER de Migrations & Développement : présentation du programme

Dans un premier temps, nous assisterons à diverses interventions des experts de la FAO Maroc avec lesquels nous collaborons. Ils nous éclaireront sur les études réalisées et en cours, portant sur divers aspects de la filière du safran (techniques culturales, biodiversité, aspects agronomiques, économiques, sociologiques, biochimiques et commerciaux). Une chercheuse de l'INRA de Rabat nous fera part des expérimentations en cours visant l'amélioration des rendements. Le Ministère de l'Agriculture nous

présentera aussi la récente mise en place de la loi sur l'indication géographique (IG), premier pas vers l'appellation d'origine protégée (AOP).

Ensuite nous nous répartirons en 3 ateliers itinérants. Ils iront dans différents villages à la rencontre des producteurs et productrices, des coopératives, des acteurs du tourisme solidaire (aubergistes, artisans,...) recueillir l'expression de ces hommes et femmes, qui vivent des produits de terroir, autour des questions suivantes :

1. **Comment privilégier la qualité des produits et les protéger contre les fraudes, source de perte de valeur ?** Comment accompagner les producteurs de safran pour y parvenir ? Outre la collaboration des chercheurs, la formation de base des villageois est une clé de la réussite car ils sont en première ligne pour élaborer les règles de mise sur le marché d'un produit de haute qualité et les faire respecter, bref de protéger leur produit. Notre réflexion sur la valorisation des produits de terroir s'inscrit ici dans une dimension méditerranéenne.
2. **Quelle organisation des producteurs pour mieux répondre aux défis qui se présentent dans la filière ?** La réalité coopérative est encore embryonnaire. L'atelier 2 est invité à réfléchir avec les intéressés sur les marges de progrès souhaitables pour accroître la capacité des producteurs locaux à s'organiser en vue de valoriser leurs productions. Comment accroître la mutualisation des tâches et des savoirs faire et mieux accéder de façon maîtrisée au marché, en particulier international ? Quelle forme de gouvernance retenir et à quelles échelle pour garder la confiance des membres ?
3. **Le tourisme rural comme atout du développement par la valorisation induite des produits de terroir.** Selon les observations de notre association, les achats de produits locaux par les touristes comme les tapis, les poteries, le safran, représentent 30 à 40% de leurs dépenses. Le terroir peut constituer un produit d'appel pour un tourisme rural solidaire. Le 3^{ème} atelier devra se pencher sur cette articulation entre produits de terroir et une meilleure structuration du réseau des auberges et maisons d'hôte mis en place par les migrants et habitants de cette région.

Les rapports de ces ateliers itinérants seront présentés et débattus lors de notre dernière journée commune. Il ne reste plus qu'à se mettre au travail.



Pour la 2^{ème} année consécutive, la Maison du Développement de Taliouine a hébergé le forum de l'ESS

L'OR ROUGE DU MAROC : L'APPORT DES EXPERTS POUR UN ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE SAFRAN

Séance présidée par Mr Lahcen KENNY, enseignant-chercheur à l'Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II, coordinateur national du projet FAO Maroc.



Stigmates du safran après émondage

André HUPIN, représentant de la FAO au Maroc

La FAO, au Maroc, conduit un projet sur la valorisation du safran. Il vise à accroître la capacité de l'Office Régional de Mise en Valeur Agricole (ORMVA) à sensibiliser et former les producteurs sur des techniques d'amélioration de la production, dans le développement d'une démarche qualité pour les produits de montagne au travers de l'exemple du safran de Taliouine et Taznakht. Le but du projet étant l'intégration de la filière safran dans le tissu économique national pour l'ouvrir au commerce international, la stratégie adoptée est l'organisation des producteurs dans un réseau dynamique de promotion du safran. Il s'agit d'un long processus qui devrait se traduire par l'amélioration des conditions de vie des agriculteurs et déboucher d'autre part à une meilleure organisation des producteurs.

La FAO est heureuse de vous présenter à l'occasion de cette journée les divers volets : sociologie, agronomie durable, post récolte et biodiversité.

Tarik OUTRAHE, Migrations & Développement (M&D)

Cette région compte plusieurs produits de terroir : arganier, huile d'olive, safran, plantes aromatiques et médicinales.

Le tissu coopératif est encore fragile car récent. En 2009, dans la zone de production de safran, 4 coopératives agricoles commercialisent ce produit (Tassouf, Tagmoute, Souktana et Tamounte). Ces coopératives commercialisent un peu plus de 3 % de la production de safran marocain. 6 autres coopératives sont nouvellement constituées ou en voie de constitution. Parmi les freins au développement de ces coopératives, on notera tout particulièrement la faiblesse des fonds de roulement et le manque de confiance entre les agriculteurs.

L'action de M&D vise à renforcer la qualité du produit, les débouchés commerciaux et l'organisation des producteurs en les sensibilisant sur les intérêts liés à la mutualisation de leurs ressources.

Nous intervenons plus spécifiquement par un appui technique et une aide à l'obtention de financements, à la concrétisation de nouveaux débouchés de commercialisation, en particulier via le commerce équitable (40 kg de safran vendus en commerce équitable pour les récoltes 2007 et 2008) et par des formations visant à accroître la qualité du produit et améliorer les techniques de production.

M&D - Actes du 2ème Forum de l'économie sociale et solidaire - Festival du safran de Taliouine - Octobre 2009

Abdallah AANGRI, diplômé Faculté des Sciences d'Agadir

Notre étude entre dans le cadre du programme Maroc Vert. Elle porte sur 3 régions cultivant le safran dont Taliouine (556 ha) et Taznakht (80 ha). Soit 7 communes et 18 villages étagés entre 1500 et 2000 mètres qui font vivre 1 400 familles correspondant à 7 000-8 000 personnes. Les principales données recueillies font apparaître un vieillissement de la population agricole active.

Le paysage agricole est composé à 80% de pâturages, entrecoupés de cultures en terrassement consacrées à l'orge et aux cultures vivrières en parallèle avec la production de safran. Les terres irriguées représentent une surface très limitée. Il s'agit de petites parcelles d'environ 100 m². Chaque famille a de 8 à 15 parcelles. Les canaux d'irrigation sont anciens et usés et les outils agricoles sont archaïques. Le marché est contrôlé par les intermédiaires, d'où d'importants écarts de prix.

Les techniques culturales se heurtent à plusieurs difficultés : La production par hectare est trop dense (200 bulbes et non 70 par m²). Les engrais utilisés sont organiques mais ne sont pas arrivés à maturité, ce qui nuit à la production. De plus le taux d'utilisation est inférieur aux recommandations. Le désherbage est délaissé par manque d'information. L'orge cultivée en rotation utilise les ressources du sol nécessaires au safran (pourrait être remplacée par la culture des petits pois). Enfin les rats des champs font beaucoup de dégâts, tout comme les lapins et autres rongeurs.

Les producteurs sont prêts à participer à toute activité pour améliorer les techniques d'irrigation et d'utilisation de l'eau et couvrir les besoins estimés à 600 mm par an. Il faudrait appliquer les bonnes pratiques agricoles. Notre diagnostic : mettre au point un index technique de production et un protocole de production en accord avec les producteurs.

Dr. Abdallah ABOUDRARE, Consultant. Les voies d'amélioration des pratiques des agriculteurs

Ce système traditionnel de culture se prête à une conversion vers un système d'agriculture biologique en raison d'une utilisation très limitée des engrais chimiques, de l'absence de traitements chimiques contre les mauvaises herbes et les maladies, du recours au travail familial dans toutes les étapes de production. La conversion vers un système de production biologique certifié est possible mais nécessite des efforts considérables en matière d'amélioration des pratiques de conduite de la culture à travers un encadrement technique, une sensibilisation, une formation et une organisation professionnelle des producteurs.

L'augmentation des rendements qui peut atteindre en conduite moderne entre 8 et 23 kg par ha passe par un programme de sélection, de production et de multiplication des bulbes de safran, et une préservation de la ressource en eau qui passe par une utilisation rationnelle de cette ressource. Ces bonnes pratiques devraient être intégrées dans le cahier des charges de demande de reconnaissance officielle du safran.

La diffusion de ces bonnes pratiques agronomiques nécessite de grands efforts des organismes de développement et des organisations professionnelles en matière de formation des agriculteurs et de conduite d'essais de démonstrations à travers la région de Taliouine-Taznakht. Un guide de bonnes pratiques agronomiques de conduite du safran serait un outil intéressant qui appuierait ces efforts de vulgarisation.

L'organisation professionnelle des agriculteurs est nécessaire pour la valorisation du safran dans le cadre de la démarche « qualité » relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité. Plus de 60 % des agriculteurs enquêtés sont organisés au sein des associations de développement local au niveau des douars, notamment en zone de basse altitude de Taliouine (Sidi Hssain et Tassousfi) mais moins de 20% dans des coopératives. D'où les efforts conjoints entre l'ORMVAO et l'Association M&D pour la constitution de coopératives de production et de commercialisation du safran.

Mohamed BOUCHELKHA, Consultant. Étude sociologique de la culture du Safran

C'est une région marquée par une faible densité de population, un important exode rural, un taux de croissance égal ou inférieur à 1%. La pauvreté est près de 3 fois supérieure à la moyenne nationale (le taux est de 34% contre 14%). Il y a risque de désertification humaine.

Historiquement, dès le 11^{ème} siècle, Mohamed Ben Ettaib en parle. Mokhtar Souksi signale la présence de safran dans la région des Souktana en 1363. La littérature coloniale mentionne également la présence du safran sans faire référence à l'origine et à l'histoire du produit. Le rôle de la communauté juive a été essentiel dans la commercialisation du safran.

Des techniques et savoir-faire locaux sont très anciens et imprègnent la culture locale. Ils sont au cœur des rapports sociaux. L'importance des femmes dans la culture du safran fait que l'on peut parler de safran au féminin. Aujourd'hui, on observe une rivalité entre différents groupes sociaux et acteurs pour s'accaparer les avantages de la culture safranière (femmes/hommes, cultivateurs/intermédiaires).

Ahmed BIROUK, Consultant. Mission biodiversité sur le safran

La culture du safran recouvre une diversité de la plante, des techniques et du milieu naturel. On déplore le fait que les 23 espèces endémiques de safran soient menacées de disparition en raison de surexploitation des pâturages. On constate un piratage biologique. Notre projet de recherche vise à homogénéiser les différentes caractéristiques du produit (arôme, couleur, pureté...) qui montrent de grande diversité d'une localité à l'autre.

Ahmed AÏT OUBAHOU, Consultant. Le volet post récolte dans le maintien de la qualité

2 systèmes de production se partagent la culture safranière : le secteur traditionnel et les techniques modernes (irrigation, séchage). La qualité est largement liée aux opérations de post-récolte. Des composants du stigmatate sont essentiels à la qualité comme la picrocrocine qui donne le goût amer ou piquant du safran et le safranal, responsable de l'odeur mais très volatil.

Le maintien de la qualité commence à la cueillette. Le savoir-faire est important parce que le safran est très sensible à la lumière. 150 000 à 200 000 fleurs sont nécessaires pour 5 kg de stigmatates, et obtenir 1 kg de safran sec. Après l'émondage, le séchage ou déshydratation est une étape essentielle (le déshydrateur électrique préserve mieux l'arôme) ainsi que les conditions de stockage (dans un milieu frais et sans lumière) avant la phase d'emballage. L'enjeu est d'assurer une meilleure traçabilité pour assurer une meilleure maîtrise des circuits de commercialisation.

Mounira LAGE, Chercheuse à l'INRA (Rabat). Les facteurs de productivité dans la culture du Safran

On sait que 90% de la commercialisation mondiale est contrôlée par les firmes européennes. Le prix d'un kg de safran diffère selon son origine ; celui du Maroc est bien plus élevé que celui en provenance d'Iran.

Plusieurs pays européens ont mis en place des Appellations d'origine protégée (AOP) pour le safran : Azafrán de la Mancha (Espagne), Krokos Kozanis (Grèce), Zafferano dell'Aquila (Italie), Zafferano di San Gimignano (Italie) et Munder Safran (Suisse).

Comment cultiver le safran ? Les meilleurs semis sont en juin. Le choix des bulbes influe sur le nombre de fleurs. La productivité peut atteindre 15-16 kg/ha. En Espagne, la production est mécanisée et les machines d'ensemencement des pommes de terre sont utilisées pour les bulbes de safran. En Grèce, les paniers dédiés à la cueillette ne sont utilisés qu'une seule fois par an. En Iran, la séparation est réalisée par l'utilisation d'une machine.

Notre Programme de Recherche pour le Safran porte sur les éléments qui affectent la productivité : 1- la qualité des bulbes (grosueur), 2- la composition (safranal, crocine, picrocrocine) ; elle est différente en Iran, en Espagne, au Maroc. Ainsi le safran de Taliouine ne montre pas la même qualité que le safran d'Iran à cause des techniques de séchage. 3- Les expériences de culture d'autres herbes aromatiques en parallèle avec la culture de safran, 4- Les terreaux utilisés.

Anthony DUBOIS, Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier. La filière safran, Quelles perspectives pour la mise en place d'une Indication Géographique ?

Avec seulement 1,5 % de la production mondiale de safran (environ 3 tonnes récoltées dans les régions de Taliouine et de Taznakht) le Maroc est le 4^{ème} producteur mondial derrière l'Iran, qui possède le quasi-monopole avec 90% de la production mondiale, l'Inde et la Grèce.

L'Espagne est le principal importateur mondial de safran (27% des importations) suivi de l'Italie, des Etats-Unis, de la France et de la Suisse. L'Iran est le principal exportateur de safran avec 60% du marché, suivi par l'Espagne (30%). Il est à noter que l'exportation de safran depuis l'Espagne, la France et la Suisse ne concerne pas ou peu la production nationale, il s'agit de ré-export de safran importé et conditionné (principalement d'Iran).

Selon les relevés hebdomadaires de l'OMRVA au souk de Taliouine on constate que le prix du safran a stagné autour de 5 000 Dirhams/kg pendant la décennie 1990, puis a été multiplié par 5 entre 1997 et 2009 pour atteindre son maximum historique en août 2009, à 28 000 Dh/kg (environ 11 Dh pour 1 €).

On identifie six circuits majeurs de commercialisation : le circuit traditionnel formel, le circuit traditionnel informel, le circuit des coopératives, le circuit lié au tourisme, le circuit intégré et le circuit des industriels du safran. Le circuit traditionnel informel est toujours prédominant avec près des 2/3 des ventes. Le circuit traditionnel formel qui vend à des sociétés de commerce couvre près d'1/3 du safran produit au Maroc. La part des coopératives, qui regroupe environ un quart des producteurs, soit près de 400 producteurs dont 30% de femmes, est toujours très faible (3,3%) mais les volumes commercialisés augmentent progressivement. Enfin, les autres circuits restent marginaux.

Les principaux problèmes pour augmenter l'offre sont les faibles rendements, le manque d'eau, la « fuite des bulbes » dans les pays européens en raison du faible coût des semences marocaines, et le problème de la fraude au niveau des grossistes et des détaillants des grandes villes.

Aujourd'hui, les conditions d'émergence d'une indication géographique ne sont pas réunies. La faiblesse des structures coopératives, le manque de dialogue et les conflits entre acteurs dans une filière majoritairement informelle sont des freins à l'action collective organisée qui constitue une étape obligatoire et préalable à l'instauration d'une indication géographique. Les producteurs doivent s'approprier la démarche d'indication d'origine pour que celle-ci soit durable. C'est un long processus.

Mme Khadija BEN IDRIS, division de la labellisation au Ministère d'Agriculture. Cadre juridique et organisationnel des signes distinctifs d'origine et de qualité au Maroc

L'enjeu est double dans la mise en place de dispositions administratives pour les signes distinctifs d'origine et de qualité: 1- répondre aux exigences du consommateur sur l'hygiène et la qualité sanitaire, et sur l'origine du producteur (traçabilité) ; 2- répondre à un besoin de préserver un patrimoine culturel.

2 types de signes distinctifs existent au Maroc. Ils tiennent compte de la situation géographique et des techniques artisanales de production : l'IG : signe distinctif cultural et l'AO : signe distinctif de qualité, qui suppose la conformité aux normes et la nécessité d'un cahier des charges. Tout produit peut en bénéficier si le produit a des conditions écologiques et naturelles qui le distinguent des autres produits et s'il y a un savoir-faire local.

Nous visons à répondre à un besoin d'une réputation aux niveaux national et international dans un contexte d'une demande réelle pour le produit (consommateur)

La loi 25-06 avec deux décrets-lois (2.05.403) du 05/12/2008 instaure la mise en place des signes distinctifs au Maroc. Le prix de certification doit être décidé au niveau du Ministère.

Les éléments de la procédure d'obtention du Cahier des charges pour les IG et AO renseignent sur le nom du produit et sa description, sa situation géographique et les éléments liant la qualité au milieu géographique, sa réputation, ses références, l'étiquetage, et son registre légal.

La Procédure de l'enregistrement suit plusieurs étapes : Demande déposée par un groupe de producteur (ou un référent) au Ministère qui transmet à une commission consultative composée des administratifs, professionnels et experts). Dans un délai de 6 mois elle examine le cahier de charge et transmet ses conclusions au Ministère, suivi par la publication dans un journal et l'enregistrement dans le registre de l'OMPIC (Office marocain de la propriété industrielle et commerciale).

M. EL MESTAOUI, Crédit Agricole. Le Fonds d'investissement Targa pour la transformation et la commercialisation des produits de terroir dans la région de Souss Massa Draa.

Son approche générale se situe dans le cadre du Plan Vert.

Il est dédié à la filière production et commercialisation de produits issus du terroir de Souss-Massa-Draa. Mis en place par le Crédit Agricole du Maroc, ce fonds est doté d'une enveloppe de 30 millions de dirhams. Il favorise la production de produits comme le safran, le cactus, l'argan, l'olive en octroyant des crédits d'investissements (taux d'intérêt entre 6 et 7%) et des crédits de fonds de roulement.

Targa constitue un partenaire financier à valeur ajoutée en assumant le risque lié à l'échec économique de l'investissement.

DEBAT

Les agriculteurs présents dans la salle font état de plusieurs difficultés. En toile de fond, la pauvreté de la région et l'impact de l'émigration qui amène un vieillissement important de la population active agricole. Une intervention relève que les producteurs ne savent pas bien utiliser les engrais naturel, une autre évoque que sans l'organisation des producteurs, il n'y a pas d'amélioration des circuits de commercialisation. Un responsable de coopérative souligne que le faible niveau d'instruction rend difficile l'implication des producteurs dans le processus de certification.

Au niveau technique, on s'interroge sur l'avancée des travaux touchant au possible développement d'une semence in vitro. Un intervenant rappelle qu'on ne peut mettre en place une certification qu'après une définition claire de ces normes pour le safran. Il faut mettre ces informations au service des agriculteurs. Il est fait état que l'utilisation des pétales pour l'alimentation du bétail a été expérimentée mais n'a donné aucun résultat productif.

Une autre intervention souligne enfin les besoins de capitaux pour démarrer les productions et payer les coûts de labellisation nécessaire comme instrument de protection contre les fraudes sur les marchés étrangers. Est également invoquée la question d'une diminution des marges dans la filière qui n'arrivent pas jusqu'aux producteurs.

Plusieurs interventions se concentrent sur la dimension globale de l'action à mener. Elle passe par une stratégie multi acteurs impliquant les acteurs locaux, les coopératives rurales, les collectivités locales et, au niveau national, les Pouvoirs Publics. Le produit de terroir doit créer une synergie entre les différents acteurs de la filière souligne le représentant du PCM, condition pour qu'il puisse jouer son

rôle de levier dans le développement. C'est aux producteurs de défendre leurs produits. Le Festival du safran est déjà une bonne illustration de la réputation du safran de Taliouine.

RAPPORT DE L'ATELIER N° 1

QUEL ACCOMPAGNEMENT DES PRODUCTEURS DE SAFRAN POUR UN MEILLEUR POSITIONNEMENT SUR LES MARCHES ? LE ROLE DE LA QUALITE ET DE LA LABELLISATION

Lieux : Coopérative de Taliouine à Tassousfi et douar d'Aouerst

Animateur : M. Aït Lhaj Abderrahmane (Directeur de l'INRA Agadir)

Rapporteurs : Salma Daoud (Université Ibn Zohr, Fac. des Sciences) et Selma Tozanli (Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier)

30 octobre, la Coopérative Agricole Taliouine (CAT)

Débat avec 5 coopérateurs dont le Président et le Trésorier. Présentation de la fondation et de l'historique de la coopérative créée par des anciens de la coopérative Souktana. Ils éprouvent le besoin pour augmenter leur capacité de production d'accroître le nombre de leurs adhérents et de changer leur organisation.

Ils sont favorables à un regroupement de coopératives et, dans un premier temps, soutiennent l'association des producteurs de safran qui travaille sur un cahier des charges en vue d'obtenir la certification du produit auprès du Ministère. Les démarches en cours sont accélérées pour aboutir avant la fin de la construction de la Maison de Safran de Taliouine.

Trois besoins essentiels :

- 1. Une bonne gestion de l'eau :** La Coopérative Agricole de Taliouine projette de cultiver 50 ha. Pour desserrer la contrainte de l'eau, elle souhaite disposer de réservoirs collectifs pour développer la disponibilité des ressources en eau. Elle demande aux autorités (la région Souss Massa Draa, ORMVA) et à M&D de mettre à leur disposition un système de sonde pour creuser des puits à destination des producteurs qui n'en ont pas les moyens.
- 2. La formation et l'encadrement pour améliorer les techniques de production :** la Coopérative Agricole de Taliouine créée en 2005, et qui obtient des résultats positifs grâce à l'appui et les conseils de M&D, constitue un bon exemple de réponse au besoin de formation et d'encadrement des agriculteurs. Inversement, la coopérative Souktana, créée il y a trente ans, n'a pas réussi à leurs yeux faute de tuteur pour appuyer et guider les agriculteurs adhérents. Le savoir-faire traditionnel existe pour une production de safran de bonne qualité. L'impact de la coopérative sur le niveau de revenu de ses adhérents était immédiat, apparent et s'est répercuté rapidement sur l'amélioration de leur niveau de vie. Le président de la Coopérative Agricole de Taliouine veut intégrer les jeunes à la coopérative. Lui-même a commencé à travailler depuis ses 12 ans. Grâce à M&D, ils ont évolué et généré plus de revenu, et ses enfants travaillent avec lui sur les safranières parce que cultiver le safran apporte plus de revenu que de travailler dans l'administration. Les enfants, même émigrés en ville, reviennent pour aider la famille aux moments de travail intense.
- 3. La Protection contre la fraude :** la limitation du nombre des adhérents est une protection contre la fraude. La confiance est primordiale et ne peut être obtenue qu'en gardant un nombre restreint d'adhérents avec un contrôle rigoureux. L'agrandissement de la coopérative est prévu par **un système de parrainage**, chaque adhérent ramène deux producteurs de confiance et propriétaire de son terrain.

30 octobre, Douar d'AOUERST : Échanges avec les producteurs de safran

22 agriculteurs dont 2 adhérents de la CAT (Coopérative Agricole Taliouine)

Comment voyez-vous l'amélioration de la production du safran ?

- ✓ L'irrigation avec la technique du goutte à goutte mais c'est onéreux (*conflit entre l'espacement des bulbes et l'espacement des trous des tuyaux de goutte à goutte : comment le résoudre ? Est-ce que la technique du goutte à goutte s'adapte à notre système de culture du safran*)
- ✓ L'amélioration de la fertilité des sols
- ✓ Renouveler les parcelles tous les 6-7 ans
- ✓ Espacer les bulbes dans les terres pour permettre des récoltes sur un plus grand nombre d'années
- ✓ Mieux former les jeunes aux techniques d'amélioration
- ✓ Diffusion de l'information et amélioration de l'accès à l'information

Est-ce que vous êtes contents de la commercialisation du safran (pour les non-coopérants) ?

La coopérative permet de vendre plus cher que sur le marché. Mais comme la coopérative n'achète que la production de ses adhérents, les non adhérents sont obligés de vendre leur récolte au souk.

Les délais de paiement (paiement différé après la livraison) de la coopérative de Taliouine ont été jugés trop contraignants pour un producteur candidat à l'adhésion après un test réussi de ses produits en laboratoire.

Les producteurs sont conscients des problèmes créés par les intermédiaires, les souks et les sociétés mais n'ont pas d'autre issue que de passer par eux pour la commercialisation. Les sociétés ont des moyens de communication modernes et utilisent internet pour vendre un produit fraudé en cassant les prix.

Les Conditions pour grandir

- ✓ La présence d'un gestionnaire compétent est nécessaire à l'instar de la coopérative COPAG.
- ✓ Le maintien de la confiance par le parrainage : chaque membre qui amène deux nouveaux adhérents est responsable de leur engagement.
- ✓ L'élargissement de la superficie cultivée par l'achat des terres par la coopérative. Ils projettent de creuser un nouveau puits pour l'irrigation.

Comment articuler cette action d'accompagnement avec la politique gouvernementale du Plan Maroc Vert ? La majorité a entendu parler du "PMV" mais ne sait pas de quoi il s'agit. D'autres n'en ont pas entendu de parler.

31 octobre 2009, Coopérative Taliouine : La place des femmes dans le travail du safran

Rencontre avec les femmes, (26 femmes, 15 coopérants, divers participants du Forum)

Qui fait le travail ?

Opération	Homme	Femme	Enfants
Épluchage des bulbes		X	
Travail du sol	X		
Semis	X	X	
Irrigation	X		
Désherbage		X	X
Cueillette	X	XX	XX
Émondage		X	X
Séchage		X	X
Stockage	X		
Commercialisation	X		

60 à 70% du travail est effectué par les femmes

1. Les tâches qui reviennent aux femmes dans la fabrication du safran

- Émondage
- Nettoyage des bulbes (épluchure) : un travail pénible

L'homme prépare les traits de plantation et la femme pose les bulbes suivant la distance appropriée. L'arrosage est réalisé par l'homme mais c'est la femme qui fait la cueillette tôt le matin, le triage et l'émondage s'ensuivent. Le safran est essentiellement la production de la femme. Objectivement, près de 70% du travail est réalisé par les femmes.

2. La part de ce travail dans l'ensemble des travaux (tâches) de la femme ?

Il vient s'ajouter à d'autres tâches quotidiennes.

Réponse d'une jeune femme membre de coopérative des femmes : Les femmes ne reçoivent même pas le respect pour ce travail qu'elles accomplissent. Le travail de la femme n'est pas reconnu par l'homme. Il y a une grande pression exercée sur la femme, c'est une pression morale et affective. Il y a un déséquilibre parce que la femme ne profite pas autant qu'elle investit dans ce travail.

Réponse d'un agriculteur à l'accusation de « vol » par les femmes d'une partie de la récolte pour financer leurs propres besoins¹ : c'est de la faute des hommes. Ils ne reconnaissent pas le travail et le dû de la femme. L'utilisation du profit du safran devait être décidée en concertation dans la famille, mais cela n'est pas le cas. Les hommes ne concertent pas les femmes.

3. Est-ce que la domination de l'homme est généralisée ou ne concerne que certaines familles ?

Réponse d'une femme mariée : Les choses sont en train de s'améliorer. Les femmes deviennent conscientes de la valeur du safran. Elles ne bradent plus le safran auprès des marchands ambulants. Ces questions se posent également pour l'élevage mais aussi pour l'éducation des enfants.

C'est la décision de l'homme de vendre ou pas le bœuf bien que ce soit la femme qui soigne l'animal. La femme est la gardienne de cette richesse.

Réponse d'une jeune femme membre d'une association : C'est l'homme qui garde le safran. La femme n'a pas le droit de garder le safran.

Réponse d'une autre jeune femme : Dans bien des cas, l'homme domine et abuse des biens de la famille.

Une coopérante (parlant du cas des femmes adhérentes) : La situation s'équilibre maintenant. L'homme et la femme travaillent ensemble.

4. Y-a-t-il conflit au sein de la famille pour le partage du safran quand l'homme et la femme appartiennent à des coopératives différentes ?

Les maris ne font pas partie des coopératives féminines et ils n'empêchent pas les femmes de fonder des coopératives.

5. Elles vendent le safran de qui ? Est-ce qu'elles donnent l'argent gagné à leur mari ?

Réponse d'une femme mariée, membre d'une coopérative de femme : Le safran vient des terres collectives et l'argent est celui de la famille.

Réponse de l'ancien président de la coopérative agricole de Taliouine : L'homme est l'extérieur et la femme est le foyer. Le safran est à la famille et l'homme veut aussi le bien-être de sa femme. Il n'y a pas d'achat individuel. Les dépenses sont pour les enfants et la maison.

6. Est-ce que la femme va seule au souk pour ses achats ?

Réponse de L. Jamal : En général, les femmes ne disposent pas de sous, les hommes font les achats en concertation avec les femmes. Les femmes ne vont pas au souk. C'est une question de pauvreté. Il ne faut pas chercher des problèmes où il n'y en a pas. La compréhension mutuelle est plus importante que tous les autres facteurs.

¹ Lors de la phase de séparation des pistils des fleurs, les femmes mettent de côté une partie du safran, pour leurs besoins. C'est une pratique connue et tolérée par tous.

7. Est-ce qu'il y a une amélioration du niveau de vie grâce à la valorisation du safran ?

Réponse d'un homme coopérant : Tout est bon qui diminue la misère. Nous sommes là pour travailler ensemble pour éliminer la misère. Les femmes sont soit dans les coopératives soit dans les associations mais nous sommes tous des paysans. Il faut aider les autres à adhérer aux associations.

Réponse d'une femme qui est venue d'Askaoun : Nous faisons de l'élevage, le safran et le tapis. Le problème principal est la pauvreté. C'est une question de confiance entre l'homme et la femme. Entre-aide familiale est la pièce maîtresse pour augmenter la production du safran. Le mari amène du travail salarié. Il y a une entente assez équilibrée dans la famille. La femme ramasse l'argan et utilise l'argent qu'elle gagne de l'argan.

Réponse de deux autres femmes : Le mari récupère l'argent et fait les achats nécessaires pour la maison.

8. Est-ce que les femmes adhérentes ont droit à la formation (formation de base, formation juridique, etc....) pour prendre conscience de leur statut ?

Réponse d'un adhérent de la coopérative de Soukhaina : On espère développer plus de relations avec les techniciens pour développer notre activité. Demande d'aide pour élargir la surface cultivée. Les contraintes sont le terrain, l'eau et les intrants. La valeur du safran est importante pour les jeunes qui donnent une plus grande valeur au produit.

9. Est-ce que les adhérentes étaient à l'école ? Comment gèrent-elles leur coopérative ?

Réponse d'une coopérante : La moitié des adhérentes savent lire et écrire. Les autres suivent des cours d'alphabétisation.

Réponse d'une autre femme : Elles ne savent pas lire et écrire, malgré le fait qu'elles suivent un cours d'alphabétisation depuis deux ans.

Un coopérant : Coopérative qui vient d'être créée a des problèmes d'extension et de l'eau.

Le trésorier de la Coopérative Agricole de Taliouine : Chaque village doit disposer d'une coopérative pour s'occuper des relations avec l'extérieur.

10. Par rapport à la gestion des coopératives des femmes, est-ce que le gestionnaire doit être un homme pour le bon fonctionnement de la coopérative ?

Cela dépend des coopératives mais un homme est nécessaire en général pour les relations avec l'extérieur.

11. A quoi sert la richesse s'il n'y a pas de confiance entre les gens, les hommes et les femmes ? !!!



Rencontre avec les femmes sur leur rôle dans la filière safran

LA DEMARCHE QUALITE, LES VISIONS RESPECTIVES DES DEUX GROUPES

Qu'est ce que c'est la qualité?

COOPERATIVE TALIOUINE

- Hygiène (« ifern » : purifié des corps étrangers)
- Propreté
- Taille du pistil
- Emondage
- Séchage à l'ombre
- Différence des niveaux de qualité (pharmacopée, usage culinaire).
- *Traçabilité* pour remonter à l'origine du produit en cas de problème.

PRODUCTEURS DU DOUAR

- Un safran de qualité plait d'abord aux yeux (image de marque) :
- Jaouda (aide de la coopérative)
- Un safran brillant, sans huile d'olive
- Propreté des ustensils
- Taille de pistil
- Sans aucun corps étranger
- Séchage à l'ombre / séchage au soleil
- Sec, de couleur rouge, odorant

Certains producteurs savent que le séchage à l'ombre est meilleur pour l'export mais continuent le séchage au soleil parce que cela donne un safran plus coloré et plus brillant

Démarche qualité, Comment protéger la qualité ?

COOPERATIVE TALIOUINE

- *Hygiène*
 - hygiène du produit : sans impureté, sans trop de blanc sur le pistil
 - hygiène du collecteur/émondeur : il y a des tables spécifiques pour émondage mais les paniers ne sont pas dédiés
- *Traçabilité* :
 - chaque producteur adhérent à la Coopérative Agricole Taliouine a un numéro qui lui est destiné qui permet de remonter à l'origine du produit en cas de problème

PRODUCTEURS DU DOUAR

- Séchage avant expédition à la coopérative
- Lutte contre la fraude qui nuit à la réputation du produit
- Compétence et qualification du gérant.
- Pas de traitement chimique
- Nécessité de formation continue en matière d'hygiène et des techniques de production
- Garantie apportée par la coopérative (analyse au laboratoire de la coopérative)
- Une coopérative forte pour combattre les intermédiaires
- Choix des adhérents

CONCLUSION : QUELQUES PISTES D'ACTION

Formation et encadrement Quelle est le meilleur mécanisme pour assurer le meilleur encadrement ? Comment transcrire un cas de réussite en un modèle technique de formation pour le diffuser et le transmettre à d'autres filières ? Une voie privilégiée est la formation des groupes de femmes par des formatrices sur place dans la région.

Valorisation des sous-produits : est-ce que les pétales sont ou peuvent être utilisées pour la teinture ou la fabrication de l'encre ?

Les fleurs collectées sont mises dans des pots à peinture et l'hygiène dans la cueillette n'est pas respectée.

Pourquoi ne pas lier l'artisanat de paillage des paniers au safran comme cela a été avancé pendant la deuxième édition du Festival de safran de Taliouine de l'an 2008 ? Les coopératives peuvent faire confectionner et mettre à la disposition des familles des tabliers avec des grandes poches spécifiques pour la cueillette et l'émondage, à condition d'assurer la propreté des tabliers.

Adhérer à une coopérative :

On observe un intérêt réel. La grande majorité des producteurs rencontrés le soir au village d'Aouerst a exprimé le souhait d'adhérer à la coopérative. La coopérative de Taliouine ne compte aucune femme parmi ses 11 adhérents actuels et les 22 futurs adhérents, car elles ne sont pas propriétaires de terrain. Comment progresser sur cette question ?

RAPPORT DE L'ATELIER N°2

QUELLE ORGANISATION DES PRODUCTEURS POUR MIEUX REpondre AUX DEFIS QUI SE PRESENTENT ?

Président : Lahcen Achibane, membre du REMESS (Réseau Marocain de l'Economie Sociale et Solidaire) et animateur de la délégation du pôle Economie Sociale et Solidaire du Programme Concerté Maroc (PCM) au forum

Rapporteur : Dominique Aubry, Président des clubs Partenaires pour agir

Les 9 participants ont visité la Coopérative Agricole Tassousfi et l'Association villageoise « Annour pour le développement et la coopération » de Tinfat où une coopérative est en voie de création (14 producteurs et villageois du douar dont le Président, 5 jeunes et aucune femme). La délégation a également participé à un échange avec près de 30 femmes de différentes coopératives, au siège de la coopérative Tassousfi, en présence de 15 coopérateurs.

Introduction

Toutes les personnes rencontrées ont précisé qu'après 7 ans de sécheresse la dynamique nouvelle de la région, autour de la production et la commercialisation du safran, était le fruit de l'intervention de l'association M&D. Elle a permis d'élargir la surface cultivée, l'extension de l'irrigation, l'assistance à la gestion interne et à la commercialisation (marchés externes, exposition...).

Tout au long des échanges, les problèmes posés par la production et la commercialisation du safran ont été en toile de fond. En particulier, les surfaces de production limitées, l'irrigation vétuste et le problème récurrent de la ressource eau, les techniques de production qui reposent sur un savoir-faire réel des producteurs, mais avec des pratiques qui n'assurent pas suffisamment la traçabilité et dont le rendement est faible. Autre limite constatée : l'absence de maîtrise de la filière de commercialisation.

Les études réalisées sur la filière safran ont produit **une bonne connaissance des techniques de production** tant sur le plan quantitatif que sur le plan qualitatif. **Le passage de ces connaissances à leur mise en œuvre est un enjeu collectif** qui doit prendre en compte ces freins majeurs actuels.

La démarche d'organisation des producteurs est confrontée à 3 défis majeurs :

- ✓ **Construire une économie de promotion des populations locales** et de réponse à leurs besoins. Cette économie dépend fortement de leur propre volonté et capacité d'action.
- ✓ **Construire une filière structurée par un « processus qualité »** qui associe Production, Conditionnement et Commercialisation.
- ✓ **Choisir un système organisationnel** (ou des systèmes) : un outil adapté au service de cette double volonté pour relever ces défis. Lorsque l'action individuelle n'est pas jugée efficace par rapport aux enjeux collectifs, c'est un cadre d'action collective qui est défini. **La coopérative en est une des modalités ; elle impose des objectifs et des pouvoirs partagés et la participation des coopérateurs.**

Les réponses à construire s'inscrivent dans **un mouvement d'éducation** qui s'appuie sur l'économie (et non un mouvement économique qui s'appuie sur l'éducation). Elles doivent **associer étroitement le développement du territoire et l'économie sociale.**

Les points de vue des producteurs sur l'organisation coopérative

1. La création de la coopérative, un choix de travailler en collectif

1. La coopérative, c'est être ensemble et arrêter un bon prix. Elle a permis de regrouper plusieurs agriculteurs et d'augmenter la production et de vendre à un prix élevé. Elle facilite la voie, pas besoin d'aller au souk.
2. Être dans une coopérative c'est être dans un climat de confiance, de concertation, de gouvernance partagée. D'où le choix de critères de sélection pour les futurs adhérents qui doivent respecter leurs engagements.
3. La coopérative facilite une meilleure qualité du safran et les relations entre les agriculteurs et avec l'administration.
4. La coopérative c'est pour les personnes qui n'ont pas assez de moyens.

Observations : L'intérêt du travail collectif est réel chez les producteurs, malgré des objectifs dispersés selon les interlocuteurs. Il se vérifie à Tassoufî. Mais à Tinfat, où la coopérative n'est pas encore opérationnelle, la vision du rôle de la coopérative se réduit pour l'instant à vouloir vendre à un prix élevé.

Il y a lieu de reprendre les enjeux et les modalités de ce travail collectif. Car comme le dit un agriculteur « la terre existe, ce qui manque c'est la créativité ».

2. L'ouverture à de nouveaux producteurs est controversée

1. Les petits paysans n'adhèrent pas aux coopératives, parce qu'ils veulent être payés directement et non pas attendre d'être payés une fois la marchandise vendue.
2. Autre limite à l'élargissement, l'incertitude sur la capacité de vendre une production plus importante. Tassoufî (11 personnes de 9 douars et 2 communes) choisit de ce fait une ouverture prudente et progressive par parrainage à une 20aine de candidats.
3. On ne veut pas faire adhérer des personnes créatrices de problèmes (manque de confiance) avant même la création de la coopérative. Situation évoquée à Tinfat.
4. Pas d'ouverture sur d'autres adhérents, ils doivent d'abord s'organiser entre eux en coopératives et si ça marche on va les intégrer dans notre coopérative.
5. On ne peut pas avoir une coopérative avec 200 personnes ; au maximum c'est 50, en référence aux difficultés de la coopérative Souktana.

Observation : On constate la difficulté de préciser des objectifs partagés sur ce plan.

3. Des règles d'action collective qui engagent la responsabilité de chacun mais avec des dysfonctionnements de gestion possibles

1- les règles collectives de commercialisation sont précises...

A Tassoufî, les statuts prévoient que toute la production des adhérents doit être versée à la coopérative. Chaque membre de la coopérative apporte la même quantité pour satisfaire une commande. Mais chaque produit est traité à part, sans mélanger entre les lots des agriculteurs. Chacun engage ainsi sa responsabilité grâce à la traçabilité. Le prix de vente est décidé par les coopérateurs. Le bénéfice de la vente est réparti entre les producteurs et la coopérative pour ses frais de gestion.

2- ... mais demeurent des sources de dysfonctionnement possibles

Les adhérents sont inactifs et n'assistent pas aux AG et aux instances de décision. Les compétences des membres du bureau sont insuffisantes.

Un manque de transparence (ex donné de la coopérative Souktana avec une gestion « concentrée » entre le président et le trésorier.) ce qui a entraîné une défiance et le retrait de plusieurs adhérents.

Les modalités de création des coopératives ne sont pas jugées conformes par certains futurs membres. Les tendances politiques créent des problèmes au sein des coopératives.

Observations : L'éducation à l'action collective fait défaut, en particulier sur les modalités d'implication, de résolution de conflits... En l'absence de véritable expérience du travail coopératif, il y a toutefois une attente pour avoir les moyens de mieux structurer ce travail.

4. La Place des femmes et des jeunes au travail et dans la coopérative

1. Les femmes et les enfants travaillent tous aux champs et chacun tire son compte. En plus les femmes travaillent de toute façon dans la maison.
2. Toutefois un différend demeure pour certains agriculteurs qui contestent que les femmes vendent le safran aux marchands ambulants pour financer leurs proches achats. Cela fait baisser les prix.
3. Une bonne entente entre l'homme et la femme est la pièce maîtresse pour augmenter la production.
4. L'adhésion des femmes aux coopératives est en débat. Pour un grand nombre, ce sont les chefs de familles qui adhèrent aux coopératives. Les femmes, faute d'être propriétaires, ne peuvent adhérer. Cependant, certaines coopératives sont déjà mixtes.
5. Les jeunes renvoient une image contrastée : ils manquent de patience pour ce mode d'agriculture. Mais les jeunes sont plus ouverts aux conseils et s'adressent à M&D.

Observation : on constate une évolution progressive de la relation homme / femme dans les débats et dans les faits.

5. Le circuit de commercialisation et ses problèmes

1. Le prix du safran en hausse qui nous encourage aujourd'hui pour plus de production.
2. **Mais une concurrence déloyale** avec certains producteurs qui jouent également le rôle des intermédiaires, des sociétés qui achètent à bas prix, des grossistes qui fraudent avec la qualité et exportent la semence (bulbes) ce qui va détruire l'agriculture du safran à Taliouine et aussi avec les 3 à 5% de producteurs fraudeurs.
3. D'où **l'importance d'une production de qualité** par le respect de l'hygiène dans les diverses opérations, un séchage à l'ombre, la sauvegarde des composantes du filament, un emballage compatible, et la traçabilité pour lutter contre la fraude.
4. **Une forte opposition à la vente des bulbes** La vente des bulbes répond à la nécessité de besoins élémentaires (manger) mais la coopérative ne vend pas de bulbes. L'exportation des bulbes est très grave car il n'y aura plus de safran dans la région dans l'avenir. Une loi devrait interdire l'exportation des bulbes.
5. **Une méconnaissance de la filière en particulier des marchés internationaux.** Aucune connaissance du consommateur final (à qui est destiné le safran) et des marchés internationaux. « On est prêt à payer un billet d'avion pour chercher des commandes »
6. **Les coopératives et le festival ont valorisé le safran.**

Observation : là aussi, il faut hiérarchiser les problèmes évoqués et conclure sur la difficulté pour les producteurs de percevoir ou approcher les marchés internationaux.

6. Le besoin de liens entre coopératives

1. L'Union des coopératives valorise davantage le produit, le prix augmente et le bénéfice est plus conséquent.
2. Il faut créer une fédération entre toutes les coopératives pour imposer la même qualité à l'ensemble des adhérents. Début de coopération entre les coopératives pour l'élaboration du cahier des charges pour la sauvegarde du safran par une certification.

Observation : il s'agit plutôt d'inter coopération dans un premier temps. De bonnes idées sont avancées sur le renforcement du réseau de producteurs.

7. Besoins et attentes

1. Le savoir faire existe, la terre est propice, le produit de qualité. Il faut de l'eau, des expertises, des idées d'amélioration et des orientations.
2. Nécessité d'accompagner et d'aider les petits agriculteurs pour qu'ils ne soient pas obligés de vendre les bulbes.
3. Nécessité de former les membres des coopératives sur les nouvelles technologies de production (irrigation, pratiques culturales).
4. La lutte contre la fraude est mobilisatrice.

Conclusion générale

La population locale a souvent ses propres règles communautaires et de vie collective. La mise en œuvre de la filière Safran change la donne pour tous les acteurs (femmes, jeunes, producteurs).

En l'absence de véritable expérience du travail coopératif, la vision des coopératives est encore en débat sur bien des plans. Il y a toutefois une attente pour avoir les moyens de mieux structurer ce travail. L'organisation la plus appropriée est la coopérative au vu des résultats enregistrés par les coopératives ayant réussi grâce à l'aide du M&D.

Recommandations

1. **Accompagner les producteurs dans leur réflexion sur l'action collective en coopérative.**
2. **Promouvoir l'action collective par la mise en commun de ressources (pépinières, parcelles, infrastructures, eau...).**
3. **Élaborer des fiches pédagogiques (de la production à la commercialisation / action collective).**
4. **Travailler avec des jeunes en prenant en compte l'héritage communautaire.**

COMPTE-RENDU ET CONCLUSIONS DE L'ATELIER N°3

TOURISME ET TERROIR : QUEL DEVELOPPEMENT POUR LE TOURISME RURAL ? LA VALORISATION DES PRODUITS DE TERROIR PAR LE TOURISME

Animateur : Yannick GALLIEN, Président de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Rapporteur : Michel FAURE, Directeur du PRIDES CARAC'TERRES

Intervenants :

- Lucien GILLY, Maire de la commune et Fondateur de la maison de produits de terroir de Jausiers (04)
- Yves AUDOLI, représentant du Comité Var de la FFRP
- Abdellah AHJAM, président de la Fédération Tazeroualt

Ce compte-rendu a été élaboré à partir :

- De la table ronde et des échanges entre participants
- Des visites et rencontres avec les villageois à la coopérative de dattes d'Aguinen et au village de potiers de Taltgmoute

Les points essentiels qui en ressortent sont les suivants :

1. Une mise en réseau des initiatives, des projets et des acteurs, bien que nécessaire, n'existe pas

Les auberges rurales, les coopératives, les diverses associations existent et sont complémentaires, le potentiel est réel, mais ces structures n'agissent pas ensemble et ne se concertent pas. Pourtant, une mise en réseau entre ces entités est indispensable pour fédérer leurs énergies. Les différents participants et acteurs rencontrés admettent et souhaitent cette nécessaire mise en réseau.

Avant toute démarche, il conviendrait de faire un état des lieux des actions déjà engagées et des expériences réelles. Une solution à la mise en réseau pourrait être de s'inspirer des Pôles régionaux d'initiative et de développement de l'économie solidaire (les PRIDES).

2. Les infrastructures au service du développement touristique : les principaux points évoqués à ce sujet font ressortir la nécessaire réalisation d'infrastructures :

- D'assainissement : de tels réseaux sont à créer ou à améliorer. Si ces réseaux ont pour objectif de faciliter l'accueil des touristes, ils doivent avant tout profiter aux populations locales.
- De communication : les routes et moyens de communication doivent pouvoir être améliorés pour diminuer le temps de trajet et rendre les auberges accessibles. Cependant, ces moyens doivent eux aussi profiter aux habitants et désenclaver leurs villages, notamment en périodes d'accès difficile liées à des conditions climatiques défavorables.
- D'hébergement : ce réseau existe, les auberges créées sont relativement nombreuses et bien situées. Il conviendrait cependant de réfléchir sur une amélioration de la prestation et de l'organisation de l'accueil.

Cette analyse permet de voir que tout développement touristique adapté doit aussi faciliter et améliorer les conditions de vie des résidents habituels. Dans ce cas, le tourisme devient également un facteur de progrès et d'intégration. Il est voulu, et non subi.

3. La valorisation des produits de terroir par le tourisme

Tout d'abord, il convient de préciser que sans tourisme, la vente de produits du terroir est limitée. Il convient donc de rendre le territoire d'accueil attractif en le valorisant. A partir de cette valorisation qui génère une meilleure attractivité, la fréquentation de la clientèle deviendra une réalité. Dès lors, les produits du terroir (consommables ou objets d'artisanat) doivent pouvoir être mis en valeur. Ils deviennent « la marque de fabrique » du pays d'accueil qui est identifié à travers ses spécialités.

Une solution : la vitrine de ces produits de terroir peut-être la création de Maisons de pays ou de l'artisanat local ; ces structures permettent une meilleure promotion des produits locaux en facilitant leur vente en un point central et stratégique en terme de passage. Dans ce domaine, l'exemple de la maison des produits de terroir du pays de Jausiers a été très bien perçu et significatif (cf. annexe 3 : la maison des produits de pays de Jausiers).

La valorisation du territoire qui a facilité la valorisation des produits du terroir doit également pouvoir se réaliser grâce à l'acquisition de circuits de découverte. A ce sujet, l'exemple du projet de sentier de GRP étudié par la FFRP a été évoqué.

*Résumé de l'intervention d'Yves Audoli, représentant la FFRP
Assragh - 30 octobre 2009*

Les sentiers sont un élément essentiel du terroir : ils ont été tracés au cours des siècles par des hommes et des femmes qui les ont parcourus et les parcourent encore pour travailler, vendre leurs marchandises et en acheter d'autres, pour la transhumance des troupeaux, pour faire un pèlerinage...etc. Ils reflètent la vie de ces hommes et de ces femmes ainsi que l'histoire de leurs villages. En ce sens, les sentiers font l'âme d'un terroir. Il faut donc les pérenniser et les valoriser : la randonnée pédestre peut y contribuer.

Le volet technique : l'étude de faisabilité

A la demande de M&D j'ai fait au début de l'année dernière une reconnaissance sur le terrain pour voir s'il était possible de construire des étapes à partir des nouvelles auberges. Il ne suffit pas que les paysages soient magnifiques pour bâtir un programme de randonnée.

La mission a été réalisée avec un camarade en 3 jours et en 4x4 piloté par Mahjoub qui connaît le pays comme sa poche : elle a rendu une conclusion positive.

Ce n'était pas évident de prime abord car entre Taliouine et Aguinien les auberges se situent soit au nord soit au sud et sont malheureusement absentes au centre. Nous avons donc cherché et trouvé des hébergements chez l'habitant. Pour autant, il y avait entre Timdghart et Tamda une zone sans habitant. Alors nous avons contacté l'aubergiste d'Assragh qui a été d'accord pour prévoir à la demande l'installation d'un bivouac à Iguer-n-Imerghad.

Les étapes sont donc réalisables. Et finalement la conjugaison auberges / chez l'habitant / bivouac génère une diversité dans la randonnée d'autant plus appréciée par les marcheurs qu'ils souhaitent justement rencontrer la population des villages.

Mais nous avons fait une autre découverte : en examinant la carte et le tracé du sentier nous avons remarqué qu'il y avait une possibilité de faire une liaison entre Aouerst et Tamda.

Du coup, notre tracé devenait un 8 offrant aux marcheurs un choix de trois boucles :

- une *petite* au départ de Taliouine, via Tamda et Tagmout, de 5 à 6 jours environ,
- une *moyenne* au départ d'Aouerst via Tagourout, Aguinien et Tamda, de 9 jours environ,

- une *grande* au départ de Taliouine vers Aguien, de 13 jours environ.

Cette configuration représente un énorme avantage pour organiser une randonnée qui peut ainsi être calibrée en fonction du temps prévu pour le déplacement.

Il convient maintenant pour valider ces parcours et des petites boucles locales, dans le détail et à pied, d'organiser une mission particulière qui pourrait durer environ 18 jours.

Le volet commercial : la vente du produit

Il n'est pas suffisant de disposer d'un bon produit : il faut aussi le faire connaître et le vendre. La solution classique consiste à faire appel à un tour opérateur spécialisé en randonnée pédestre et qui s'appuie sur une agence réceptrice.

En tout état de cause, l'organisation commerciale doit respecter l'identité du terroir et favoriser les emplois locaux : guides, chauffeurs, caravaniers ...etc. Il y a là une réflexion très importante à conduire et l'objet de prochains travaux.

La FFRP n'a pas vocation à faire du tour-operating mais elle peut contribuer grandement à faire connaître le produit auprès de ses adhérents, environ 200.000, notamment grâce à son magazine « Rando Passion » et auprès du public en général par la diffusion d'un topoguide « Au Pays du Safran ».

Notre ami Khalil a fait une observation très pertinente dans la Lettre de M&D de l'an dernier en évoquant notre projet de sentier « ...*le premier chemin de Grande Randonnée de Pays au Maroc et en Afrique* ». Voilà la matière d'un reportage et d'une remarquable communication.

D'autres circuits, pratiqués par des guides locaux et /ou recensés par des étudiants de l'IUT Métiers de la montagne de GAP, porteurs d'une thématique différente, pourraient contribuer à la valorisation des territoires concernés. A ce sujet, 2 débats passionnés ont alimenté la réflexion :

- Le support d'une Via Ferrata est-il adapté ou non à ce type de valorisation ? (une étude de faisabilité a été réalisée pour M&D, quelques années auparavant concernant l'équipement de la falaise d'Assaragh)
- Des circuits en 4x4 sont-ils judicieux (pour ou contre le 4x4 ?) ou bien tout dépend t-il de l'attitude de leurs conducteurs ?

Ces débats sont restés sans réponse... et il n'y a pas de réponse « toute faite » à apporter.

4. Quelle promotion ? Quelle distribution ? Quelle commercialisation ?

Le produit existe ainsi que les infrastructures d'accueil, les supports de vente sont réels, certains circuits sont prêts, mais comme bien souvent, il manque les clients. Les clients sont absents parce qu'une vraie politique de promotion suivie d'une action de commercialisation font défaut.

Certains moyens sont cités « à la volée » :

- Internet : à partir de quelle entrée, quel portail ?
- Les conseils régionaux du tourisme : jouent-ils leur rôle ?
- La participation à des salons et autres foires.
- Un tour opérateur pourrait distribuer le produit tout en préservant son authenticité et sa spécificité.

5. Le rôle des collectivités locales

Sans soutien, sans stratégie de développement ou d'actions de ces collectivités, les initiatives isolées ont souvent du mal à émerger. Les élus doivent être porteurs et facilitateurs de projets de territoire, même si des associations en sont à l'initiative. L'exemple de Tiznit est présenté de manière positive sur ce plan (intervention d'Abdellah AHJAM et d'Abdellah IDELHAMD).

6. Quel tourisme développer, quel tourisme rural ?

Si le tourisme constitue une réponse économique, ce ne doit pas être la seule, sinon, il faudra créer un Disneyland de l'Anti-Atlas !

La mono-activité est toujours dangereuse. Il faut viser un tourisme intégré, un tourisme d'équilibre et d'harmonisation entre les différents secteurs d'activités économiques : agriculture et production rurale, artisanat, bâtiment, services et tourisme. Ce tourisme doit être mis en œuvre par et pour les populations locales afin que les retombées économiques puissent leur profiter au maximum.

LES PRECONISATIONS du groupe

1. **La mise en réseau** : celle-ci est absolument nécessaire et souhaitée pour l'ensemble des acteurs concernés
2. **La validation du circuit de randonnée pédestre** : celui-ci aura ensuite valeur d'exemple et d'entraînement
3. **La création de produits-circuits et séjours supplémentaires reposant sur deux thématiques** : culture et découvertes
4. **La création ou le renforcement d'un réceptif local** pourront permettre le développement des séjours et des circuits créés
5. Créer une ou plusieurs **Maisons de pays**, avec selon le lieu, une appellation « phare » : Maison pays de safran, de la Rose, de l'argan ; chacune de ces maisons distribueront les produits des autres pays
6. Faire du **Festival du safran un produit d'appel** : la marque du territoire
7. **Favoriser une politique de formation** accompagnée par M&D dans les domaines de l'accueil touristique, de l'animation et de l'accompagnement de groupes, de la valorisation des produits locaux...
8. **Favoriser l'implication des institutions marocaines chargées du développement touristique ainsi que des collectivités locales**

DES ACTIONS AU SERVICE DES RECOMMANDATIONS

Le PRIDES CARAC'TERRES Tourisme de territoire a été créé en région Provence-Alpes-Côte d'Azur ; c'est un réseau qui, grâce à des financements de la région représente un levier économique au service de ses adhérents. M&D est adhérente du PRIDES CARAC'TERRES, ainsi que la Fédération Française de Randonnée Pédestre (délégation VAR) ; les actions conjuguées de ces 2 structures génèrent de l'activité économiques des 2 côtés de la Méditerranée. Dans ce cadre, le PRIDES peut appuyer et favoriser certaines actions :

- a. Prise en charge d'une mission de 2 personnes sur 15 jours afin de tester, **vérifier et valider le circuit de randonnée pédestre pour le rendre visible au 2^{ème} trimestre 2010**. Cette mission pourra former un guide marocain à l'accompagnement de groupes futurs
- b. **Intégrer au portail internet du PRIDES CARAC'TERRES les produits créés** (circuit pédestre) et à créer, avec vente en ligne et répercussion sur le réceptif local

- c. **Création ou renforcement d'un réceptif local** ; en relation avec M&D, le PRIDES CARAC'TERRES peut accompagner, faciliter, renforcer la mise en place d'un réceptif à Taliouine ; ce réceptif aurait pour objet d'organiser des circuits et séjours créés et vendus par une structure de type TO associatif et solidaire. **Un échange professionnel franco-marocain** avec une formation adaptée pourra être organisé afin de faciliter cette démarche.
- d. **Promotion et commercialisation du Festival du safran** : pour la prochaine édition du festival du safran, une action de promotion-information sera réalisée par le PRIDES – conjointement, un ou deux groupes de 12 à 20 personnes se verront proposer un produit Festival du safran avec un circuit découverte.
- D'autre part, afin de faciliter l'éventuelle création de Maisons de pays de terroir, **le Maire de Jausiers et Conseiller régional de la vallée de l'Ubaye propose de recevoir une délégation de marocains** qui pourrait s'inspirer, lors de sa mission, du concept « Maisons de pays » afin de le transposer avec une adaptation.

CONCLUSION

En terme de parabole, nous pourrions dire que nous sommes « dans le film du Tourisme » puisque :

- nous avons les décors
- les lieux de tournage avec hébergement
- les ressources et les paysages naturels
- les figurants
- les acteurs
- le scénario

Mais il manque le metteur en scène qui doit faire vivre ce potentiel et mettre en synergie l'ensemble des acteurs et aussi le producteur afin de favoriser la distribution du film dans les salles : la politique de promotion, commercialisation.

LE PAYS DU SAFRAN, SOCLE D'UN TOURISME DE VALEURS

BENHALIMA Hassan

Chercheur

Ex-Doyen de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines

Agadir -Maroc

INTRODUCTION

Dans le cadre de la 3^e édition du Festival du safran qui s'est tenue du 29 octobre au 1^{er} novembre 2009 à Taliouine (Province de Taroudant, Région du Souss - Massa - Draa) et à l'issue du Forum sur l'Économie Sociale et Solidaire, des ateliers avec des visites de terrain furent organisés autour de thématiques diverses, dont celle se rapportant au développement du tourisme rural et son articulation avec la valorisation des produits du terroir.

Cette approche du territoire safranier à travers le tourisme patrimonial a ciblé trois villages situés sur les marges orientales de l'Anti-Atlas, à mi-chemin entre Taliouine et Tata et à deux heures de piste d'Agadir Melloul, à savoir les douars de Taltgmoute, Assrargh et Aguinan.

En dépit des difficultés d'accessibilité du terrain, la visite de ces hauts lieux de la géologie du précambrien, de la biodiversité et de l'organisation paysanne communautaire, ne laisse pas indifférent le chercheur, le touriste ou le randonneur en quête d'espaces sauvages et d'émotions fortes.

En effet, un séjour – aussi court soit-il – dans ces contrées enclavées, ne manque pas de susciter chez le visiteur, une sensation d'émerveillement face à la splendeur du paysage minéral et la dignité d'une population modeste, mais accueillante et généreuse. Cette tournée, m'a inspiré quelques impressions que je tiens à livrer en vrac à l'occasion de la restitution des travaux de groupes mobiles, en remerciant vivement M & D de m'avoir offert cette opportunité.

1. LA ZONE DE TALIOUINE : PAUVRETE DES RESSOURCES, PRECARITE SOCIO-ECONOMIQUE ET GENEROSITE DE CŒUR DES HABITANTS

1.1. Contraintes et atouts du territoire safranier

Le pays de Taliouine, situé dans le Jbel Siroua, à la jointure du Haut Atlas et de l'Anti-Atlas, est une zone de montagne dont les ressources naturelles sont limitées. L'extrême complexité du relief de cet espace et le caractère semi-aride du climat, expliquent l'exiguïté du terroir agricole et la grande dispersion des sites cultivés et ce en fonction de la disponibilité des points d'eau (sources, puits, cours d'eau saisonniers...) et des sols agricoles qui leur sont liés. En dépit de ces contraintes, les familles paysannes ont réussi à s'adapter et à maintenir, dans le cadre de leurs villages, des traditions communautaires très solides, qui leur ont permis de préserver la biodiversité et de développer une agriculture de subsistance, basée sur des cultures irriguées et en bour, associée à un élevage extensif de caprins et d'ovins. Toutefois, l'une des particularités de ce système est de consacrer une place de choix à la culture du safran, qui reste dans ce cas un produit spécifique à haut potentiel commercial et qui fait de Taliouine le plus important centre de production du « zaafrane » au Maroc. L'artisanat aussi, constitue un appui appréciable dans cette économie de subsistance, particulièrement la poterie et le tissage des tapis.

Les transferts d'argent par les émigrés et la participation de ces derniers comme support de l'économie rurale locale et l'engagement de M&D avec des partenaires institutionnels et la société civile pour soutenir plusieurs projets de développement, ont contribué à désenclaver relativement cette zone et à lui insuffler une certaine dynamique, en mettant à profit les traditions d'entraide et de solidarité de la communauté villageoise locale.

1. 2. Capital humain et développement : les faiblesses et les forces

Il est à remarquer que ce territoire est classé aujourd'hui parmi les régions les plus pauvres du pays. Comme l'a signalé l'un des consultants de la F.A.O. à ce forum, l'indice de pauvreté y atteint 34% contre 14% pour le pays, soit plus que le double de la moyenne nationale. Cette précarité est liée à plusieurs déficits, notamment en matière d'emploi, d'accès à l'éducation et la santé, d'infrastructures de communication, d'équipements de transformation et de conditionnement... Les efforts déployés ces dernières années par les associations, les collectivités locales et les pouvoirs publics, notamment dans le cadre de l'Initiative Nationale de Développement Humain, viennent confirmer le retard accusé par ces régions périphériques dans différents domaines.

Toutefois au-delà des carences constatés sur le terrain et des aspects quantitatifs précédemment signalés, la visite du pays safranier laisse transparaître une impression de sérénité et de bien-être relatif chez les villageois, et que trahissent parfois certaines statistiques qui peuvent induire un niveau de dénuement extrêmement élevé. En fait, en dépit de leurs conditions matérielles difficiles et de leur sentiment d'enclavement géographique et de marginalisation, les habitants que nous avons rencontrés et vus à l'ouvrage, laissent dégager une grande richesse intérieure, faite de dignité, de fierté et de savoir-faire.

2. UN HERITAGE COMMUNAUTAIRE RICHE EN SAVOIR-FAIRE ET OUVERT SUR LE FUTUR

2. 1. Communauté villageoise et construction des paysages agro-culturels : de la Jmaâ à la mobilisation citoyenne

Parmi les aspects qui interpellent dans ce pays, il faut relever d'abord la grande ingéniosité humaine qui a présidé pendant des siècles à la construction des paysages agro-culturels, et ce en terme d'exploitation raisonnée des ressources disponibles et d'aménagement rationnel de l'espace agricole et d'habitat, d'autant que les conditions naturelles sont plus que contraignantes et imposent des modes d'organisation et de gestion fondés sur l'équité sociale et la parcimonie.

Derrière cette construction paysagère et l'économie sociale et solidaire qui l'a sous-tend, se profile en réalité un héritage communautaire très riche, fondé sur des repères culturels solides et des valeurs de labeur, de partage et d'entraide villageoise. Ainsi pour assurer leur subsistance dans un milieu aussi hostile et cloisonné et tirer le meilleur profit des ressources disponibles, les habitants du pays du safran se sont toujours mobilisés dans un cadre communautaire, en se pliant à des règles de travail acharné et assidu. Ce qui imposa dès le départ des formes d'entraide au sein du groupe (tuiza) et surtout la mise en place d'une assemblée représentative appelée Jmaâ qui est un organe de régulation, de gestion des ressources et de mobilisation des hommes au profit de l'entité villageoise. Avec l'émergence de l'administration moderne et le nouveau découpage territorial à l'ère de l'Indépendance, cette institution traditionnelle perd de ses prérogatives d'antan et se trouve remplacée par la commune rurale. L'aspiration à la participation et à la démocratisation des prises de décisions et de leur mise en œuvre, a fait que les périphéries ont commencé à réclamer le droit à l'équité dans les interventions publiques. D'où l'apparition de nouvelles formes de redéploiement social à caractère citoyen cette fois ci, telle que la création d'associations et de coopératives en vue de pallier les carences au niveau local (enclavement géographique d'abord, manque d'infrastructures, mobilisation des ressources face à la désertification et au tarissement des sources...). Ce mouvement citoyen a été à l'origine de plusieurs partenariats entre l'Etat, les collectivités locales, la société civile, les organismes de développement humain et certains bailleurs de fonds étrangers. La femme rurale, malgré un taux d'analphabétisme élevé, est une actrice importante dans ce système, auquel elle participe activement en tant que femme au foyer d'abord et en tant que productrice agricole et d'artisanat domestique ensuite, et ce rôle se trouve renforcé davantage en l'absence d'un mari migrant, ce qui est le cas de plusieurs foyers.

Il est à signaler à ce propos que de nombreux émigrés sont associés à ces efforts de développement, soit en contribuant au financement des équipements collectifs, soit par la réalisation de projets

d'intérêt local (construction de demeures, auberges, petits commerces, transports...)ou le transfert d'argent à leur famille restée dans le bled.

2.2. Une culture ancestrale de gestion de la pénurie

En effet, en dehors des zones bour, le système agraire dans les douars est basé sur des cultures irriguées, utilisant des techniques judicieuses de mobilisation de l'eau et de protection du sol. La rareté de la terre arable par exemple a poussé les paysans à aménager les versants pour y construire de minuscules lopins étagés. Ce cas est illustré par l'oasis d'Aguinan qui offre un paysage majestueux de terrasses accrochées aux flancs d'une profonde gorge, qui s'ouvre en amphithéâtre vers le sud, et le long de laquelle s'égrène une série de hameaux suspendus, occupant en général les parties incultes et accidentées.

L'acheminement de l'eau vers les terrasses et sa distribution selon des procédés techniques régis par le droit coutumier, est un autre indicateur de cette gestion de la pénurie. Dans les petits périmètres irrigués, où le réseau des canaux (séguias) n'est que la projection de l'ordre social local, le système de culture est très intensif et exige l'usage de fertilisants naturels, ce qui autorise des rendements élevés et permet une polyculture étagée, basée sur le palmier dattier qui joue le rôle de régulateur thermique pour les cultures qui l'accompagnent comme les autres arbres fruitiers, la céréaliculture, le maraîchage et les cultures fourragères destinées à l'élevage en stabulation. Si le safran reste le symbole du pays de Taliouine-Taznakht, les terroirs et finages villageois que nous avons visités abritent divers produits spécifiques comme l'amande, l'huile d'olive, les dattes, les grenades, le miel - tous des produits biologiques - et une végétation spontanée constituée de câprier et de plantes aromatiques et médicinales. A l'exception d'une coopérative spécialisée dans le conditionnement des dattes à Aguinan, la valorisation de ces produits du terroir reste rudimentaire, voire inexistante comme c'est le cas des plantes médicinales dont la transformation échappe aux populations locales et est le fait d'entreprises étrangères à la région.



Dattes d'Aguinan



Potier du village de Taltgmoute

Quant à l'artisanat rural, il constitue une activité d'appoint qui complète l'agriculture. Toutefois le village de Taltgmoute semble vivre essentiellement de la poterie dont la production très florissante naguère, a du mal à être écoulée aujourd'hui sur le marché, et ce en raison de la concurrence des produits modernes et du manque d'innovation. D'où l'urgence d'une mise à niveau des artisans potiers et la nécessité de faire évoluer leurs produits en terme de design et de marketing et de veiller à transmettre leur savoir-faire aux générations montantes.

3. UN CAPITAL HUMAIN RICHE EN SAVOIR-ÊTRE ET SAVOIR-VIVRE

3. 1. Un savoir-être bien enraciné

Cet héritage communautaire ne s'arrête pas uniquement à cette capacité de mobilisation et de gestion des ressources et de l'espace au profit des villageois.

Il concerne également la gestion des conflits et des rapports sociaux, d'où l'enracinement d'un savoir-être qui implique un sens de responsabilité accru et un code de conduite au sein de la société,

basé sur l'effort, la participation, le respect d'autrui, la pudeur et la non dilapidation des ressources, même si des comportements et aménagements laissent présager d'une pénétration en douceur de nouveaux systèmes de valeurs, influencés par le modèle urbain et occidental de consommation, notamment par le biais des migrants et des médias.

3. 2. Du savoir-survivre au savoir-vivre.

Enfin le savoir-survivre dans un environnement aussi difficile et précaire est ce qui résume le mieux le degré d'évolution d'une société et sa capacité à transformer son génie d'adaptation en art de vivre. Ce dernier se décline à travers la simplicité et la sobriété des villageois, ainsi qu'à travers le mode d'habiter et d'organiser l'espace domestique, la décoration, le costume et les parures, la cuisine et l'art de recevoir avec tout son rituel associé à la cérémonie du thé et la dégustation de la cuisine locale à base de couscous et de tagines aux légumes du terroir. Les événements festifs sont également l'occasion de découvrir toute la richesse de l'art de vivre local, surtout que la fête est un temps fort où se conjuguent les traditions d'accueil, de cohésion sociale et de partage et où la chaleur humaine et la convivialité l'emportent sur l'artifice.

3. 3. Société rurale et valeurs d'hospitalité et de générosité

En effet, en rendant visite chez les membres des coopératives de poterie et de conditionnement des dattes ou en séjournant à l'auberge d'Assrargh, nous avons été très sensibles à l'accueil chaleureux que nous ont réservé les habitants et relevé surtout les gestes de générosité qui ont marqué notre passage. C'est dire le grand intérêt qu'accordent les villageois à la qualité des rapports humains et particulièrement quand il s'agit de recevoir l'autre, avec lequel, dans un esprit de tolérance et d'ouverture, on privilégie l'échange et la communication.



Rencontre à la coopérative dattière d'Aguinan



Pique-nique organisé par l'aubergiste d'Assrargh

4. PROMOUVOIR UN TOURISME DE VALEURS ET DE RESSOURCEMENT BASE SUR LA RICHESSE DU PATRIMOINE LOCAL ET LES EXPERIENCES ENDOGENES DE DEVELOPPEMENT

4. 1. Des paysages variés et contrastés : une mise en scène fascinante

Dans ce pays safranier où l'agriculture reste l'ossature principale, l'agro-tourisme et l'artisanat peuvent constituer une ressource d'appoint non négligeable pour la population, surtout que la région est un assortiment riche en couleurs, en formes, en sons, en goûts, en saveurs et en symboles.

Regorgeant de paysages contrastés, de repères identitaires très forts et d'une multitude de chantiers de développement, ajouté à la générosité de cœur de ses habitants, ce territoire présente en effet de grandes opportunités pour l'émergence d'un tourisme doux et solidaire, basé sur l'appréciation d'un patrimoine physique et civilisationnel très riche et la consommation de produits de terroir et d'artisanat variés.



Tagadirt d'Assrargh



Palmeraie d'Aguinan

En effet tout y invite à la découverte et la contemplation. Il y a d'abord le chaos minéral anti-atlastique dont la palette de volumes, de teintes et de textures des roches, constitue une source d'émerveillement permanent des sens. La limpidité totale du ciel, la pureté de l'air et le calme absolu de la nature, synonymes de sérénité, sont un appel constant à la méditation.

Le contraste entre le substratum rocheux désincarné et le tissu de jardins et de rayures d'eau étagés que surplombe une architecture de pierres et de terre tatouée, est une facette non moins attrayante de ce paysage noyé de lumière à la lisière du présahara. Le besoin de se ressourcer dans un tel milieu et l'envie de découvrir des sites qui allient beauté, traditions et qualité de vie, sont autant d'atouts qui renforcent l'attractivité de ce pays.

4. 2. Territoire safranier et identité culturelle multiséculaire : une source d'attractivité

Par ailleurs la richesse du patrimoine matériel et immatériel attribue à cette région une authenticité et une identité très fortes, au point qu'en parcourant le terrain, on ne manque pas de découvrir un éco-musée ouvert en permanence. Pour s'en convaincre, et en dépit des mutations diverses qui affectent la société et les noyaux villageois anciens en proie à l'éclatement, il suffit de contempler l'organisation minutieuse des terroirs et des systèmes de culture et d'irrigation, l'esthétique de l'architecture traditionnelle écologique et intégrée au paysage, l'organisation des ruelles, les maisons, leur ordonnance, les éléments de décor extérieur (fer forgé, portes ouvragées...), les équipements communautaires et les lieux d'emmagasinage et de conditionnement des produits du terroir... Omniprésente, la culture populaire marque également de son empreinte les hommes et l'espace. Elle est véhiculée à travers toutes les formes d'expression (langue amazighe, chant, musique, danse, poésie, maçonnerie, henné, artisanat, signes...). Ce sont la prise de conscience par les acteurs villageois de la richesse de leur environnement physique et culturel et la volonté de faire du tourisme rural une activité créatrice d'emplois et génératrice de revenus, qui expliquent la multiplication récente des auberges à travers cette zone et l'identification de circuits de grande randonnée, et ce afin de drainer les amateurs d'aventure et d'évasion, même si l'afflux touristique reste pour le moment très limité en raison des difficultés d'accès.



Tapis du village de Tizgui



Panier de fleurs de safran (récolte 2009)

CONCLUSION

Grand levier de développement, cet héritage aux multiples facettes, n'aurait pas résisté à l'usure du temps, s'il n'existait une grille de valeurs, à travers laquelle les villageois ont réussi à maintenir une civilisation rurale solidaire, authentique et préservatrice de diversité biologique et culturelle et de dignité humaine. A l'instar d'autres éco-systèmes similaires et en dépit des mutations et des carences enregistrées, cet exemple de construction et de pérennisation d'un système agro-culturel en milieu hostile, avec une âme et une qualité de vie incontestables, mérite d'être perçu par les touristes comme une échelle de réflexion pertinente et ce à la lumière des dérèglements de toutes sortes que connaît notre planète et qui sont le fruit de pratiques et de dérives de systèmes de production et de consommation peu soucieux du développement durable et des valeurs qui le sous-tendent. De la même façon, l'expérience de valorisation du territoire safranier à travers de multiples projets et l'effort de leur prise en charge par les acteurs eux-mêmes, sont dignes d'être médités et saisis par les visiteurs, notamment ceux sensibles aux problèmes de développement, comme une piste de solutions endogènes et une leçon d'écoute et de proximité avec le terrain.

D'où le grand intérêt de miser dans ce territoire, sur la promotion d'un tourisme de valeurs sociétales, qui tout en respectant l'environnement et les cultures locales, devrait rapprocher les hommes et mettre en relation des voyageurs en mal de quiétude et de méditation avec des espaces chargés de mémoire et de valeurs et des villageois porteurs de culture et de projets de développement.

A l'ère de la globalisation et du nivellement culturel, nous devons saisir cette opportunité pour redonner vie à ce potentiel, le revaloriser et le faire découvrir aux populations concernées et notamment aux jeunes générations, pour qu'elles se le réapproprient, sans omettre de le faire apprécier par les touristes nationaux et étrangers avides de ressourcement. Visant à améliorer les conditions de vie des villageois et à renforcer leurs capacités de développement économique, social et culturel et de préservation de l'écosystème montagnard, cette stratégie exige pour son franc succès, d'avantage de mobilisation et de synergie entre les partenaires concernés et tous ceux qui portent le développement local et solidaire du pays safranier dans leur cœur.

ACQUIS DU FORUM ET ORIENTATIONS STRATEGIQUES

La richesse de ce 2^{ème} Forum de l'Economie Sociale et Solidaire est évidente et valide la démarche de travail adoptée. La 1^{ère} journée a permis de s'approprier une impressionnante production de connaissances scientifiques et techniques sur la filière du safran. Cet apport des chercheurs mobilisés par la FAO, sans oublier l'INRA, l'OMRVA, l'Université Ibn Zohr, l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier et la division de la labellisation du Ministère de l'Agriculture est un atout fort au service de notre démarche. Nous saluons aussi la présentation de la région du doyen Benhalima qui, avec brio, a brossé une vision fouillée des rapports liant les hommes et leur territoire. Ils ont façonné au fil des siècles « une économie de la pénurie ». « Leur dignité, leur savoir faire, leur savoir être, leur savoir vivre, sont autant de valeurs sur lesquelles le développement local du territoire doit s'appuyer au service de ses habitants en valorisant leur patrimoine ».

Les 3 ateliers itinérants et la démarche d'enquête participative adoptée nous ont par ailleurs permis de confronter le diagnostic des experts en allant à la rencontre des populations rurales. Autant de temps d'échanges et de dialogue qui ont alimenté notre réflexion sur la dimension humaine de cette région du safran. Ils ont permis de bien cerner les questions en suspens comme l'illustrent les comptes rendus. Ils tracent de futures pistes de travail qu'il faut transformer dans un véritable plan d'action. Migrations & Développement « entend bâtir cette feuille de route en lien étroit avec les associations villageoises existantes et les coopératives, et, au-delà, en mobilisant d'autres partenaires ».

Dans l'immédiat, nous donnerons la priorité à la publication des Actes de ce 2^{ème} Forum de l'ESS, car notre responsabilité est de partager avec d'autres l'information. Nous entendons rapidement communiquer notre diagnostic issu de ce Forum et relayer les questions des populations rurales et leurs attentes aux collectivités locales intéressées, aux Autorités régionales ainsi qu'au Ministre de l'agriculture.



Un intérêt renouvelé pour le forum de l'ESS de Taliouine

Safran : Une stratégie partenariale au service du développement local intégré

La place des Pouvoirs Publics a fait l'objet d'une première discussion. L'absence du Ministre de l'Agriculture présent lors des deux précédents Festivals du Safran, a été regrettée par les participants.

Peut-on parler pour autant d'un désintérêt des Autorités ? Un participant a rappelé que le safran, dans le cadre du « Plan Maroc Vert », est un des produits recevant toute l'attention de la région. Le Président du Conseil Régional a visité les producteurs puis est venu au festival ; il donne un intérêt particulier au développement des produits de terroir. De même, l'INRA a intégré le safran dans son programme régional de recherche à la suite des orientations du Ministère de l'Agriculture. Dans la

continuité de l'application de cette politique, deux conventions ont été signées avec l'ORMVA d'Ouarzazate lors du festival : l'une avec l'INRA et l'autre avec Migrations & Développement. Autant de points d'appui pour bâtir des synergies. Le développement est l'affaire de tous a-t-il été rappelé.

Parallèlement à l'engagement des producteurs, des ONG, des collectivités, l'État, par le biais du Plan Maroc Vert, a évolué sur son approche de développement des produits de terroirs. Il a publié des nouveaux textes de lois qui vont dans le sens de protéger et valoriser ces produits. Mais aucune loi ne sera appliquée si elle n'est pas appropriée par les producteurs et les intermédiaires. M&D se retrouve alors face au défi de former et mobiliser les producteurs et les coopérateurs pour construire les cahiers des charges ; défi qu'il n'est pas aisé de relever. Il y a encore une forte attente des populations rurales vis à vis de l'État et de ses services, notamment pour la lutte contre la fraude.

Si l'on se réfère maintenant au développement touristique de la zone, un participant rappelle qu'il est indispensable que le Ministère du Tourisme et ses Délégations Régionales s'intéressent au tourisme de proximité au delà des grands hôtels.

Il faut saisir l'opportunité du Festival pour que les producteurs, les coopératives, les associations, tous ceux qui s'intéressent au safran, échangent avec les structures du Ministère et les sollicite pour prendre part aux programmes en cours et en lancer de nouveaux.

En résumé, on voit bien que ce « n'est pas du jour au lendemain qu'on change les choses. Il faut du temps. On est dans une phase de transition. L'État ne peut pas tout, il va falloir bâtir une force locale pour réaliser les projets. »

Le rôle des élus et des collectivités, les plans de développement locaux

L'expérience de la région de Tiznit donne à réfléchir. La ville de Tiznit s'est impliquée comme le rapporte le représentant de la Fédération Tazeroualt. Après plus d'une année de concertation, un centre d'information touristique s'est mis en place avec la commune de Tiznit. Il y a un marché collectif avec des boutiques solidaires pour les artisans, les producteurs locaux. « A l'inverse, on ne voit pas le logo de la municipalité de Taliouine sur l'affiche du Forum ».

Le festival de Taliouine a été initié, encouragé par M&D, mais les collectivités locales qui sont responsables du développement local doivent poursuivre ce travail. Des structures existent dans différents endroits, une coopérative, une association, une auberge, une maison d'hôtes. « Tous les ingrédients de développement local sont là ; les valeurs sont là ; mais la collectivité manque ». Il faut s'atteler à mettre en réseau, en synergie les différents acteurs locaux. « Les collectivités sont un acteur déterminant du développement local, elles doivent pleinement jouer leur rôle ».

Il faut se saisir de l'opportunité offerte par la récente charte de développement local qui confie aux communes la mise en place d'un plan de développement communal (PDC) sur 6 ans. Il est souhaitable que les réflexions et les pistes soulevées dans les 3 ateliers s'inscrivent dans des PDC et que les territoires s'approprient ces initiatives ; M&D ne peut être seul à se poser ces questions a-t-il été rappelé.

Vers un festival du safran à vocation d'outil commercial

M&D a été à l'origine de ce festival. Elle a choisi de ne plus être en première ligne pour permettre aux collectivités et aux Autorités d'exercer leurs responsabilités. Certaines limites apparaissent cependant. On a constaté cette année à travers un sondage parmi les exposants, un décalage entre les volontés des exposants et des Autorités. Au-delà de l'événement et de la présence des personnalités importantes de l'État, les agriculteurs ont la volonté de faire du festival une initiative durable. Comment faire pour que les acteurs locaux se réapproprient le festival ?

M&D doit réajuster son intervention pour « la rendre plus proche des agriculteurs et aussi pour transformer ce festival en outil commercial ». Le défi étant que lors voyages organisés depuis les villes marocaines tout comme depuis l'étranger, les visiteurs trouvent à Taliouine une zone commerciale durable où les agriculteurs y trouvent leur compte.

Il ya là des pistes qui peuvent renouveler les rapports entre les agriculteurs et les Autorités. L'intervention de l'État permet d'avoir plus de moyens matériels mais les agriculteurs doivent être motivés et autonomes dans leur action

Faciliter les conditions d'émergence d'un mouvement coopératif puissant

Nous sommes dans un pays de tradition d'entraide. Avec les coopératives, on est en présence de nouvelles formes d'entraide. « Le temps de la coopération entre agriculteurs est venu et rien n'est plus puissant qu'une idée qui vient en son temps » énonce un participant. On doit donc accompagner cette aspiration car il y a un grand besoin d'organisation. Comment travailler pour faciliter le développement durable ?

Le terme même de coopérative peut être trompeur. Une intervention rappelle que certaines coopératives ne le sont que de nom. Cela interroge la responsabilité de la Tutelle administrative (ODECO), amenée parfois à donner des autorisations à des coopératives qui n'ont pas de terres. Ces coopérateurs là ne sont pas vraiment des producteurs. Certains d'entre eux étaient néanmoins présents dans les stands du festival cette année. Ce sont des intermédiaires commerciaux comme les autres, mais derrière leur étiquette de coopérateurs. Ce problème local ne relève pas du Ministère mais doit être résolu localement.

Plus généralement il faut que les coopératives existantes et les coopérateurs intègres se mobilisent pour mettre en route des coopératives qui aient un sens : une coopérative ne doit réunir que ceux qui ont le souci que le produit soit valorisé, protégé, vendu.

Quel est le type d'organisation des producteurs le mieux adapté ? La réponse est en débat. L'association et la coopérative trouve certaines limites dans leur fonctionnement. Le point de départ de la discussion montre que tout tourne autour de la **confiance**. Une petite coopérative ne peut s'attaquer au commerce international. Inversement, dans une très grande coopérative, les adhérents ne se reconnaissent plus dans les gestionnaires de la coopérative. Face à ce dilemme, il faut vraisemblablement imaginer de procéder par étapes : prévoir le développement de coopératives locales qui ne dépassent pas la taille du village et bâtir ensuite un niveau de regroupement qui soit capable de rivaliser avec les autres acteurs du marché national et international

Cette stratégie demandera du temps rappelle le représentant du pôle Économie Sociale et Solidaire du PCM. En effet, les contacts sur le terrain montre que parallèlement à des coopératives où la confiance règne, et où la gouvernance est efficace et équitable, « d'autres projets butent sur du non dit », qui limite la possibilité d'une aide extérieure par M&D par exemple. Autre difficulté, dans des projets en cours, on constate que « les règles du jeu ne sont pas connues de tous et ne peuvent s'appliquer ». Les agriculteurs désirent une coopérative pour obtenir des prix forts à la vente mais ne voient pas les contraintes d'organisation, de gestion et de participation. « Ils ne sont pas encore au stade où ils pensent s'unir pour être plus rentables ». L'évolution sera lente et progressive pour que tous prennent conscience des droits et des obligations dans la constitution de la coopérative.

Les conditions d'émergence d'une nouvelle coopérative sont essentielles. Mais plus fondamentalement, il faut se rappeler que le mouvement de coopération repose sur des valeurs conclut un expert du mouvement coopératif. Au-delà de la diversité des formes (production, commercialisation, etc...) il s'agit d'un même système de valeurs. Il ne s'agit donc pas simplement, lors de la mise sur pied d'une coopérative, de créer une organisation sans évoquer un mouvement avec un ensemble de valeurs.

Professionaliser la filière de commercialisation

... avec des managers ayant une vision du marché international

Comment garantir cette force du safran de Taliouine liée à sa qualité ? Les agriculteurs lancent un appel à l'aide. Certains producteurs répondent qu'il faut « professionnaliser nos coopératives ». Il ne s'agit pas de sous-estimer cette réponse générale. Mais, rappelle le directeur de l'INRA d'Agadir, face

à un marché international très compétitif, il faut des managers de qualité. Prenons exemple sur la COPAG qui a à sa tête un manager « visionnaire ». La filière safran soit se doter d'un manager professionnel d'une certaine qualification, d'une certaine carrure, qui ait une vision à long terme pour promouvoir, protéger et donner sa vraie valeur à ce produit. Il ne doit pas y avoir de place aux intermédiaires sans vision.

... et des circuits directs avec les grossistes sur le marché marocain

Les efforts de prospection se sont concentrés sur les acheteurs européens, français, italiens... avec un effet bénéfique, les prix sont montés et les commandes pour cette année couvrent presque la totalité de la production. Il est temps de s'intéresser au marché national affirme le Président de la Coopérative d'Askaoun.

Faire venir des acheteurs marocains à un « festival digne de ce nom », nécessite une campagne pour faire venir des intermédiaires et les mettre en relation directe avec les coopératives. « L'enjeu est d'éliminer de fait les fausses coopératives ». Celles-ci, qui ne sont pas constituées de producteurs, n'auront plus de produits à acheter à des producteurs. Il faut travailler à la fois pour avoir des coopératives dans chaque village qui captent la production et en même temps des acheteurs qui viennent acheter directement aux coopératives.

La sensibilisation sur les labels

Une chercheuse de Montpellier constate que les agriculteurs rencontrés sont prêts à se concerter dans le cadre d'une fédération pour construire un cahier des charges et trouver un label protecteur du safran de la région. Ce cahier de charges devra s'élaborer avec des critères très sévères et des exigences de qualité sur toute la filière du safran. Cela éliminerait les coopératives illégales ou fantômes car toutes les coopératives qui adhèrent doivent répondre à ces exigences.

Il faut mener un travail de sensibilisation des autres agriculteurs à cette appellation d'origine en s'appuyant sur la récente publication de la loi sur l'identification géographique. Des réunions sont en cours actuellement avec des agriculteurs et des intermédiaires pour construire le cahier des charges. Nous sommes ici au cœur de la mobilisation des agriculteurs, pour recueillir leur avis et leur permettre de garder la maîtrise de la filière par ce cahier des charges.

Des voies nouvelles pour le tourisme rural

Le débat se noue autour d'une expérience relatée par la représentante du Cefir qui intervient avec ses partenaires locaux dans le Moyen Atlas en liens étroits avec les délégations du tourisme. Dans cette province, le Ministère développe une vraie démarche centrée sur la création de « pays touristiques » qui amène les partenaires locaux à s'interroger sur leur place de partenaires reconnus. Cette démarche du tourisme insérée dans le développement local ne paraît pas être la préoccupation majeure dans la région de Taliouine pour un autre intervenant.

Il vaudrait mieux parler « de tourisme communautaire » comme axe de travail précise un autre intervenant du Moyen Atlas. Il faut inviter la collectivité à gérer son propre tourisme, à régler ses problèmes de coopérative en s'appuyant sur les savoir-faire locaux (répartition de l'eau, etc.). Cela pourrait être un thème de réflexion pour le prochain forum.

Un professionnel du tourisme solidaire présente l'approche fondée sur les liens entre cette forme de tourisme et le patrimoine qui constitue la vraie richesse d'un pays. Ceux qui savent vendre le patrimoine à l'étranger, avec une démarche « marketing », sont souvent les gagnants et les locaux sont les perdants. Cela est à l'opposé d'une vraie démarche qui consiste à proposer de découvrir ce qui est une vraie richesse. Cette problématique est au centre des échanges du Forum International du Tourisme Solidaire qui se tient tous les 2 ans. Cette problématique commence de se structurer avec la production d'une charte disponible sur le site : www/fits.com.

Intervention finale du comité d'organisation de M&D

Les acteurs locaux, et avant tout la population des douars, jeunes inclus, ont une conscience aigüe des contraintes. Ils ont aussi la volonté de mettre en place des solutions, de concrétiser des initiatives, de rehausser l'attractivité de leur région. Il faut une réappropriation du territoire par ses acteurs ainsi qu'une réconciliation des gens avec leur propre histoire.

Les populations concernées doivent interpeller les collectivités territoriales. La marchandisation de leur produit ne doit pas leur échapper. Maintenir et valoriser le lien entre les hommes, leur territoire et leur culture est primordial.

Nous nous félicitons de la qualité de ce Forum de l'ESS qui a rapproché beaucoup de personnes et a permis d'appréhender les problèmes des habitants des Douars. Il y a eu beaucoup de réactivité, de communion d'idées. Il nous reste à les promouvoir ou à les valoriser au profit de la population locale.

REMERCIEMENTS AU NOM DE L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE SAFRAN

La Solidarité nous redonne confiance et espoir

Témoignage de Lafdouk, *agriculteur membre de la coopérative de Tassoufî* : Je voudrais dire un grand merci à tous les participants. Votre présence ici nous conforte dans l'action menée. C'est un encouragement pour nous et pour notre pays de voir d'autres personnes s'intéresser à notre sort et prendre plaisir à être avec nous. Depuis le début du Festival, on voit s'améliorer les choses. L'an dernier, le 2^{ème} forum a formulé des recommandations et celles-ci commencent à être mises en œuvre. Avec un impact considérable sur notre situation. Je pense par exemple à l'élaboration d'un cahier des charges pour obtenir un label de qualité.

Nous voudrions particulièrement adresser nos remerciements à l'association Migrations & Développement. Nous leur disons que nous sommes prêts à œuvrer avec eux pour atteindre ne serait-ce qu'une partie des objectifs. Nous avons l'espoir qu'un jour, au lieu de dire « Voila ce qu'il nous faut » on puisse avancer avec eux dans le cadre de notre partenariat actuel et que nous puissions nous soutenir par nous mêmes. Votre présence nous aide à diminuer les effets néfastes de la sécheresse.

Un exemple suffira pour vous montrer que vos efforts joints aux nôtres sont payants : La mesure de semences de safran qui se vendait il y a peu à 35 DH, se vend aujourd'hui à 150 DH. C'est dire.

Sachez aussi qu'il y a beaucoup de jeunes, et notamment des enfants de travailleurs immigrés, qui deviennent producteurs de safran. Ils font partie d'une dizaine de jeunes producteurs de safran qui ont investi avec des résultats intéressants. L'un d'entre eux est même devenu le premier producteur de safran à Imgoun avec une variété de safran assez extraordinaire.

Je vous rapporte ici ces propos des paysans et des habitants de cette région qui voient toutes ces personnalités venir de loin les visiter, chez eux, dans leur village et s'enquérir de leur situation, pour essayer de les appuyer et trouver des réponses à leurs problèmes. Pour nous tous, hommes et femmes, cela nous donne l'espoir de nous mettre debout et de trouver des solutions.

Continuez de nous soutenir afin que nous soyons heureux chez nous. Merci de votre solidarité !

ANNEXES

Annexe 1 : Rendement, temps de travail et coût annuel de la production de safran / région de Taliouine (enquête M&D sur la récolte 2009)

Annexe 2 : Le festival du safran vu par les producteurs exposants

Annexe 3 : La Maison des produits de pays de Jausiers

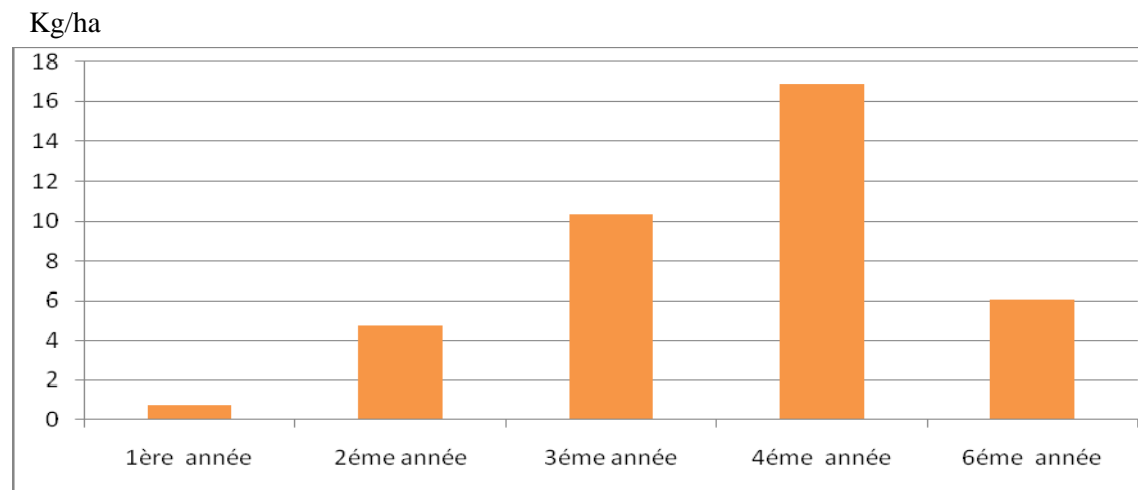
Annexe 4 : Liste par catégorie et nominative des participants

Annexe 5 : La place des coopératives dans la région safranière de Taliouine

Annexe 1 : RENDEMENT, TEMPS DE TRAVAIL ET COUT ANNUEL DE LA PRODUCTION DE SAFRAN Etude M&D 2009

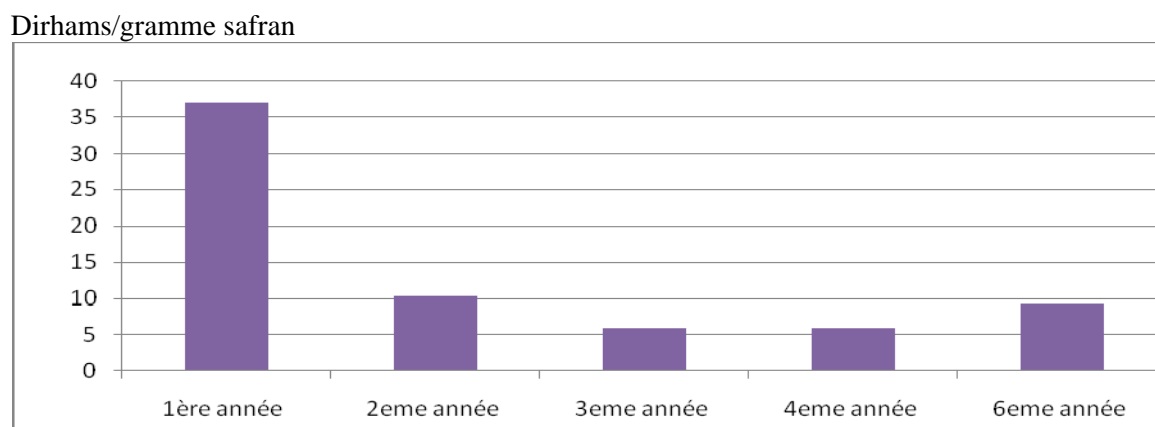
La durée de vie d'un bulbe productif de safran étant en moyenne de 6 ans, les études ont été menées sur 6 parcelles « d'âge différents » de la région de Taliouine. 6 étudiants, qui ont vécu en permanence dans les familles des producteurs durant la période de récolte, ont collecté ces données.

Variation annuelle du rendement par ha au cours du cycle



Le pic de rendement se situe à la quatrième année. Le rendement moyen au cours du cycle est de 7,76 kg se safran par ha. Il correspond à une récolte de 727 kg de fleurs par ha.

Coût de production annuel moyen au cours du cycle



Au total, le coût moyen est particulièrement élevé la première année. Le coût moyen sur un cycle de 6 ans est de 13,70 DH/gramme, soit 13 700 DH/Kg. Pour obtenir 1 kg de safran le temps de cueillette est de 75 heures de travail et de 299 heures d'émondage.

Annexe 2 : LE FESTIVAL DU SAFRAN VU PAR LES PRODUCTEURS EXPOSANTS

Le 3^{ème} Festival du safran de novembre 2009 a connu un franc succès. Sur la place centrale de Taliouine, des exposants plus nombreux que les fois précédentes se sont installés dans les stands mis en place grâce à l'appui de la municipalité et de la province. La fréquentation des visiteurs de Taliouine et villages environnants, et parfois venus de plus loin, attirés également par les festivités régulières, ne s'est pas démentie au fil des jours.

Dans l'optique de mieux connaître l'état d'esprit des exposants, de contribuer à une meilleure préparation du prochain festival de 2010, et d'en faire un outil commercial plus affirmé, un produit d'appel de la région de Taliouine et de ses environs, Migrations & Développement a conçu un questionnaire et recueilli l'avis des exposants. Trente quatre ont répondu à son questionnaire, témoignant de leur intérêt pour cette démarche. Leurs avis présentés ci-après témoignent que le festival du safran peut devenir un élément important dans la filière du safran et plus largement des produits de terroir. L'espérance est grande. Reste aux organisateurs et aux producteurs eux-mêmes à travailler pour la faire vivre.

Dans leur quasi-totalité les exposants sont des associations de producteurs, parfois organisés en coopératives ; seuls 6 sont des négociants. Un tiers d'entre elles ont été créées il y a moins de deux ans et regroupent généralement quelques dizaines de personnes aux côtés de coopérations et fédérations de producteurs plus importantes. Les vendeurs de safran représentent près d'un cinquième du total des exposants (19%) suivis par les vendeurs d'huiles d'argan et d'olive (13%) de tapis (9%) et de miel (7%). Dattes, fromages, herbes aromatiques, henné, cosmétiques, artisanat du cuir et décorations complètent la palette des produits de la région souvent regroupés dans les mêmes stands.

Dans leur grande majorité, les exposants sont venus d'eux même, attirés par la notoriété de cette 3^{ème} édition. Mais près d'un quart d'entre eux ont été invités par l'ORMVA. Ils sont venus pour se faire connaître (40%), prendre des contacts (15%) et surtout vendre (35%) leurs produits.

Près de la moitié d'entre eux (41%) exprime globalement leur satisfaction d'y avoir participé. Cela a été une occasion unique de se faire connaître et de rechercher de partenariats (18%), de nouer de nouveaux contacts (16%), une opportunité de se faire aider à mieux valoriser leurs produits (8%). L'accueil de la population est jugé aussi comme un stimulant dans cette démarche (8%).

Mais, au delà de cette impression d'ensemble, quel jugement portent-ils sur l'évolution du festival depuis trois ans au plan commercial ? Plus de la moitié des exposants (16/34) sont venus pour la première fois et manquaient de recul. Pour les autres, qui ont participé à une ou aux deux précédentes éditions de 2007 et 2008, aucun changement notable n'apparaît dans la fréquentation locale avec cependant une légère baisse pour les autres visiteurs plus lointains.

Le jugement est plus sévère à propos des ventes. Globalement celles-ci diminuent d'année en année et leur volume reste faible, certains exposants jugeant même « qu'ils n'ont rien vendu ». Les résultats sont donc loin encore d'être à la hauteur des espérances. Toutefois, le Festival a été l'occasion d'affiner leur expérience commerciale pour une minorité qui affirme l'utilité de contacts avec les confrères ou l'amélioration de l'emballage pour mieux vendre.

L'organisation matérielle elle aussi n'est pas sans défaut et des défaillances sont pointées du doigt par les exposants. Ainsi, le manque d'eau (13%), l'absence de tables et de chaises en nombre suffisants (16%) la poussière (10%), l'absence de restauration sur place (10%) sont les principales critiques avant la question de l'hébergement (7%), l'absence de lieu de prière (7%) ou l'insuffisance de publicité pour le festival (7%).

Quelques suggestions individuelles ont été formulées pour améliorer l'organisation matérielle de ce festival. Elles sont autant de pistes à creuser pour la prochaine édition. Ainsi la demande de regrouper les exposants par spécialités et/ou en deux grands regroupements de produits agricoles et artisanaux. D'autres suggestions également comme d'organiser une pause déjeuner, prévoir une animation musicale, allonger les heures d'ouverture et la durée du festival.

Faut-il ouvrir le Festival à d'autres participants ? Oui répond une forte minorité des exposants (15/33). On retiendra deux pistes suggérées : le souhait d'une présence des marchands de matériel et également une plus grande présence des Instituts de recherche et/ou de proposition de solutions techniques (de la culture au produit fini ou semi fini).

Quelle contribution des exposants à ces efforts d'organisation et de communication est-elle envisageable ? Si un quart d'entre eux s'y refuse (28%), une grande majorité l'envisage positivement sous des formes diverses : cela peut être sous forme d'une cotisation (15%), d'un don en nature de produits du terroir (15%) plus que le paiement des stands (4%).

Pour conclure, on retiendra trois demandes fortes adressées par les exposants aux organisateurs des prochaines éditions du festival du safran :

1. Attirer plus d'exposants nationaux et internationaux (34%) facilitant ainsi le montage de partenariats
2. Faire plus de publicité pour informer le public de cet événement (28%)
3. Aider davantage les petites structures à participer (14%)

Il faut y voir là l'expression d'une attente réelle des producteurs locaux pour les aider à mieux vendre leurs produits, mais aussi une certaine confiance dans les futurs festivals comme vitrine du riche patrimoine local qu'il s'agit de faire connaître.

Annexe 3 : LA MAISON DES PRODUITS DE PAYS DE JAUSIERS Vallée de l'Ubaye - Alpes de Haute Provence



Maison de produits de pays de Jausiers

Route de Barcelonnette 04850 Jausiers

Tél .04 92 84 63 88 / info@produitsdepays.fr / www.produitsdepays.fr

UNE INITIATIVE DES AGRICULTEURS ET DES ARTISANS DE LA VALLEE DE L'UBAYE POUR VALORISER LEURS PRODUITS

La vallée de l'Ubaye a, depuis un millénaire, une économie basée sur l'agriculture et l'élevage. A partir des années 1960, une activité touristique commence à se développer avec l'apparition de la première station de ski et du tourisme social d'été (colonies de vacances). Ce secteur représente actuellement environ 70 % des emplois et des ressources.

Dans les années 1980, une très longue mévente de la viande, en particulier de viande ovine entraîne une brutale chute des revenus des agriculteurs qui s'endettent lourdement. Plusieurs agriculteurs, et souvent les femmes d'agriculteurs, cherchent alors à diversifier leurs revenus par la vente directe aux consommateurs sur les marchés de la région.

Outre les produits maraichers, ils développent la culture de fruits rouges, fraises, framboises, groseilles, cassis, vendue sous forme de confiture et de pâtes de fruit. Ils vendent aussi sur les deux marchés hebdomadaires de la vallée des fromages de brebis et de chèvre, des produits avicoles et se lancent dans le tannage de peaux de mouton vendues en circuit court dans le voisinage.

Regroupés dans l'association « la ferme ubayenne », ils inaugurent des marchés fermiers là où se trouvait la population touristique : l'hiver dans les stations, l'été dans les villages de montagne. Ces produits de terroir sains et gouteux sont appréciés par les touristes et les habitants de la vallée. Agriculteurs et artisans se retrouvant sur les marchés, ils décident de faire des marchés fermiers et artisanaux groupés.

LA MAISON DES PRODUITS DE PAYS DE JAUSIERS

Peu à peu naît le projet d'avoir un lieu de vente commun aux deux coopératives, agricole et artisanale, pour accroître leurs capacités de vente, développer l'artisanat et les exploitations agricoles par une valorisation de leurs produits, et contribuer à maintenir le tissu social de la vallée

Ce projet mûrit pendant quatre ans environ. Un groupement d'intérêt économique entre les deux coopératives voit le jour en 1990. Il présente un projet architectural chiffré sur un lieu accueillant et attractif de la région et obtient des financements en 1991 : financements publics à 75 % avec un terrain offert par la commune de Jausiers et des appuis financiers de l'Etat, de la Région et du Département. Les 25 % restant sont empruntés via deux banques avec deux prêts sur 15 ans. Les travaux sont réalisés au printemps 1992 et la Maison ouvre ses portes le 8 juillet 1992 avec une trentaine de producteurs et artisans.

La Maison des Produits de Pays est bien située au village de Jausiers, dans la vallée d'altitude de l'Ubaye qui débouche sur le grand barrage de Serre Ponçon sur la Durance. Située dans le département des Alpes de Haute Provence, cette vallée a développé une forte vocation touristique (ski, randonnée, sports d'eau vive, alpinisme, etc.).

En 2008, elle regroupe 45 adhérents répartis sur 16 communes de la vallée de l'Ubaye dont 15 ont le statut de d'agriculteurs et 30 celui d'artisans. La maison emploie 6 personnes à temps complet en CDI et 1 salarié supplémentaire en période touristique. Depuis sa création, son chiffre d'affaires a triplé et elle accueille 50 000 visiteurs par an.

LES PRODUITS PROPOSES

Produits alimentaires : Fromages, Miel et pain d'épice, Nougat, Confitures, Terrines de gibier Liqueurs, Tisanes, Herbes aromatique et Huiles essentielles.

Artisanat : Tissus (nappes et coussins) Jouets, Meubles et Ustensiles de cuisine en bois, Tissus de laine mohair, Cuirs, Savons biologiques, Bougies et Gravure sur verre.

La maison est ouverte de 10 h à 19 h en période estivale, moyennant une pause midi le reste de l'année. Une rotation régulière des stands assure une mise en valeur équitable pour chaque producteur. Des visites de groupe donnent lieu à des présentations de produits avant dégustation. Des paniers cadeaux ou des paniers de produits assortis sont composés à la demande des clients.

LES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT

16 ans après sa création la Maison des Produits de Pays est bien installée. Elle propose aujourd'hui des produits en ligne. Elle développe sa prospection en direction des comités d'entreprise leur proposant des paniers gourmands. Elle recherche toujours plus de qualité, d'authenticité et de transparence pour répondre aux attentes des consommateurs et touristes et assurer un développement sain et durable des producteurs. Elle est engagée totalement dans un mouvement économique solidaire équitable de la vallée de l'Ubaye.

L'ORGANISATION DE LA MAISON SELON 4 PRINCIPES DIRECTEURS

- 1- Un système de distribution en circuit court en vente directe assurant la traçabilité du produit et un lien effectif entre producteurs et consommateurs. Les producteurs maîtrisent le circuit et bénéficient d'une plus grande part de la valeur ajoutée.
- 2- La mutualisation de la commercialisation. Même si la présence de chaque producteur est assurée régulièrement, le recrutement de salariés vendeurs permet de conserver du temps disponible pour produire en minimisant les coûts de commercialisation. L'investissement commercial est proportionnel au chiffre d'affaires de chaque producteur. L'acheteur bénéficie d'un lieu unique pour ses achats.
- 3- Une présentation sous forme d'étals de marché rural plutôt que sous forme de rayons comme dans les magasins assure une dimension conviviale marquée et respecte l'identité de chaque producteur.

- 4- Un affichage fort des engagements. L'idée fédératrice repose sur des valeurs d'authenticité, de qualité, de traçabilité des produits. Un règlement intérieur régit les producteurs et définit les règles d'adhésion.

LE REGLEMENT INTERIEUR DE LA MAISON

L'adhésion à la Maison est réservée aux artisans, artistes et agriculteurs de la vallée et soumise à l'accord du Conseil d'administration après examen de ses produits. Le demandeur doit ensuite adhérer à une des deux coopératives dont il acquiert 50 parts sociales d'une valeur totale de 762 euros. Dans l'attente de son acceptation par la coopérative il a le statut d'invité transitoire et est autorisé à vendre ses produits moyennant versement de 33% du montant de leurs produits vendus.

Chaque adhérent doit promouvoir la Maison et est solidairement responsable de sa gestion. En cas de manquement (prise de position contraire aux intérêts de la Maison, concurrence déloyale) l'AG peut décider de son exclusion. Le départ est signifié un mois avant et les parts sociales remboursées.

Le GIE est géré par un conseil d'administration composée de 6 membres bénévoles, à raison de 3 membres par coopérative, désignés en Assemblée Générale. Le GIE assure la gestion courante (gestion des salariés, tenue des comptes avec l'expert comptable, négociation avec les banques, règlement des adhérents, fonctionnement et entretien de la Maison). Il a tous pouvoirs concernant la stratégie commerciale et la promotion de la Maison. A ce titre il décide de l'acceptation des nouveaux produits et des emballages et panneaux publicitaires proposés. Il contrôle les prix de vente.

Les matériels de présentation sont mis à disposition par le GIE. Les produits doivent être de bonne qualité, bien présentés et conforter l'image de la Maison par le professionnalisme de leur producteur. Une fiche pour chaque produit précise l'origine, sa composition, le protocole de fabrication et précise les opérations réalisées à façon. L'étiquetage doit comporter les informations légales, les codes adhérents et les prix. Le prix de vente doit être le plus bas prix pratiqué dans la vallée sous peine de retrait. Il est fixe pour toute la saison.

L'adhérent est seul responsable de ses produits y compris après la vente. Le responsable des ventes de la Maison décide du retrait éventuel des produits non agréés par le GIE ou dont la qualité, la propreté ou la date limite pour les produits alimentaires n'est pas respectée.

Le GIE prélève pour ses prestations de service 26% HT du prix de vente pour les coopérateurs et 33% pour les invités transitoires. Ces taux sont décidés par l'AG du GIE après examen des comptes et du budget prévisionnel. Le règlement des ventes aux membres se fait mensuellement. L'engagement de fournir la coopérative sans rupture est exigé sauf en cas de rupture de stock. En cas de non livraison de la Maison des sanctions sont prises si l'intéressé livre d'autres commerces de la vallée.



Annexe 4 : LISTE DES PARTICIPANTS AU 2^{ème} FORUM DE L'ESS DE TALIOUINE

ORGANISME OU INSTITUTION	NOM	PRENOM	FONCTION
Pôle Economie Sociale et Solidaire du Programme Concerté Maroc			
Association Tazeroualt pour la Coopération et le Développement	AHJAM	Abdellah	Président
Assoc. Yannor pour le développement rural et social (AYDRS)	OUHRRAR	Younes	Vice-président
Centre de développement de la région de Tensift (CDRT)	BIZI	Sokaina	
	KHARBOUCH	Said	
Centre d'Education et de Formation Interculturel Rencontre (CEFIR)	BECQUET	Annie	Ingénieur de projet
Réseau Marocain d'ESS (REMESS) (et Assoc. Tighza Atlas de Dévlpt)	ACHIBANE	Lahcen	Trésorier
Réseau Marocain d'Economie Sociale et Solidaire (REMESS)	AIT HADDOUT	Ahmed	
Fédération marocaine Léo Lagrange	BENAICHA	Nezha	
M&D	JACQUOT	Denis	Administrateur
Programme Concerté Maroc	POSTIC	Bérénice	Chargée des Pôles Thématiques et Activités Transversales
Organismes de recherche et de formation : chercheurs, universitaires et étudiants			
Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Agadir	BENHALIMA	Hassan	Ex-Doyen
Université Ibn Zohr Agadir	DAOUD	Salma	Responsable Licence Prof. Produits de Terroir
Université Ibn Zohr Agadir	ZAAFRANI	Mina	Enseignante Licence Prof. Produits de Terroir
INRA AGADIR	AIT ALHAJ	Abderahmane	Directeur
INRA AGADIR	AZIM	Khalid	Chercheur
INRA RABAT	LAGE	Mounira	Chercheur
IAV	ABOUBAHI	Ahmed	Ingénieur
Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (IAMM)	TOZANLI	Selma	Chercheur - enseignant
IAMM	DUBOIS	Anthony	Etudiant
Université Cady Ayyad Marrakech	ID HAKOU	Lhoussaine	Etudiant en droit public
Université Ibn Zohr Agadir	ZIKY	Said	Etudiant licence prdts de terroirs
Université Ibn Zohr Agadir	BILLAL	Mohamed	Etudiant licence prdts de terroirs
Université Ibn Zohr Agadir	BOUZKOUM	Mbarek	Etudiant licence prdts de terroirs
	CHAKKI	Asma	Etudiant Marketing
IAV Hassan II	ADDAJOU	Nabil	Etudiant Hassan II
	BAKDICH	Samira	Etudiante Master Patrimoine
Université Souissi Rabat	KENSOUSS	Sakina	Etudiante Master Tourisme
Université Souissi Rabat	CHAKKI	Basma	Etudiante Master Tourisme
Université Souissi Rabat	LAKHRIF	Adnane	Etudiant Master Tourisme
Université Souissi Rabat	DAOUANE	Mohamed	Etudiant Master Tourisme
ESCE	DAOUDI NEJM	Sahar	Etudiante
CIRAD	DE ZBROWSKI	Isolde	
Organisations nationales et internationales œuvrant à la mise en valeur agricole			
FAO	HUPIN	André	Représentant FAO au Maroc
FAO	Mc Guire	Douglas	Coordinateur du Mountain Partnership Secretariat

M&D - Actes du 2^{ème} Forum de l'économie sociale et solidaire - Festival du safran de Taliouine - Octobre 2009

ORGANISME OU INSTITUTION	NOM	PRENOM	FONCTION
FAO	KENNY	Lahcen	Coordinateur national projet FAO
FAO	ABOUDRARE	Abdellah	Consultant
FAO	Ait Oubahou		Consultant
FAO	Birouk		Consultant
FAO	Bouchelkha		Consultant
ORMVAO	BOULHOJJATE	Yazid	Directeur CMV Taliouine
ORMVAO	Addajou	Larbi	Coordinateur subdivision agricole Taliouine
ORMVAO	AKOUCHAH	Mohamed	Directeur CMV Askaoune
ORMVAO	ELHAMDI	Ismail	Chef de subdivision de Taliouine
ORMVAO	BABNI	Med Elmokhtar	Ingénieur
ORMVAO	RIHI	Hssain	
ORMVAO	EL IMAME	Mohamed	Technicien CMV Taliouine
ORMVAO	HAFIDI	Mohamed	
ORMVAO	ADNASSE	Abdelatif	
ORMVAO	ELKHATABI	Ahmed	Technicien
ORMVAO	JAAKAS	Hmad	Technicien
ORMVAO	BACHRA	Hassan	Technicien
ORMVAO	ELAMRAOUI	Youssef	Technicien
ORMVAO	HAMESSI	Abderrahim	
AGROTECH	LYAGOUBI	Abdelkader	Coordinateur
Spécialistes du tourisme solidaire et du mouvement coopératif			
Fédération Française de Randonnée	AUDOLI	YVES	Vice-prdt du Comité Relations Internationales de la FFRP
PRIDES	FAURE	Michel	Directeur
UNAT PACA	GALLIEN	Yannick	Président
PMCE (Plateforme Marocaine pour le Commerce Equitable)	HIMMI	Bnaser	Président
Maison des produits de terroir de Jausiers	GILLY	Lucien	Cofondateur et Maire de Jausiers
Collège coopératif	AUBRY	Dominique	Administrateur délégué
Coopératives et Associations villageoises			
Coopérative Siroua	AMIL	Mhand	Président
Coopérative Siroua	OUIINIR	Ijja	Secrétaire général
Coopérative Tamounte	CHARHBIL	Abderrahmane	Président
Coopérative Askaoune	ATMAR	Abdellah	Président
Coopérative Askaoune	OUKAJJA	Lhassan	
Coopérative Askaoune	BOURKAZI	Mohamed	
Coopérative Askaoune	BOUKHMI	Lahcen	
Coopérative Askaoune	BENRAHOU	Abdellah	
Coopérative Askaoune	BOUILGATE	Lahcen	
Coopérative Askaoune	NIDSAID	Driss	Président
Association TAGMOUT	BASAIID	Mohamed	Président
Coopérative Albatha Fouzguid	BOUCHHAB	Abdellah	
Coopérative Ajmoaa	AMERKOUK	Mahjoub	Trésorière
Coopérative Ajmoaa	AMERZAK	Aicha	Présidente
Coopérative Ounzin	BOUIDOU	Hassan	Trésorier
Association Tiliste	AZOUGAGH	Elmahjoub	Président
Association Tinfate	IDTALEB	Mohamed	Président

ORGANISME OU INSTITUTION	NOM	PRENOM	FONCTION
Association Taguergouste	AMAL	Mohamed	
Association Tagmoute	BAHMOU	Elhoussaine	Membre
Association Tagmate	AITDAOUD	Ahmed	Président
Association Tagmate	MASOUDI	Mohamed	Adhérent
Association Ijddiguene	BAKIZ	Kabira	Présidente
Association des Ingénieurs	MOUTAOUKIL	Abdellah	
Association Ighren n'ougdal	BOUZELMAD	Bia	
Coopérative safran Tinfate	FARINI	Samir	Président
Association Abaraz	LAHIHI	Mehdi	
Association TAYOUALTE	AIT LARBI	Abdellatif	
Association Ifri	IDOUAHMANE	Abderrahmane	Président
Ministère, Conseil régional et Communes			
Ministère de l'agriculture, du développement rural et de pêches maritimes (MADRPM)	BENDRISS	Khadija	Direction labellisation
MADRPM	FARKACHA	Nawal	Direction labellisation
MADRPM	NAIM	Zakya	Division produits du terroir
Conseil Régional Souss Massa Draa	ELALLALI	Hassan	CRSMD
Commune Urbaine Taliouine	HALIM	Youssef	Secrétaire général
Commune Urbaine Taliouine	MAATALLAH	Sadik	
Commune Rurale Agadir Melloul	BELHOUSSEINE	Mohamed	Président
Municipalité de Tiznit	OUAAMOU	Abdellatif	Directeur du Dévlpt Social
Municipalité de Tiznit	IDELHAMED	Abdallah	Elu Tiznit
Ville de Romans sur Isère	CRESPER	Yann	Relations Internationales
Ville de Romans sur Isère	PELLERIN	Jean-Claude	Adjoint au maire (environnement)
Sociétés privées			
Noble safran du siroua	BAKIZ	Rachid	
Afilal	ACHAK	Mhjouba	
Afilal	ACHAK	Keltoum	
Afilal	IDNACER	Khadija	
Afilal	BAKDICH	Rachid	
Aras Souss	HAFID	Abderrahmane	
SMIR	SMIR	Bouchaib	Directeur
L'or Rouge	SAMIH	Driss	Directeur
	AMEZIANE	Nawal	
Migrations & Développement			
M&D	JAMAL	Lahoussaine	Directeur de la recherche et du développement
M&D	DESNOYER	Florent	Directeur
M&D	OUTRAHE	TARIK	Coordinateur M&D Taliouine
M&D	FASFATE	Mohamed	Chargé de mission co-devlpt
M&D	FROSSARD	Elodie	RAF Marseille
M&D	CHAKIR	Jamila	RAF Maroc
M&D	MICHELOT	Bérengère	Déléguée Migrants
M&D	AANGRI	Abdallah	Chargé de projets AGR
M&D	ABANE	Radia	Chargée de projets Eau
M&D	EDDRIOUCHE	Mahjoub	Chauffeur - animateur
M&D	GUINANI	Omar	Conducteur de travaux
M&D	AIT BRAHIM	Lhoussaine	Animateur

ORGANISME OU INSTITUTION	NOM	PRENOM	FONCTION
M&D	MKRAZ	Fatima	Animatrice
M&D	JACQUOT	Denis	Administrateur
M&D	GHIATI	khalil	Administrateur
M&D	OUAHMANE	Abdellah	Administrateur
M&D	ESCHAPASSE	Patrick	Bénévole
M&D	ESCHAPASSE	M.Laure	Bénévole
M&D	VERDUN	Jacques	Bénévole
M&D	GHIATI	Claude	Bénévole

Nous appelons à l'indulgence pour toute erreur ou omission

Annexe 5 : LA PLACE DES COOPERATIVES DANS LA REGION SAFRANIÈRE DE TALIOUINE

Cette note succincte vise à présenter à grands traits la situation actuelle du mouvement coopératif en plein essor dans la région safranière de Taliouine. Elle reprend les données présentées par deux chercheurs au Forum de l'ESS d'octobre 2009 : Abdellah ABOUDRARE sur le diagnostic et les voies d'amélioration des pratiques des producteurs de safran et Anthony DUBOIS sur les perspectives de la filière safran et la mise en place d'une indication géographique. Cette note s'appuie également sur les échanges au cours du forum entre les producteurs et productrices de safran et les autres participants.

I. La zone safranière

L'aire de production (95% du safran national) est située dans la région Souss Massa Draa et se répartie entre la zone de Taliouine (Province de Taroudant) et celle de Taznakht (province d'Ouarzazate). C'est une zone de piémont montagneux. Une grande partie du territoire est difficile d'accès.

Il s'agit d'une région rurale. D'après le recensement de 2004, la population est estimée à 120 000 habitants pour la zone de Taliouine (dont 94% de ruraux) et à 51 410 habitants pour la zone de Taznakht (dont 88% de ruraux), soit une population totale de 171 410 habitants.

La zone de Taliouine détient la majeure partie de la superficie cultivée en safran dans les deux zones, soit environ 565 ha (88 %) répartis sur environ 3000 parcelles ; le nombre variant selon la rotation annuelle des assolements. La culture du safran y est répartie sur huit communes rurales (CR) situées à des altitudes variant entre 1200 m à plus de 2000 m. Ces CR sont les suivantes : Sidi Hssain, Tassousfi, Assaïs, Zegmouzen, Agadir Melloul, Azrar, Askaoune et Taouyalte avec des superficies respectives de 160, 140, 80, 60, 50 et 10 ha. Les deux premières totalisent 53 % (300 ha) de la superficie totale du safran dans la zone de Taliouine. Cette zone connue par la tribu de Souktana, constitue en fait le berceau historique de la culture du safran qui y est cultivé depuis plusieurs siècles.

Les producteurs de safran

En l'absence d'enquêtes de terrain, on estime que dans cette zone de Taliouine, le safran est produit par environ 1 400 familles paysannes (soit 2 parcelles par famille, en moyenne, sur une superficie d'environ 3600 m²). Environ 7 à 8000 personnes sont donc directement concernées par la production du safran. Culture de vente, le safran est un moyen de conserver une trésorerie tout au long de l'année.

La main d'œuvre est familiale et en particulier féminine. On évalue leur participation à près de 70% de l'ensemble des tâches. On a pu parler de « culture au féminin ». Le nombre moyen de personnes par ménage est de 8 dont 7 personnes en moyenne participent aux activités liées à la culture de safran en particulier lors de la récolte des fleurs et l'émondage.

L'âge moyen des agriculteurs enquêtés est autour de 60 ans dans les zones de basse et moyenne altitude soit 10 ans de plus qu'en haute altitude (49 ans). Par ailleurs, la majorité des agriculteurs enquêtés est analphabète. Toutefois on trouve des jeunes parmi les agriculteurs les plus importants

Dans ces zones, **l'exode rural des jeunes** vers les grandes villes du Maroc à la recherche d'emploi est l'un des fléaux qui menace la durabilité de la culture du safran. Or **la transmissibilité du savoir faire local aux jeunes générations est un facteur important pour la durabilité de la culture de safran dans la région** comme le rappelle l'étude d'Abdellah ABOUDRARE.

Néanmoins, l'attachement historique et culturel de la population de cette région à la culture du safran est un atout important. D'ailleurs, même **les jeunes** qui ont émigré en dehors de leurs régions reviennent à leurs villages au moment de la floraison du safran pour apporter un soutien à la famille pour la récolte et l'émondage des fleurs. **Le retour des résidents marocains à l'étranger** pour investir dans la culture du safran dans leurs villages natals, favorisé depuis deux ans par des prix du

safran plus élevé est un atout important pour la durabilité de cette culture. Une enquête prochaine de MD pourrait le mesurer plus précisément.

II. L'Organisation coopérative des agriculteurs

L'organisation coopérative des producteurs de safran est assez ancienne puisqu'elle remonte à 1979, date de création de la coopérative Souktana à Taliouine dans le cadre de la politique de développement du mouvement coopératif voulu par le Ministère de l'Agriculture. Cependant, la coopérative a été confrontée à des problèmes de gestion interne, de manque d'implication des adhérents, et, malgré son important potentiel de production (production totale des adhérents), elle n'a commercialisé que très peu de safran et les adhérents ont continué à vendre leur safran par des circuits individuels.

Les coopératives de safran ont connu un second souffle ces dernières années

Plusieurs coopératives se sont créées sous l'impulsion d'ONG et d'associations locales. Cette dynamique a été initiée par M&D en 2004 en aidant quelques producteurs à se rassembler afin de créer une sorte de « coopérative exemple » pour redorer le blason du mouvement coopératif mis à mal par les mauvaises expériences passées, et inciter les producteurs à se rassembler en coopératives. Le mouvement a été suivi puisque quatre autres coopératives ont été créées depuis et six sont nouvellement constituées ou en cours de constitution.

En juillet 2009, dans le cercle de Taliouine, il existe cinq coopératives en fonctionnement et six en constitution

Coopératives en fonctionnement

1. Coopérative Souktana : première coopérative de safran, fondée en 1979 à Taliouine, elle regroupe 166 adhérents en 2009. Les producteurs sont originaires de toutes les CR du cercle de Taliouine. Son potentiel de production est estimé à 125 kg de safran par an.
2. Coopérative Agricole Taliouine : créée en 2004 sous l'impulsion de M&D à Tassoufî, elle compte 11 adhérents en 2009 (originaires de neuf Douar des CR Tassoufî et Sidi Hssain). Son potentiel de production est estimé à 30 kg de safran par an. Cette coopérative a décidé de passer à 33 membres, les anciens parrainant deux candidats.
3. Coopérative Agricole Féminine Tifaoute : cette coopérative féminine a été créée en Juin 2007 avec l'aide de l'Association des hommes de Tagmoute : association TAGMOUT pour le Développement et l'Entraide et l'appui de M&D. Elle regroupe 95 productrices de safran du douar Tagmoute (CR Assaïs). Son potentiel de production est estimé à 12 kg/an correspondant à la production de l'ensemble de tous les foyers du village. L'an passé la coopérative n'a commercialisé qu'un demi-Kilo. La participation de chaque femme est estimée à 20 g.
4. Coopérative Ounzine : cette coopérative mixte a reçu son agrément en février 2009, elle regroupe 92 producteurs de safran (dont 19 femmes) de la CR Agadir Melloul. Elle n'a pas encore commercialisé de safran.
5. Coopérative d'Askaoun

Coopératives en constitution

- Coopérative Adrar Siroua, douar Aït Amrare (CR Assaïs), **coopérative féminine** pour la production et la commercialisation de safran, en attente de l'agrément. Cette coopérative bénéficie pour son lancement de l'appui de trois adhérents hommes, car il est difficile pour une coopérative féminine de safran de se lancer seule.
- Projet de **coopérative féminine** regroupant les productrices du douar Timassinine (CR Sidi Hssain), organisation de l'assemblée constitutive prochainement.
- Projet de coopérative regroupant les producteurs de safran des douars d'Atougha et Timidre (CR Assaïs), pas encore de nom fixé, demande formulée à l'ODECO.

- Projet de coopérative regroupant les producteurs de safran des douars d'Assaïs et Aït Aicht (CR Assaïs), pas encore de nom fixé, demande formulée à l'ODECO.
- Projet de coopérative regroupant les producteurs de safran de la région de Tinfat (douars Imi Nougni, Dar Ougadir et Agdal), CR Sidi Hssain, pas encore de nom fixé, demande formulée à l'ODECO).
- Projet de coopérative regroupant les producteurs de safran du Douar d'ATOUGHA. Unique coopérative de safran de la région de Taznakht, la Coopérative Agricole Tamounte regroupe 20 producteurs de safran originaires de la CU (Commune Urbaine) de Taznakht et des 4 CR environnantes. Son potentiel de production est estimé à 50 kg. Deux coopératives sont en cours de constitution dans les communes rurales de Wiselsat et de SIROUA).

Au total, dans leur grande majorité sinon même dans leur totalité, les agriculteurs sont organisés au sein des associations villageoises de développement local au niveau des douars, notamment en zone de basse altitude de Taliouine (Sidi Hssain et Tassoufi). **Mais seule une minorité est organisée en coopératives.**

Les structures coopératives de la filière safran à Taliouine et Taznakht concernent 384 producteurs en 2009, soit 27 % des producteurs estimés à 1400 (mais elles ne commercialisent qu'environ 4 % de la production).

L'engagement des productrices de safran dans le mouvement coopératif est très récent. Il n'a commencé qu'en 2007 avec la coopérative féminine TIFAOUTE. On estime que les femmes représentent 30% des producteurs de safran membres d'une coopérative en 2009 et ce chiffre devrait augmenter dans l'avenir avec les nouvelles coopératives féminines en constitution. D'après le directeur du CMV de Taliouine, les femmes gèrent mieux les coopératives que les hommes, ce qui faciliterait l'obtention de financements publics. Mais il faut rappeler que leur lancement est difficile et qu'actuellement aucune coopérative féminine de safran n'a obtenu du financement à l'exception de celle de TAGMOUT grâce à l'appui de M&D et de l'association des hommes.

Le CMV prévoit la création de deux coopératives féminines pour le safran dans un futur proche. Il propose de s'inspirer de la réussite du Projet Argane pour structurer les coopératives de safran : organisations féminines, union des coopératives, groupements d'intérêt économique (GIE).

Les conditions culturelles ne sont cependant pas identiques. Alors que le safran est produit sur des parcelles appartenant à des hommes et exploitées par la famille, le ramassage des amandes d'arganier et leur traitement est une tâche réservée aux femmes. Autre exemple à méditer, l'échec de la coopérative féminine d'artisanat de tapis qui a déposé son bilan.

Au total les coopératives restent encore une structure minoritaire. L'organisation professionnelle des agriculteurs est cependant une nécessité indispensable pour la valorisation du safran dans le cadre de la démarche « qualité » relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité.

L'objectif de l'OMRVA est de coiffer toute la région avec une coopérative pour chacune des 6 zones du cercle de Taliouine (une zone représentant 2 à 3 communes rurales) Toutefois, cet office va autoriser la création de deux coopératives dans le même village (TINFATE). Ainsi, les coopératives existantes ajoutées à celles en constitution devraient couvrir toute la région. Par ailleurs, créer des coopératives appelle des équipements et des locaux pour être opérationnelles. Aujourd'hui seules les coopératives Taliouine et Souktana ont des locaux et du matériel d'emballage, celle de Tagmout occupe un local de l'école.

Le fonctionnement des coopératives de safran

Les coopératives n'ont pas de stock de safran, elles s'approvisionnent en fonction des commandes. Certaines coopératives fidèles à l'esprit coopératif ne s'approvisionnent qu'auprès des adhérents et ne répondent plus aux commandes quand les adhérents ont vendu toute leur récolte. D'autres s'approvisionnent au souk ou auprès de producteurs non membres quand les adhérents ne peuvent pas

fournir la quantité de safran nécessaire, afin de satisfaire les commandes. Ce choix pose problème, car cela revient à faire rentrer des intermédiaires dans le circuit et l'achat au souk auprès de vendeurs anonymes ne permet pas de garantir la qualité.

Pour le paiement du safran livré par les producteurs adhérents, **différentes méthodes** sont appliquées selon les coopératives :

- pas de paiement lors du dépôt du safran à la coopérative, seulement après la vente ;
- paiement de 50% lors du dépôt, puis 50% après la vente ;
- achat au prix du souk ou à un prix légèrement supérieur puis redistribution des bénéfices ;
- achat à prix fixe (15 MAD/g par exemple) puis redistribution des bénéfices ;

La redistribution des bénéfices se fait toujours après encaissement du revenu de la vente par la coopérative, au prorata de l'apport de l'adhérent et après abattement des frais de fonctionnement de la coopérative.

Pour faciliter le reversement aux adhérents de leur quote-part des bénéfices sans attendre, la coopérative Taliouine met actuellement en place **un fonds de roulement**. La coopérative Souktana qui adhère des non producteurs a déjà un fond de 350 000 dh dont la gestion semble opaque pour une partie des producteurs.

Pour l'achat aux producteurs non adhérents, les coopératives achètent le safran au prix du souk et ne redistribuent pas de bénéfice au producteur.

Les débouchés des coopératives se répartissent entre le marché national (par la vente aux grossistes), les exportations, la vente sur les salons nationaux et internationaux et la vente aux touristes de passage à la coopérative. Ainsi la coopérative de Taliouine a vendu en un an 8 kg de safran aux acheteurs de passage, sans forte publicité, ce qui est non négligeable. On peut estimer à environ 20 kg les ventes de la coopérative Souktana située en ville.

La majeure partie des coopératives valorisent leur safran par le conditionnement en sachets ou en boîtes en plastique. Ces emballages d'1 ou 2g sont destinés aux touristes et aux salons pour lesquels la vente en vrac n'est pas pratiquée. En 2009, une seule coopérative exporte du safran (conditionné en boîte plastique de 1g). Pour les grossistes, le safran est vendu en vrac.

La filière safran et la place du circuit coopératif

Le circuit traditionnel informel est toujours prédominant dans la filière en commercialisant près des 2/3 de la production. Les producteurs vendent leur safran au souk à des acheteurs locaux ou à des rassembleurs au douar qui les revendent ensuite à des grossistes. Le circuit traditionnel formel où le safran du souk est revendu à des sociétés commerciales concerne 1/3 du safran produit au Maroc, ce mode de commercialisation est en forte croissance et sa part augmente chaque année. **La part de safran commercialisée par les coopératives est toujours très faible (3,3%) selon l'OMRVA** y compris la coopérative Souktana dont tous les adhérents ne sont pas producteurs. **Cependant les volumes commercialisés augmentent progressivement.** Enfin, les circuits Intégré et Tourisme ne concernent que des volumes minimes de safran.

Avec seulement 1,5 % de la production mondiale de safran (part moyenne des récoltes 2004-2008), **le Maroc se place néanmoins en 4^{ème} producteur mondial de safran.** L'Iran possède en effet un quasi-monopole avec 90% de la production mondiale de safran. Viennent ensuite l'Inde, la Grèce, le Maroc et l'Espagne.

L'Espagne est le principal importateur mondial de safran (27% des importations) suivi de l'Italie, des Etats-Unis, de la France et de la Suisse. L'Iran est le principal exportateur de safran avec 60% du marché, suivi par l'Espagne (30%). Il est à noter que **l'exportation de safran depuis l'Espagne**, la France et la Suisse ne concerne pas ou peu la production nationale. **Il s'agit de ré-export de safran importé et conditionné** (principalement d'Iran).

Sur la base d'une comparaison entre deux modes de commercialisation vers l'Europe (prix en décembre 2008) **le producteur qui passe par le circuit traditionnel du souk touche seulement 13% du prix final** tandis que les deux derniers intermédiaires étrangers (transformateur/conditionneur et distributeur) captent 73% de la valeur du produit et **la valeur restituée au niveau national n'est que de 27%**.

Inversement la commercialisation par le **commerce équitable** (cas de la Coopérative Agricole Taliouine avec la structure de commerce équitable CTM – distribution sur le marché italien) **le producteur adhérent à la coopérative touche 30% du prix final et la coopérative 17%**. Ces 17% permettent à la coopérative de payer les frais de fonctionnement et d'investir dans du matériel agricole. 53% de la valeur est captée par la CTM pour ses frais de fonctionnement, de transport et de distribution. Ainsi, **47% de la valeur est restituée localement**.

Dans le cas du circuit traditionnel, le producteur touche 16 MAD par gramme (décembre 2008) alors que le producteur adhérent à la coopérative touche 22,5 MAD/g. Ainsi, même si le prix de vente final du commerce équitable est inférieur, **le revenu du producteur adhérent est supérieur de 41 % à celui du producteur vendant son safran au souk**. Rappelons cependant que le marché du commerce équitable reste restreint et difficile d'accès.

Pour mémoire, en décembre 2009, le prix au souk est de 25 MAD/gr mais la coopérative de Taliouine a vendu à la CTM à 42 MAD/gr, soit une rentrée de 32 MAD/gr pour le producteur.

III. Les coopératives vues par les producteurs de safran

A l'occasion du forum du safran d'octobre 2009, les échanges avec les agriculteurs de safran ont permis de relever plusieurs sujets en débat parmi producteurs. Ils touchent à la forme du regroupement, aux circuits de commercialisation, aux services rendus et à l'avenir de la coopération agricole dans la région.

Le pari des coopératives est-il tenable ?

Actuellement elles ne regroupent qu'une minorité de producteurs et ne commercialisent qu'une très faible part de la production. Pourtant elles sont généralement considérées par les villageois comme un outil d'amélioration de leurs conditions de vie, de revenu et de développement. Ce pari est-il jouable ? Pour le gagner il faut cerner les obstacles réels ou possibles, qui, non diagnostiqués, conduiront à terme à un désaveu de cette forme d'organisation. A titre d'exemple : des coopératives de petits producteurs sont-elles en mesure de vendre à de meilleurs prix et de s'imposer sur les circuits de commercialisation actuels et moyennant quelles conditions ? Comment assurer une confiance des sociétaires de la coopérative dans la gestion des dirigeants ? Sans réponses à ces questions, il sera difficile pour le mouvement coopératif qui ne fait que démarrer, de s'imposer dans le paysage. Dans cette phase de lancement, ce qui compte, c'est moins le nombre de coopératives à mettre en place que de s'assurer de partir sur de bonnes bases viables et durables.

Quel type de regroupement ?

La taille de la coopérative est un premier sujet en débat : pour certains, une grande coopérative paraît plus adaptée pour négocier avec les acheteurs et peser sur les circuits mais rendrait plus difficile le contrôle interne de la gestion de la coopérative par les adhérents qui ne se reconnaissent pas dans le gestionnaire. A l'inverse pour d'autres, une coopérative de taille réduite permet plus facilement de sauvegarder un esprit de confiance mutuel entre les coopérateurs, valeur essentielle. De fait, plus que la taille, c'est la confiance entre les sociétaires qui est essentielle.

Face à ce dilemme, l'idée a été avancée d'imaginer de procéder par étapes : prévoir le développement de coopératives locales qui ne dépassent pas la taille du village et bâtir ensuite un niveau de regroupement qui soit capable de rivaliser avec les autres acteurs du marché national et international.

Vu le faible nombre de coopératives actuelles, évoquer la mise en place de regroupements de coopératives semble pour le moins prématuré.

La place des agricultrices. Pour certains le fait qu'elles ne soient pas propriétaires est un obstacle à l'adhésion, pour d'autres non. On compte une seule coopérative mixte de création récente dans la commune rurale d'Agadir Melloul et deux coopératives féminines.

L'esprit coopératif repose sur l'idée que chaque membre, homme ou femme, puisse trouver sa place dans ce regroupement professionnel. Prendre en compte les blocages culturels pour les surmonter est une condition essentielle pour y parvenir. Une des voies prometteuses serait de rechercher quelle complémentarité peut être trouvée entre coopératrices et coopérateurs, les deux participant différemment et conjointement à la production, voire à la commercialisation (vente par les femmes aux démarcheurs dans les villages par exemple).

Un regroupement de producteurs. L'accord est général parmi les agriculteurs proches de M&D pour considérer que seuls les producteurs peuvent adhérer, ce qui ne semble pas être le cas dans d'autres coopératives qualifiées de « fausse coopérative. »

Comment accéder aux marchés ?

On observe un écart entre la très faible part des coopératives dans les quantités vendues et la croyance dans les vertus prêtées au circuit coopératif pour « mieux vendre ». Quelques pistes sont néanmoins avancées pour fortifier sa place sur les marchés.

Le marché intérieur La coopérative est considéré comme un moyen de vendre le safran à un meilleur prix que sur le circuit informel du souk accusé par ailleurs d'être source de fraude du produit au niveau des grossistes des grandes villes. Mais la concurrence reste vive, d'où l'idée avancée par un président de coopérative au cours du forum de faire du festival du safran un outil permanent de commercialisation en mettant durablement en contact direct coopératives et grossistes marocains, pour résister aux intermédiaires.

Le marché international. La confiance dans la qualité supérieure du safran marocain et le constat d'une hausse du prix ces dernières années rend les coopérateurs optimistes. Toutefois, ceux-ci mesurent très imparfaitement les difficultés d'accès aux circuits commerciaux internationaux. Face à un marché très compétitif et volatil, l'idée a été avancée de confier à un manager professionnel très qualifié la responsabilité de développer la filière pour la coopérative ou un regroupement de coopératives du safran. Il devrait être doté d'une vision à long terme du marché pour promouvoir, protéger et donner sa vraie valeur au produit.

Le label qualité d'origine. Des discussions sont en cours pour élaborer un cahier des charges recueillant l'avis des producteurs et leur permettant une meilleure maîtrise du marché. Le débat reste ouvert sur la nature de l'organisation des producteurs associée à ce travail : Quel est l'organisme professionnel chargé de les représenter : un regroupement des coopératives, ce qui n'est pas envisagé à court terme, ou, vue l'urgence, passer par la nouvelle association des producteurs du safran ?

Le débat vient d'être tranché en décembre 2009 puisque le cahier des charges retenu vient d'opter pour une AOP (Appellation d'Origine Protégé) : « SAFRAN TALIOUINE ». Le travail finalisé sera déposé au Ministère de l'Agriculture à la mi décembre lors du Salon international de la filière fruits et légumes (SIFEL) d'Agadir. Le groupement demandeur est provisoirement le Conseil Régional de Souss Massa Draa dans l'attente de le confier au groupement de producteurs de safran d'ici le Festival de 2010.

Coopératives commerciales ou multiservices ?

La première option retient toute l'attention des producteurs rencontrés. Mais d'autres services pourraient être proposés aux adhérents. Par exemple des pépinières de production de bulbes de safran, l'appui à la sensibilisation et la formation des agriculteurs locaux.

Il semble en effet préférable, dans la démarche coopérative, d'évoquer l'ensemble des problèmes des participants. En ce sens le choix d'une coopérative limitée à son volet commercialisation ne paraît pas le meilleur. Pourquoi ? Monter une structure lourde, comme une coopérative, demande des efforts importants de la part de tous les membres. Se limiter à un seul volet (la commercialisation par exemple) ne permet pas une valorisation suffisante du temps et des efforts fournis par les sociétaires. Il n'y a pas que la vente qui compte. Les autres aspects de la production (irrigation, matériel, intrants, production de bons bulbes...) peuvent utilement être traités collectivement. Un déplacement des responsables pour des contacts commerciaux ou pour régler divers aspects de la gestion est davantage « rentabilisé » s'il peut aussi s'occuper des divers approvisionnements. Au total, même s'il est préférable de se centrer sur un seul volet au démarrage de la coopérative, il faut prévoir dès le départ les autres volets et s'y préparer avec les membres.

Création de nouvelles coopératives ou d'un mouvement coopératif ?

Le mouvement de coopération repose sur des valeurs de solidarité entre les membres à travers une organisation collective au service de ses adhérents, l'égalité des membres dans les prises de décision, la transparence dans la gestion. Au-delà de la diversité des formes (production, commercialisation, etc.) il s'agit d'un même système de valeurs. Il ne s'agit donc pas de simplement, lors de la mise sur pied d'une coopérative, créer une organisation sans évoquer un mouvement avec un ensemble de valeurs.

IV. Le Projet Safran FAO, ORMVAO et Migrations & Développement

Le but du projet est l'intégration de la filière safran dans le tissu économique national pour l'ouvrir au commerce international, la stratégie adoptée est l'organisation des producteurs dans un réseau dynamique de promotion du safran.

Dans le cadre du Partenariat de la Montagne, la FAO finance un programme de coopération technique, le projet TCP/MOR/3201 « Renforcement des capacités locales pour développer les produits de qualité de montagne - Cas du safran ». **Ce programme, exécuté par l'ORMVAO et l'ONG Migrations & Développement, a débuté en avril 2008 et s'achèvera en janvier 2010.**

L'objectif global du projet est l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs de montagne dans la région de l'Anti-Atlas marocain (hommes et femmes). L'objectif spécifique du projet est le développement des capacités de l'ORMVAO et de la Région Souss Massa Draa dans le développement d'une démarche qualité pour les produits de montagne au travers de l'exemple du safran de Taliouine et Taznakht.

La création d'une Union des Coopératives de producteurs de safran à l'échelle régionale : une des fonctions fondamentales de l'ORMVA est de regrouper les agriculteurs en OPA (Organisations de Producteurs Agricoles). Il incite donc activement la création de coopératives et assiste les porteurs de projet dans leurs démarches. Son objectif est de coiffer toute la région avec une coopérative pour chacune des 6 zones du cercle de Taliouine (une zone représentant 2 à 3 communes rurales). Ainsi, les coopératives pleinement opérationnelles devraient couvrir toute la région.

L'élaboration d'un cahier des charges pour la valorisation du safran par une AOP (appellation d'origine protégée) délimitant l'aire géographique correspondante renforcera les liens entre les différents acteurs de la filière et développera de nouveaux marchés.

L'intervention de Migration & Développement dans ce projet vise à sensibiliser les producteurs sur l'intérêt de s'organiser au sein des coopératives pour défendre leurs intérêts, à organiser des sessions de formation à la gestion administrative et financière pour les coopératives et aux divers aspects techniques de la filière : conduite des cultures, stockage et conditionnement, identification des marchés et développement des cahiers des charges pour l'obtention de labels de qualité.
