

Ceci est la version preprint du chapitre I de l'ouvrage "Le tourisme dans les arrière-pays méditerranéens : des dynamiques territoriales locales en marge des politiques publiques », Publié en 2009 sous la direction de Mohamed Berriane par l'Université Mohammed V, L'UEMF et le laboratoire mixte international MediTer, pp.21-42. L'ouvrage (272 pages) peut être obtenu auprès du service de diffusion de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. ISBN : 978-9981-59-319-0

Le tourisme dans les arrière-pays méditerranéens

Des dynamiques territoriales locales
en marge des politiques publiques

Sous la direction de
Mohamed Berriane



Mohammed Aderghal, Lahoucine Amzil, Mohamed Berriane,
Audrey Fenocchi, Jean-Marie Furt, Bernard Moizo, Sanaa Nakhli,
Caroline Tafani, Ouidad Tebaa et Abdelali Binane pour la cartographie

Edité par l'Université Mohammed V - Agdal (CERGéo), l'Université
Euro-Méditerranéenne de Fès (Pôle Sciences Humaines et Sociales)
et le Laboratoire Mixte International MediTer



Chapitre 1

Initiatives locales, politiques publiques et développement du tourisme en milieu rural au Maroc : Bilan de 15 années de tourisme dans les arrière-pays

Mohamed Berriane et Bernard Moizo

Introduction

Il est aujourd'hui admis qu'au Maroc, il existe un fort potentiel pour la mise au point et la commercialisation de produits relevant du tourisme rural. Ce potentiel pourrait, s'il était valorisé, placer la destination sur le marché du tourisme culturel et de découverte avec une forte capacité concurrentielle. Une offre de tourisme rural pourrait non seulement accompagner le développement du produit balnéaire que privilégient les choix officiels en matière de tourisme, en le rendant plus compétitif par rapport à ses concurrents méditerranéens, mais également davantage diffuser les retombées directes du tourisme dans des zones marginalisées ou isolées et contribuer ainsi au développement humain et socioéconomique local (OMT-Ministère du tourisme 2002).

Ce sont probablement ces raisons qui expliquent en partie l'engouement actuel pour cette activité et sa croissance en milieu rural. Mais au-delà de l'intérêt des pouvoirs publics, il faut reconnaître qu'une certaine fièvre du tourisme s'est emparée des campagnes marocaines, fièvre qui s'accompagne d'une inflation dans les termes désignant les tourismes qui se développent dans les arrière-pays : tourisme rural, tourisme vert, écotourisme, agrotourisme, tourisme de montagne, tourisme durable, tourisme doux, etc. (Marcotte, Bourdeau et Doyon 2006). Tous ces termes sont utilisés parfois indifféremment pour signifier la même chose, alors qu'ils renvoient à des réalités différentes (Froger 2010a). Nous proposons ici de retenir le terme de **tourisme rural** ou **tourisme vert**, les deux étant pratiquement synonymes et recouvrent l'ensemble des pratiques touristiques en milieu rural. Il peut englober l'écotourisme, toutes formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du touriste est d'observer et d'apprécier la

nature ainsi que les cultures traditionnelles qui habitent ces zones naturelles (Higham 2007)¹ ou l'agro-tourisme (activité touristique complémentaire à l'agriculture, localisée dans une ferme).

Plus que l'effet des politiques publiques à travers la définition de la stratégie du tourisme rural en 2002 (OMT-Ministère du tourisme 2002), c'est plutôt la mobilisation au niveau local du mouvement associatif de proximité qui explique cette fièvre. Ce dernier accompagne, voire suscite, les petites actions qui se mettent en place ici et là pour attirer des touristes et leur offrir un minimum de services.

L'implication de ces deux niveaux, l'étatique et le local amène un premier questionnement à propos de la gouvernance et des articulations entre les actions et initiatives descendantes et ascendantes (Berriane, Aderghal et al. 2012). Dans ce cas, on peut poser l'hypothèse que le niveau de réussite d'un projet de tourisme rural est lié au degré de son appropriation par la population locale. Ceci fera l'objet du premier point de notre analyse.

Par ailleurs, la multiplicité d'intervenants appartenant à différents niveaux (local, régional, national et international) entraîne parfois des incohérences, voire des conflits d'intérêts entre ces différents intervenants, ce qui annihile tous les efforts entrepris et limite les effets positifs (Simmoneaux 1999, Froger 2010b). Selon nous, la mise en tourisme du milieu rural exige une approche territoriale (Berriane 2006), celle-ci est implicite dans les actions du ministère à travers la notion du Pays d'Accueil Touristique (OMT-Ministère du tourisme 2002). Nous examinerions dans un deuxième temps les problèmes que pose cette approche.

Ces deux points seront traités à travers différents exemples, mais en n'en retenant que deux principaux car ils nous semblent représentatifs de la diversité des situations : celui de la région de Chefchaouen dans la montagne rifaine au Nord et celui d'un projet localisé dans les montagnes atlasiques du Sud. Ces deux exemples sont à la fois représentatifs de l'implication des différents porteurs de projets, des conditions de montage, de partenariat, d'intervenants, d'articulations entre les initiatives venues d'en haut et celles issues de la base, des produits de terroir d'appel et de la réussite ou non du projet, bref de tout le processus de mise en tourisme (Violier 2001). Mais auparavant, nous avons jugé utile de décrire ce fort engouement liés au tourisme rural qui semble émerger dans les campagnes marocaines et se généraliser à pratiquement tout le pays.

¹ Voir le livre de référence de J. Higham, 2007 " Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon, James Higham (Ed)

1. La fièvre du tourisme rural au Maroc

Nous assistons effectivement à un vrai enthousiasme pour les diverses opportunités d'accueil des touristes en milieu rural et l'activité se diffuse rapidement, le plus souvent de façon spontanée tant au niveau de la demande que de l'offre. Il est cependant impossible d'avoir une idée chiffrée sur cette activité car il n'existe, à ce jour, aucun système ni moyen d'évaluer ou de suivre la demande. Une étude commandée par le ministère a estimé le nombre de consommateurs réels du tourisme rural au Maroc à 650.000 personnes en 2002 et envisageait une potentielle évolution pour atteindre 2.900.000 touristes ruraux en 2010 (OMT-Ministère du tourisme 2002). Mais si les chiffres manquent encore, l'observation sur les différents terrains atteste d'une demande forte et réelle en face de laquelle une offre s'organise progressivement.

L'origine d'une initiative locale fait souvent suite à une demande spontanée, émanant de touristes découvrant le potentiel attractif de la région, qui, en retour, suscite souvent une offre, elle aussi spontanée. Le cas de la région de Chefchaouen illustre bien cette antériorité de la demande. Dès le milieu des années 90, individus et groupes visitant la ville de Chefchaouen ont prolongé leurs séjours dans la région en effectuant des randonnées dans l'arrière-pays, avec parfois des étapes et un hébergement improvisés chez l'habitant. Ensuite des petits groupes de touristes (surtout espagnols mais aussi français) arrivant au Maroc en voiture, ont commencé à intégrer dans leurs itinéraires vers le sud du pays une halte de deux ou trois jours à Chefchaouen pour y pratiquer quelques circuits proposés localement et devenus depuis « classiques » (OMT-Ministère du tourisme 2003). Les programmes de ces randonnées sont mis au point en concertation avec de jeunes guides, des associations de développement local, des professionnels de la restauration ou de l'hébergement, tous de la ville. Aujourd'hui et selon les entretiens réalisés auprès des professionnels, des guides et du mouvement associatif, plus de 5.000 personnes par an visitent la région et y séjournent. Bien qu'il soit difficile à vérifier, ce chiffre est très significatif si on tient compte du fait qu'un produit de tourisme rural structuré et commercialisé n'est pas encore tout à fait disponible.

Ainsi partout au Maroc, une demande initiale en aval a enclenché le processus. Mais bien que la richesse culturelle et paysagère, dans plusieurs régions, consolidée par un parc ou une réserve naturelle, soit parmi les facteurs d'attraction, la proximité de zones dites d'émission est en fait le principal élément déterminant du développement du tourisme. En effet, le

processus prend surtout à proximité des zones d'émission comme Agadir pour les Ida-ou-Tanane dans le Haut Atlas occidental, Essaouira pour son arrière-pays, Marrakech pour le Haut Atlas, Chefchaouen et les stations du nord pour le pays Jbala, Rabat pour Oulmès et Casablanca, Rabat, Fès et Meknes pour le Moyen Atlas, pour ne citer que les plus connues. Souvent ces zones d'émission sont avant tout des points de redistribution de touristes étrangers qui ne sont pas venus spécifiquement pour visiter les destinations rurales. C'est bien sûr le cas des grandes stations de tourisme international comme Agadir ou Marrakech qui organisent autour d'elles des aires de rayonnement touristique spécifiques. Ainsi dans pratiquement tous les cas les destinations de tourisme rural au Maroc ne sont que des compléments aux grandes zones touristiques ; elles n'ont ni clientèle spécifique, ni d'autonomie propre en tant que territoires touristiques.

Dans la plupart des cas les populations locales sont assez ouvertes à ces nouvelles activités et saisissent les opportunités offertes pour générer des revenus complémentaires. Venant appuyer et accompagner ces initiatives, les ONG internationales et les bailleurs de fonds leur portent un grand intérêt. Ces intervenants peuvent relever directement des Etats (Union Européenne, Espagne, Italie, France), comme ils peuvent dépendre d'ONG financées par ces mêmes Etats. Aucune destination de ce tourisme rural n'échappe à cette règle (Berriane, Aderghal et al. 2012). Ajoutons enfin, la généralisation d'une multitude d'acteurs qui interviennent dans ce processus. En plus des ONG internationales il faut souligner le dynamisme des associations de développement local, l'intervention du ministère du tourisme, mais également le rôle des agences de développement régional, des collectivités locales, etc (Schéou, 2009).

Ainsi se construisent progressivement, un peu partout au Maroc, de véritables territoires touristiques informels en marge des destinations officielles du tourisme international (Berriane et Nakhli 2011). Que ce soit dans le nord (Rif et pays Jbala), dans le sud atlantique (arrière-pays d'Agadir) ou le Maroc pré atlasique (oasis du Draa et du Tafilalet) ou encore dans l'Atlas (Moyen Atlas et Haut Atlas) des espaces touristiques s'organisent et se structurent autour de nombreuses maisons d'hôtes, gîtes, auberges, souvent non classés, voire non répertoriés. Dans l'arrière-pays immédiat d'Essaouira nous avons dénombré 90 établissements dont seuls 29 sont recensés officiellement et seulement 6 classés ! Aux alentours de Chefchaouen ce sont plusieurs maisons d'hôtes qui s'ouvrent régulièrement tout au long de l'année.

Il est à noter que le phénomène ne connaît pas le même stade d'avancement partout au Maroc et on peut, sur la base des évolutions récentes, distinguer quatre situations types :

- Des destinations qui sont déjà inscrites officiellement par le ministère du tourisme dans les territoires en cours de structuration, où demande et offre s'organisent et croissent. C'est le cas de la région de Chefchaouen, du Moyen Atlas et du pays des Ida-ou-Tanane, dans le Haut Atlas occidental
- Des destinations où des dynamiques sont en cours, notamment au niveau de l'expansion du nombre d'établissements d'hébergement, mais dont l'officialisation et l'intégration au programme du ministère n'est pas encore d'actualité. C'est le cas de nombreuses régions, comme l'illustre l'arrière-pays de la ville d'Essaouira.
- Des destinations avec un très fort potentiel, bénéficiant de la proximité d'une grande zone d'émission et très présentes dans la programmation et les projets régionaux, mais où la dynamique touristique ne prend pas en raison de l'absence d'appropriation du modèle par les populations locales. C'est notamment l'exemple de la région d'Oulmès.
- Des destinations où convergent des initiatives internationales, arrivant à mobiliser des acteurs locaux ayant transité par l'émigration, sans que le succès ne soit le même partout. Ici un bon exemple est un grand programme de développement du tourisme dans les montagnes du sud suite à une initiative internationale.

2. Action publique et collectivités locales

Cette typologie, même si elle peut sembler sommaire, met en évidence les rôles de trois grandes catégories d'acteurs : l'Etat et ses services externes, les organismes internationaux et les sociétés locales. D'où la nécessité d'analyser les interactions qui existent ou non entre eux. Pour ce faire et comme indiqué précédemment, nous présentons à ce stade deux exemples : celui de Chefchaouen et celui de l'Anti Atlas et du revers sud du Haut Atlas.

2.1 Chefchaouen ou la multiplicité des intervenants au niveau local

Une demande précoce

Historiquement les choix officiels en matière de tourisme au Maroc étaient focalisés dès le départ sur le produit balnéaire que complétait une offre culturelle dite « villes impériales » et secondairement la destination désert (Berriane 1999). Ce n'est qu'en 2000, lorsqu'à l'occasion d'un ambitieux programme de relance du tourisme, toujours basée sur le balnéaire à travers le plan Azur, que le Ministère du tourisme a commencé à réfléchir timidement à des produits dits de niches (OMT-Ministère 2002). Or, entre temps une demande informelle a commencé à mettre en évidence aussi bien le désert que les campagnes marocaines, notamment en zones de montagnes et l'Etat a du intégrer dans sa planification ces deux composantes auxquelles il convient d'ajouter l'émergence d'une demande du tourisme domestique. Donc les initiatives locales ont souvent précédé celle de l'Etat dans le développement du tourisme rural au Maroc, qui devait toujours tenir compte de leurs effets directs et induits.

Chronologiquement première destination du tourisme rural², la région de Chefchaouen peut illustrer les initiatives successives locales et celles de l'Etat. L'arrière-pays de la ville de Chefchaouen est une région déjà présente sur le marché du tourisme rural. Cette région est inscrite dans la province dont la petite ville historique est le chef-lieu, elle couvre une unité géomorphologique appelée Dorsale calcaire et recoupe plus ou moins les limites du territoire de la tribu des Rhomara. La zone se présente comme un territoire géographique cohérent, doté d'une forte identité culturelle et de différentes potentialités pouvant sous-tendre une thématique touristique diversifiée. L'un des centres d'intérêt les plus forts est le parc national de Talassemtane, l'une des zones les plus boisées du pays (cèdre, chêne-liège, chêne zen, pin noir et surtout unique sapinière naturelle d'Afrique) classée en 2006 par l'Unesco dans la « Réserve de la biosphère intercontinentale de la Méditerranée » (Thompson 2011). En outre, la destination est située à proximité des stations de Tanger et du littoral de Tétouan, centre émetteur d'une clientèle à la recherche d'offres touristiques alternatives, culturelles et de découverte. Elle est enfin facilement accessible à partir de Rabat et Casablanca et la rocade méditerranéenne l'ouvre encore davantage sur le nord et le rivage méditerranéen.

² On ne prend pas en compte ici le cas du projet du Haut Atlas central qui outre le fait que c'est un produit de haute montagne, remonte aux années 1980, et est le résultat d'un processus de partenariat maroco-français bien antérieur au déclenchement de l'actuelle vague de demande sur le tourisme rural.

La région dispose donc d'atouts avérés et a bénéficié très tôt d'une demande spontanée et non consécutive à une campagne publicitaire. La clientèle touristique qui fréquente le plus la région est essentiellement celle qui passe par Chefchaouen, cette ville étant le principal pôle émetteur des randonneurs et autres pratiquants du tourisme vert. Cette dernière dispose d'une capacité d'hébergement de 550 lits et d'une multitude de pensions familiales et maisons d'hôtes non classées.

De ce fait une zone commence à s'organiser en cercle autour de la ville de Chefchaouen avec une forte densité de ressources à valoriser, de possibilités d'hébergement et de circuits régulièrement fréquentés et où diverses actions (guides, gîtes ruraux) ont été engagées en partenariat avec les acteurs locaux et des ONG (carte 1).

De nombreuses initiatives locales

Cette demande touristique ne laisse pas indifférents les acteurs locaux. Les flux de touristes ont suscité dans la région une réponse assez originale de la part d'acteurs locaux qui ont su répondre partiellement aux diverses attentes.

Soulignons surtout, pour l'instant, la diversité de ces initiatives (Berriane, 2006 ; Steiner 2009). Des jeunes guides officiels travaillant sur la ville, ou d'autres travaillant plus dans l'informel, captent une partie de cette demande en s'organisant (fax, téléphone portable, site Internet) et en recevant des commandes pour l'organisation de circuits. Des professionnels de la restauration ou de l'hébergement co-organisent avec ces guides des excursions pour les groupes. Des habitants de certains villages, parmi les plus fréquentés ont improvisé des moyens d'hébergement de fortune pour que des touristes, arrivés en petits groupes, puissent y passer la nuit. Ces hébergements sont, bien sûr, organisés en partenariat avec ces jeunes guides. Dans plusieurs villages des candidats gîteurs répondent à cette opportunité. Ces gîtes sont soit des créations, soit des rénovations et/ou des restaurations d'anciennes demeures.

Ainsi, bien avant la mise en place du programme du Ministère du tourisme, la zone possédait déjà des structures. Un hébergement chez l'habitant existait aussi dans certains villages fréquentés par les groupes de randonneurs et ce dès le début des années 90. Mais il se faisait dans une certaine improvisation laissant beaucoup à désirer, tant en termes d'hygiène que de confort. Ce qui représentait une menace sérieuse pour son futur. C'était le cas surtout dans les villages de Khizana et Azilane mais aussi dans d'autres comme Bni Maala ou Imourassen.

La situation va sensiblement changer lorsque les associations de développement local, très actives et nombreuses à Chefchaouen et dans sa région, vont intégrer le tourisme rural dans leurs activités. Elles organisent, avec l'appui des ONG internationales, des formations courtes. D'autres ont créé des clubs d'écotourisme et délimitent, reconnaissent et testent des itinéraires. D'autres encore, dépassant ce stade, reçoivent des groupes envoyés par d'autres associations européennes. Une association a initié la construction d'un gîte à environ 6 heures de marche de Chefchaouen, et compte y recevoir des groupes envoyés par des associations étrangères dans le cadre de circuits de tourisme solidaire. Deux de ces associations soutenues par des bailleurs de fonds internationaux semblent être des supports solides pour le développement du tourisme; elles ont toutes les deux inscrit le tourisme rural comme une priorité dans leurs activités et espèrent ainsi pouvoir diffuser leurs actions sur des réseaux d'associations villageoises avec lesquelles elles montent des projets. L'association Talassemrane pour l'environnement et le développement a pour vocation d'œuvrer pour la protection de l'environnement. Elle voit dans le tourisme rural un moyen d'améliorer les revenus des populations locales ce qui pourrait contribuer à diminuer les pressions anthropiques sur la forêt et notamment le sapin. Quant à l'Association de Développement Local de Chefchaouen, elle vise essentiellement le développement rural et a aussi identifié le tourisme comme une activité susceptible d'accompagner ses projets.

Saisissant l'intérêt de cette nouvelle activité et répondant aux sollicitations des associations de développement local, de nombreux petits porteurs de projets se lancent dans la création de gîtes. Des investisseurs locaux se sont improvisés gîteurs et gestionnaires d'auberges tel cet investisseur originaire de la région qui a ouvert une auberge à Dardara servant de point de départ à des randonnées, pédestres ou équestres, en montagne.

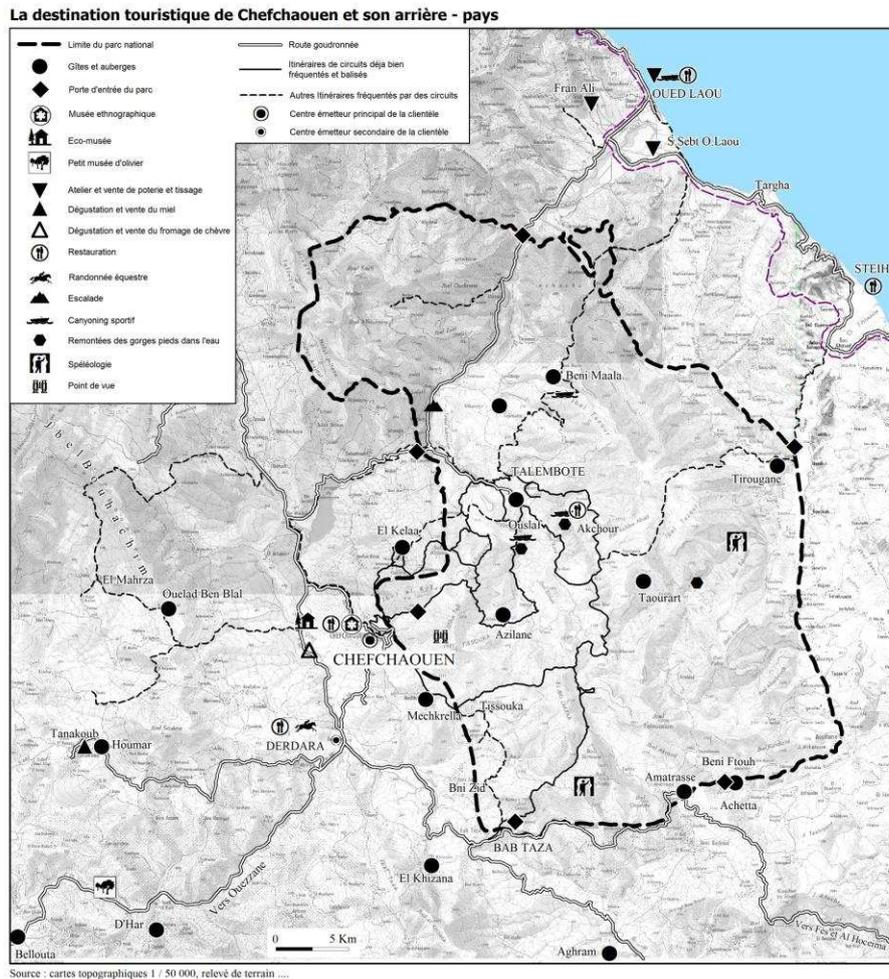
En résumé, une certaine mobilisation des initiatives locales s'est enclenchée à Chefchaouen et sa région et tous ces acteurs croient fermement au tourisme rural et souhaitent générer localement des revenus supplémentaires grâce à cette activité.

L'intérêt de l'aide internationale

Enfin, cette activité a très tôt suscité l'intérêt des bailleurs de fonds et développeurs internationaux. Divers projets et actions initiés par des ONG internationales s'inscrivent dans l'effort de développer un tourisme rural dans la région. C'est grâce à une aide obtenue de la Fondation espagnole IPADE et de la Junta de Castilla La Mancha que l'association ADL a déjà

organisé une formation qualifiante dans le domaine du tourisme rural. Vingt et un jeunes, originaires de Chefchaouen, ont ainsi été initiés au métier de guide, au secourisme et à l'organisation de randonnées dans la région. C'est également grâce à l'appui de l'IPADE et à la coopération espagnole qu'ADL a pu réaliser et publier un inventaire des ressources et potentialités touristiques de la Province de Chefchaouen (ADL 2002).

Carte 1 : La destination touristique de Chefchaouen et son arrière-pays



L'un des projets les plus ambitieux en matière d'aide à la mise en place du tourisme rural dans la région a été le projet de « Développement participatif des zones forestières et péri-forestières de la province de Chefchaouen »

financé par l'Union Européenne dans le cadre de Meda II³. Prenant la suite du projet GEFRIF⁴, ce programme a intégré dans ses priorités le balisage de plusieurs itinéraires de randonnée, il l'a sous-traité à l'Association Talassem-tane, et à contribué activement à la mise en place du parc national éponyme. Aujourd'hui, une nouvelle association espagnole, l'ACTLC (association catalane pour le temps libre et la culture) est fortement impliquée et très présente. Elle a initié la création d'une association dédiée exclusivement au tourisme rural, « Chaouen rural » qui, avec son aide, a réhabilité des gîtes, organisé des formations de propriétaires à l'accueil touristique et se charge aussi de la commercialisation, tout en proposant aux randonneurs un programme de découverte de la région grâce à des circuits personnalisés.

2.2 L'intervention de l'Etat : Les tentatives de construction d'un produit de tourisme rural ou quand l'incompatibilité des actions altère la cohésion (le PAT de Chefchaouen)

Le foisonnement d'idées, de projets et d'initiatives que suscite la région de Chefchaouen ne se fait pas en dehors des décideurs, que ce soit au niveau des autorités et collectivités locales ou au niveau central au Ministère du Tourisme. Il reste que l'initiative la plus remarquable est celle préconisée dans le cadre de la stratégie nationale du tourisme rural. Elle a mis au point un concept appelé « Pays d'Accueil Touristique (PAT) » pour décliner ses programmes aux niveaux régional et local. Cette intervention venant en complément des multiples initiatives locales pose le problème de l'articulation entre des actions venant du haut avec celles initiées par le bas.

Le PAT de Chefchaouen fut le premier à être mis en œuvre par le Ministère du tourisme en 2003 (OMT et Ministère du Tourisme 2003). Il implique plusieurs partenaires sur lesquels nous reviendrons plus loin. Or, le montage de ce projet pilote va devoir intégrer et réunir toutes les initiatives déjà en cours et concilier des stratégies qui ne sont pas toujours compatibles. Il en résulte qu'après dix années d'existence le PAT de Chefchaouen manque toujours de visibilité.

L'un des points forts d'un PAT est l'ouverture de la maison du pays, véritable vitrine unique du territoire touristique, mais aussi siège de la structure qui doit à la fois porter son montage, héberger son équipe, mais aussi animer, développer et gérer le PAT. Cet emblème de la destination

³ Principale traduction financière du partenariat euro-méditerranéen, lancé à Barcelone en 1995, le programme MEDA II a comporté une aide substantielle aux provinces du Nord du Maroc

⁴ Gestion et protection des écosystèmes forestiers du Rif

touristique, véritable clef de voûte du concept, est quasi-inexistant et inopérant.

Cette absence de visibilité est causée notamment par le chevauchement des actions des multiples intervenants. Le ministère du tourisme lance le chantier de la Maison du Pays en plein centre de Chefchaouen et dans le même temps l'administration des Eaux et Forêts crée la maison du parc national située aussi en ville. La première doit promouvoir la destination dans sa globalité, alors que la seconde ne s'occupe que du parc, destination incontournable proche de Chefchaouen, ce qui œuvre à l'encontre d'une occasion unique de promouvoir de façon intégrée et forte l'image du pays de Chefchaouen. Face à ce manque de coordination d'actions venant d'en haut, les guides, gîteurs et autres agents du tourisme local sont impuissants et ne savent comment réagir.

L'efficacité potentielle de cette instance de gestion et de promotion du pays est limitée par l'absence, à ce jour, d'une personne clef du PAT et de la maison de pays : le directeur du PAT. Ce dernier devrait avoir le profil d'un agent de développement local et non celui d'un cadre administratif. Sa nomination ne devrait pas être assujettie à l'officialisation du PAT, mais la précéder puisqu'il qui doit être l'animateur du chantier de création. La délégation du tourisme, localisée à Tétouan et non à Chefchaouen, a décidé de désigner parmi son personnel, nouvellement recruté, un cadre devant animer le tourisme rural. Mais, outre le fait que son profil n'est pas celui d'un agent de développement, qu'il est domicilié à Tétouan, ce cadre n'a pas le titre de directeur de la maison du pays. La raison en est, là aussi, une absence de coordination entre le ministère, la municipalité, la région, etc. sur l'instance qui va prendre en charge la rémunération de ce cadre.

L'une des raisons de ces dysfonctionnements est le nombre très élevé des intervenants dans les montages des produits en liaison avec le tourisme rural. Ainsi le développement du tourisme rural dans l'arrière-pays de Chefchaouen implique le Ministère du tourisme (Ministère, délégation, CRT), les Eaux et Forêt (parc national), la province (service économique), la municipalité de la ville de Chefchaouen, l'Agence de Développement du Nord (ADN), l'Agence de Développement Social (ADS), l'UE (Projet GEFRIF dans un premier temps puis Meda II), l'association Movimondo (Italie), l'association ACTLC (catalogne) et sa création l'association Chaouen rural, l'association Talassemrane, l'association de développement local de Chefchaouen, les gîteurs, les guides locaux, la population

directement concernée et les marchands des séjours touristiques qu'ils soient locaux ou extra régionaux.

Les conséquences de l'intervention simultanée de nombreux acteurs sont multiples. Les enjeux et les stratégies des uns et des autres ne sont pas toujours concordants comme l'illustre les divergences entre le Ministère du Tourisme et l'administration des Eaux et Forêts à propos du parc national de Talassemtane. Les différents ministères ont l'habitude d'intervenir dans des unités territoriales dont les limites ne coïncident pas toujours. On relève également de nombreuses redondances dans les actions menées en appui au tourisme comme la formation des guides ou le balisage des itinéraires. Une certaine concurrence, inévitable dans ces cas, notamment dans la commercialisation, s'installe au sein des ONG internationales, des associations locales, entre les guides, les gîteurs, etc. Enfin un sérieux problème de gouvernance se pose avec acuité car face à cette multitude d'acteurs, il n'y a pas de coordonnateur, les actions se répètent et se chevauchent et les objectifs divergent.

2.3 Le rôle de la coopération internationale ou quand les projets sont téléguidés depuis l'étranger

Dans d'autres régions, il existe d'autres modèles de développement du tourisme rural. Le versant sud du Haut Atlas et la bordure occidentale de l'Anti Atlas (carte 2) connaissent un autre type d'expérience dans le développement du tourisme rural. Contrairement au cas de Chefchaouen, l'initiative de l'introduction du tourisme de façon organisée, vient ici de l'étranger. Il faut admettre qu'ici aussi la demande était existante, puisque tant le versant sud du Haut Atlas central et oriental que l'Anti Atlas sont inclus depuis un certain temps déjà dans les circuits en autocars et véhicules tous terrains du tourisme de groupe en voyages organisés. Mais l'originalité de la démarche fut que le facteur de choix des sites pour l'implantation des projets n'était pas la présence d'un tourisme de randonnée préexistant, mais plutôt celle de porteurs de projets.

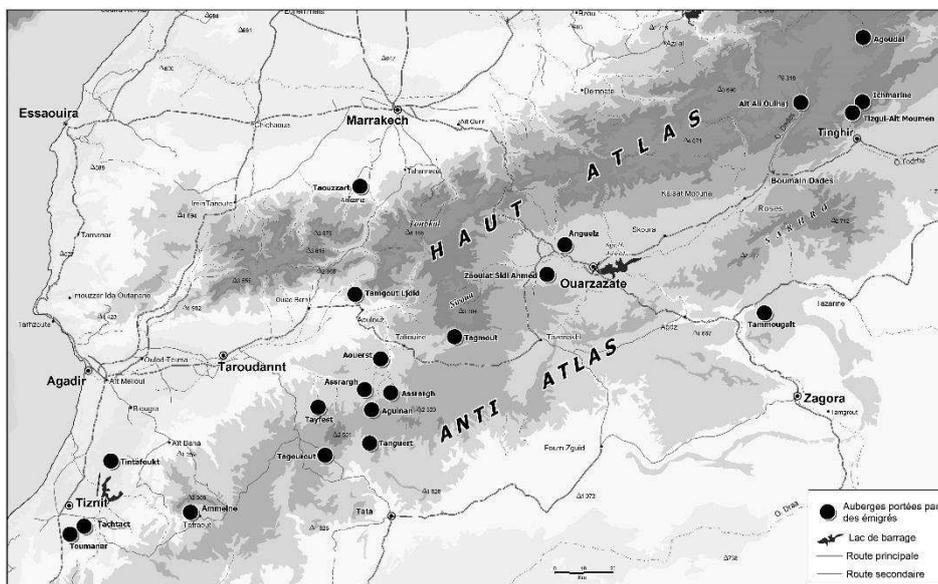
Un projet initié de l'extérieur et visant des acteurs particuliers

Il s'agit d'une action de développement local basée sur le tourisme, mais résultant d'une initiative de développement internationale et impliquant une multitude de partenaires avec une délégation des rôles et responsabilités en cascade. L'initiative en revient à l'Union Européenne qui a initié un programme expérimental de co-développement basé sur le tourisme rural. Elle en a confié la coordination à l'Agence Française de Développement (AFD), avec comme objectif de contribuer au développement local des régions

d'origine des Marocains résidents en France, pour freiner l'immigration. L'AFD confie l'exécution du projet à l'Agence de Développement Social (ADS), agence marocaine de développement, par un contrat d'opérateur signé en juin 2003. L'Agence de Développement Social délègue à son tour l'exécution du projet à Migration et Développement (M&D), ONG créée en France par des émigrés marocains en 1986, qui dispose d'une antenne à Taliouine au Maroc. Il s'agissait initialement de créer 21 gîtes ruraux pour un coût global de 2.095.700 €. Ce budget couvre à la fois les actions d'accompagnement et la subvention accordée aux investisseurs (30% du montant du projet, plafonné à 70.000 €).

Le fait que le projet vise exclusivement des investisseurs émigrés a contraint M&D à rechercher des familles de migrants prêts à investir dans une activité qui leur était pour la plupart inconnue. Ceci peut expliquer que les implantations dépassent le territoire d'intervention habituel de cette association qui a dû l'étendre pour y intégrer des investisseurs émigrés disponibles. D'où l'élargissement du territoire porteur de ces investissements, qui s'étend sur plusieurs provinces : Tiznite, Taroudant, Ouarzazate, Agadir, Marrakech (carte 2).

Carte 2 : Localisation des auberges portées par l'association Migration et Développement



A ce jour, sur 21 projets programmés, 18 gîtes ou auberges ont été construits, dont seulement 10 sont opérationnels avec, pour certains, de sérieuses difficultés. Ce bilan mitigé contraste avec l'effervescence décrite dans la région de Chefchaouen, et nous amène à nous interroger sur cette situation d'échec en dépit de l'intervention de solides bailleurs de fonds et d'agents de développement aguerris à la pratique du co-développement.

Une faible appropriation par les acteurs locaux.

Les raisons de cette faible réussite sont sans doute multiples (projets abandonnés, projets terminés mais non opérationnels, etc.). Mais l'essentiel des contraintes et blocages viennent, selon nous, du fait que les acteurs locaux ne s'approprient pas ces projets du fait qu'ils sont imposés de l'extérieur et ciblent en premier lieu des migrants dont le statut et le rôle dans leur région d'origine sont souvent complexes et ambigus.

Le choix de l'association M&D se justifiait du fait que le projet s'adressait aux émigrés. Mais si cette ONG possède une longue expérience pour doter les villages des infrastructures de base (électricité, eau, assainissement) et pour mobiliser les populations à travers un dense réseau d'associations villageoises, elle était peu préparée pour l'ingénierie de projets touristiques. Le fait que le projet soit destiné aux Marocains résidant ou ayant résidé à l'étranger va provoquer, dans certains cas, des frustrations chez les autres, surtout quand parmi eux se trouvent des personnes d'influence qui entrent en compétition avec ces mêmes émigrés. Par ailleurs, dans la plupart des cas ce ne sont pas les migrants ayant profité de ce programme qui gèrent les projets, mais leurs parents, ce qui accroît encore plus les frustrations.

Même si l'association avait une bonne connaissance de la migration marocaine en Europe, par manque de temps et vu l'étendue du territoire concerné, elle fut obligée de s'adresser à des migrants appartenant déjà à ses réseaux et non à des migrants souhaitant investir dans le secteur ou en ayant déjà une pratique. D'où les difficultés à convaincre des ressortissants marocains en France, à investir dans leurs villages dans un domaine encore peu connu, sans qu'ils y soient présents. En même temps, l'association devait convaincre des villageois vivant dans des conditions d'isolement à accepter des investissements peut-être pas prioritaires à leurs yeux et l'irruption de touristes dans leurs vies quotidiennes.

Une enquête de terrain, portant sur deux villages (Tagmoute et Aourest) situés dans la région de Taliouine, illustre bien ces difficultés. Les deux villages ont bénéficié du même programme porté par M & D et financé par

l'UE via l'AFD et l'ADS, avec l'implantation d'une auberge. Si dans le premier les villageois semblent avoir accepté cette implantation et essaient d'en tirer bénéfice, on assiste dans le second à un rejet systématique du projet par la population, ce qui le bloque.

A Tagmoute, l'unique association du village a accepté de sensibiliser et préparer la population à l'ouverture de l'auberge, implantée à l'entrée du village mais à l'écart du centre de vie. Le gestionnaire de l'auberge est un agriculteur du village et les visiteurs sont systématiquement orientés vers les coopératives féminines et artisanales du village.

Dans le second village, un conflit est très vite apparu entre l'association du village, approchée par M & D, dirigée par un parent de l'émigré ayant investi dans le projet et une autre gérée par le président du conseil communal, autre homme de pouvoir, qui lui n'est pas un émigré. Les conflits entre ces deux associations reflètent les luttes d'influence au niveau local avec même des suites judiciaires et se répercutent sur le projet, ses adversaires critiquant le fait qu'il soit implanté au sein du village parmi les habitations. Aujourd'hui, l'auberge certes fonctionne mais sans la caution ni le soutien des autorités locales.

Ces conflits intra-villageois se retrouvent entre les auberges implantées dans divers villages, ce qui en impacte le fonctionnement et notamment la commercialisation. On peut avancer l'hypothèse que ces conflits auraient été atténués si les projets étaient partis d'initiatives locales, longuement mûries dans un processus participatif et non imposé d'en haut et gérés selon des concepts et critères exogènes.

Nous n'abordons pas ici les autres problèmes relevés et qui renvoient au manque de professionnalisme dans le montage des projets, de la sensibilisation de la population, de la formation ou de la commercialisation. Ceci bien que l'association M & D ait déployé des efforts considérables en termes de promotion, de balisage et de formation. Par contre nous reviendrons plus loin sur les effets de ce type de montage sur la construction territoriale du projet.

Un bilan peu encourageant

Tableau 1 : Bref bilan du projet de tourisme rural porté par M et D

Produit ⁵	Nb d'établissements	Nb de lits	Employés permanents	Employés saisonniers	Effectifs clients 2009	CA – 2009 (en MAD)
Pays du safran	4	77	6	9	857	123.100
Pays des roses	3	55	7	8	2500	505.120
Pays de l'argan	3	70	5	6	415	95.890
Total	10	202	18	23	3772	724.110

Source : Enquête terrain - 2010

En résumé, le bilan de cette opération, synthétisé dans le tableau 1, est peu encourageant. Pour ne pas citer directement les établissements nous avons regroupé les résultats selon les trois produits sur lesquels M & D a basé le montage du projet, nous y reviendrons plus loin. Sur les 21 projets, seuls 10 fonctionnent. La taille de ces établissements est relativement réduite, mais reste acceptable pour ce type d'hébergement, la capacité moyenne étant d'environ 20 lits. Ce sont surtout les effets en termes d'emplois et de retombées qui interpellent : 18 personnes employées au total ce qui est bien loin en terme de retombées sur les emplois locaux attendus par les villageois, soit une pour plus de 11 lits, les taux d'occupation indiquent une moyenne annuelle de 18 clients par lit sur toute l'année et une contribution au chiffre d'affaire de 191 dh⁶ par client ce qui est très en deçà des prévisions initiales. Les données sur le nombre de nuitées n'étant pas disponibles, il semble bien que la fréquentation, principal indicateur de réussite de ce type d'établissement, soit assez faible, signe d'un produit peu attractif et qui ne marche pas. Il faut cependant noter les grandes disparités entre les trois régions d'une part et les établissements de l'autre. Le « pays des roses » émerge nettement : 44 touristes par lit sur l'année et 202 dh par touriste. Mais, même ici, ces performances ont peu de retombées en termes d'emplois. En fait le pays des roses se situe en pleine zone touristique de la région d'Ouarzazate, principal réceptacle du tourisme de désert et de montagne qui possède donc des infrastructures touristiques bien rodées et des personnels aguerris pouvant être opérationnels sans l'apport des employés locaux. Au sein de cet

⁵ Faisant référence au produit de terroir le plus en vue respectivement dans chacune des trois zones.

⁶ Environ 17 euros

ensemble, un établissement se détache par son implantation en pleine oasis (oasis d'Agdz) et par sa gestion par un diplômé de l'université, parent de l'émigré investisseur.

On se rappellera que le critère du choix des sites d'implantations de ces projets portait plus sur la disponibilité des émigrés porteurs de projets que sur la vocation du lieu ou de la disponibilité des ressources humaines au niveau de la gestion. Lorsque ces deux conditions sont réunies comme dans le cas de cet établissement de l'oasis d'Agdz, le projet a toutes les chances de réussir, mais cette réussite est malheureusement un cas isolé.

La prise en compte du seul critère des investisseurs émigrés génère également des problèmes au niveau des constructions territoriales.

3. Les tentatives d'une construction territoriale

3.1 Des projets de territoires sans territoires de projet

Rappelons que cette nouvelle forme de tourisme se diffuse rapidement au Maroc le plus souvent, comme on l'a vu, de façon spontanée que ce soit au niveau de la demande ou de l'offre et son développement n'obéit pas à la démarche de mise en place du tourisme classique au Maroc depuis la fin des années 60. En effet, outre le fait que le tourisme rural gagnerait à être appréhendé comme un système, alors que le tourisme classique est souvent traité comme une activité sectorielle, le premier en zone de montagnes fait appel à une multitude d'acteurs différents de ceux habituellement impliqués dans le tourisme classique. D'initiative avant tout locale, son développement doit être maîtrisé in situ, son capital est basé sur la valorisation du produit local et sa gestion est rigoureusement locale. En résumé les initiatives visant la mise en place d'un tourisme rural relèvent plus de la problématique de développement local en zones souvent périphériques voire marginales, que de celle plutôt nationale liée aux implantations du tourisme classique. Pour toutes ces raisons, le tourisme rural devrait, à notre sens, faire l'objet d'une approche territoriale intégrée. Par cette affirmation, on ne fait que s'inscrire dans la dynamique qui se développe actuellement au Maroc, et dans divers pays, qui s'appuie sur le concept de développement territorial (Aderghal et al 2013).

Le Pays d'Accueil Touristique tel qu'on l'a défini plus haut nécessite une unité territoriale dont la délimitation ne relève ni du critère administratif, ni du critère naturel. Dans cette délimitation, on doit certes tenir compte des centres d'intérêts touristiques et des infrastructures ; Mais le critère central demeure celui des acteurs du tourisme et de leur volonté à construire

ensemble un territoire de projet. Donc le premier chantier pour identifier ce territoire relève à la fois de la pédagogie et de la sensibilisation pour amener des gens à construire ensemble un « produit » et à en faire un territoire touristique. L'identification de ce territoire devrait être issue de ce processus, d'où un territoire partant d'une perception émise par la base et qui doit rester évolutif car ses limites ne seront jamais figées.

Or, dans le cas des différents PAT créés ou en cours de création au Maroc, si les études préliminaires ont insisté sur cette problématique d'identification et de construction collective d'un territoire d'accueil touristique, celle-ci a été complètement évacuée lors du processus de mise en place. Implicitement les PAT correspondent, selon les responsables du tourisme rural aux provinces. Cela signifie donc que le projet de PAT devrait s'appliquer à un espace correspondant à une unité administrative aux limites fixes tout en supposant que toutes les composantes socio territoriales de cette province y soient impliquées et en soutiennent l'initiative.

On est très loin dans cette démarche d'un territoire de projet construit par la base et de façon évolutive au fur et à mesure de la croissance de la demande et de l'adhésion de nouveaux acteurs.

Malheureusement ce hiatus entre une idée et sa réalisation concerne tous les PAT. Le projet de M & D n'y échappe pas puisque la composante territoriale est quasiment absente malgré le regroupement spatial des structures d'hébergement en trois « pays ». Il ne pouvait en être autrement dans la mesure où, comme on l'a vu, le critère premier du montage des projets était la présence d'un migrant prêt à investir dans le projet. Or, la dimension territoriale devrait intervenir bien en amont au moment de la conception du produit en adossant son montage sur les complémentarités entre les sites, les connexions et la mise en réseau possible entre les futurs porteurs de projets. Finalement même labélisés sur la base de produits de terroirs, marqueurs identitaires territoriaux : « pays du safran », « pays de la rose » et « pays de l'argan », ces auberges n'ont rien en commun qui les regroupe ou les connecte et leurs gestionnaires se plaignent de cette absence de conscience et dynamique collective autour de projet de territoire : une identité commune et partagée. D'où les difficultés de commercialisation des circuits touristiques et les faibles rendements de ces établissements.

3.2 Une grande capacité de mise en tourisme par le bas

Si on excepte les projets portés par M & D, qui pour les raisons analysées plus haut n'ont pas d'effets sur des constructions territoriales à ce jour, on est frappé par le fait que partout où les initiatives sont plutôt spontanées et

locales la construction de territoires touristiques se fait par le bas avec des évolutions assez probantes. Ces constructions territoriales par le bas sont initiées par le jeu des porteurs de projets dans différentes régions même si elles se font de façon informelle, elles existent bel et bien et de surcroît sont porteuses d'une dynamique initiée le plus souvent par les populations locales qui semble plus efficace.

Que ce soit dans le pays de Chefchaouen, celui d'Essaouira ou au Moyen Atlas ou encore dans les oasis, les propriétaires de maisons d'hôtes et d'auberges engagent des actions qui viennent s'ajouter à celles d'autres intervenants (associations de développement local, ONG internationales, certains groupes sociaux), le tout convergeant vers une mise en tourisme par le bas à la fois inattendue et non concertée, ni même planifiée.

Bien que ne relevant ni d'un plan de développement, ni d'un plan d'action quelconque, ces petites initiatives cumulées permettent de proposer des capacités totales d'hébergement proches d'un millier de lits par région. Mais si on prend en compte la multifonctionnalité des chambres de la maison marocaine (salles de séjour pendant la journée et chambres à coucher la nuit) on perçoit le caractère extensible de la capacité d'hébergement des maisons d'hôtes qui, associé aux locations par groupes et non en chambre individuelle, permettraient de doubler la capacité d'accueil.

Contrairement aux établissements hôteliers, ces maisons d'hôtes sont opérationnelles toute l'année avec un personnel permanent, originaire des localités où elles sont implantées. En général chaque structure emploie au moins 3 personnes : une pour le ménage, une autre pour la cuisine et une troisième pour le gardiennage et l'entretien, ces effectifs sont adaptables et peuvent augmenter en haute saison. Par ailleurs, elles proposent une restauration sur place quasi exclusivement à base de produits de terroirs locaux mettant ainsi en valeur la gastronomie locale ou des plats marocains, plus connus et appréciés des touristes. Ajouté aux emplois locaux, l'approvisionnement en produits alimentaires nécessaires à cette restauration et qui emprunte des circuits courts laisse supposer des retombées positives sur les économies locales dans divers domaines.

Ces initiatives ne se limitent pas toujours à de simples maisons de deux ou trois chambres à usage familial ou commercial, les deux pouvant être combinés. On trouve à présent, et c'est un phénomène nouveau, de véritables complexes avec une capacité de 100 et 300 lits dans diverses localités, notamment dans la région d'Essaouira.

Bien que résultant d'initiatives individuelles spontanées, ces demeures reflètent une certaine volonté de recherche architecturale. Celle-ci ne se limite pas simplement à la reproduction de modèles rappelant l'architecture du sud marocain, mais elle reprend également le type de maison locale y compris dans l'utilisation des matériaux de construction ; ce qui permet la préservation d'un patrimoine et de divers savoir-faire locaux menacés de disparaître avec l'urbanisation croissante et la modernisation.

Un dernier effet de ces initiatives concerne la composante territoriale. Car ces structures d'hébergement se concentrent généralement dans l'arrière-pays immédiat des chefs-lieux des régions concernées à l'intérieur d'une succession de cercles concentriques (Carte 1). La construction progressive de ce territoire se fait aussi grâce à de nombreux circuits résultant d'initiatives locales informelles ou formelles ou encore initiés par les agences de voyages basées dans les grandes villes touristiques régionales. Ces circuits sont thématiques selon le tracé des itinéraires et la nature des sites à visiter. La richesse de l'offre est assez attractive et si l'on tient compte du fait que nous nous trouvons au début d'un processus, en évolution constante, cela renforce encore la richesse de cette attractivité.

Nous avons donc là une dynamique de diffusion pertinente d'une activité à partir du chef-lieu, tout d'abord vers sa périphérie immédiate, puis plus à l'intérieur de la région jusque dans les zones marginales et isolées. Cette dynamique confirme le rôle important joué par une zone d'émission proche de la clientèle dans la naissance et le développement d'une zone de tourisme rural. Ce phénomène rappelle surtout que la mise en tourisme d'un espace rural donné ne peut s'enclencher qu'à partir d'un premier noyau central, point de départ d'une diffusion du phénomène touristique qui s'étendra sur un territoire appelé à s'élargir avec le temps.

Ces processus observés dans la région de Chefchaouen, se retrouvent un peu partout au Maroc où on assiste à des constructions par le bas et progressives de territoires touristiques reconnus et soutenus par les populations locales et les porteurs de projets. Souvent les actions de l'Etat pour structurer et développer le tourisme rural viennent se greffer sur ces territoires ; cependant ces interventions étatiques englobent ces territoires dans des unités administratives telle que la province ce qui leur fait souvent perdre leurs cohérences initiales.

3.3 Et une patrimonialisation par la mondialisation

La construction d'une image virtuelle de la destination et la réinvention du local

Officiellement, seuls trois PAT ont été labellisés au Maroc: Chefchaouen, Ida Ou Tanane et Moyen Atlas. Mais des destinations liées au tourisme rural existent un peu partout et fonctionnent en tant que tel de façon assez informelle. C'est le résultat des diverses actions menées par les petits porteurs de projets et les propriétaires des structures d'hébergement : réels acteurs de la filière qui façonnent d'une manière concrète l'image de la destination.

Pour fidéliser leur clientèle et prolonger la durée de séjour, ces propriétaires font preuve d'imagination et d'un certain professionnalisme comme en témoigne cette liste non exhaustive d'activités proposées aux touristes en milieu rural : intégration des produits du terroir dans la restauration, organisation d'excursions, visites de coopératives, stages d'initiation à des activités et de petits métiers locaux (extraction de l'huile d'argan), soins corporels locaux (hammam traditionnel), cours de danse orientale, initiation à la cuisine locale et aux arts locaux (travail du thuya, musique, poterie, peinture), parc de jeu pour enfants, soirées à thèmes, etc. Quelques propriétaires offrent également la possibilité d'accueillir des séminaires, colloques, manifestations scientifiques et culturelles au sein de leurs structures d'hébergement. Ils essaient également de tirer profit des services et activités existants dans les environs ou à proximité de leurs structures. Il s'agit principalement de la possibilité de pratiquer des sports nautiques (planche à voile, pêche, kit/surf, baignade, plongée...), la chasse, les randonnées diverses (équestres, chamelières, pédestres, quad, 4X4, cyclisme). On assiste donc à une extension du concept de tourisme rural à des tourisms dits de « niche » qui viennent compléter l'offre d'activités en milieu rural et aboutissent à une prolongation des séjours sur place ; les séjours d'une nuitée très peu rentables pour les gîteurs sont souvent un des éléments limitant d'une implication forte des populations locales dans le tourisme rural, d'où cette démarche.

Même si ces initiatives sont informelles, leur force de vente est assez efficace grâce à l'opportunité qu'offre Internet et les réseaux sociaux. Rappelons ici que le déficit humain en termes de promotion professionnelle et structurée est important pour des destinations qui ne sont pas encore reconnues officiellement et ne bénéficient pas d'un projet de développement ni d'une promotion par l'Etat. Pour pallier à ce déficit les porteurs de projets

locaux (hébergement ou animation) investissent Internet pour faire connaître et commercialiser leurs établissements et activités. Des pages en différentes langues existent, soit sur leurs propres portails, soit sur des sites à caractère publicitaire. Mais ils font appel aussi à d'autres moyens comme des encarts publicitaires dans des guides ou magazines de tourisme locaux, le relais de la commercialisation par quelques agences de voyage et la distribution d'affichettes ou de vrais dépliants dans les hôtels situés au cœur des villes, dans les kiosques, les téléboutiques, voire même dans les délégations provinciales du Tourisme. Les sites, affiches et dépliants décrivent les services offerts, le potentiel existant, les activités que les touristes peuvent exercer, et la structure d'accueil ainsi que les thèmes des séjours. A travers cette multitude de formats et supports, une **image virtuelle des destinations s'est construite et sa promotion est aujourd'hui acquise.**

Finalement, bien que fonctionnant dans l'informel, porteurs de moyens d'hébergement, associations et populations contribuent à la construction d'un produit local avec son image et les composantes de son offre, le tout connecté directement au système mondial (web) parfois sans le moindre relais ni intermédiaire.

Cette connexion de systèmes socio économiques et culturels locaux au système globalisé débouche également sur des processus de patrimonialisation fortement marqués par cette mondialisation.

Une patrimonialisation qui passe par le regard de l'autre

Le développement du tourisme au Maroc, notamment avec sa composante culturelle et rurale, la prise en compte des paysages naturels ou humanisés comme potentiellement attractifs, le rapport au passé, à la mémoire et à l'histoire, les réflexions sur le développement local, notamment en milieu rural, prenant en compte les héritages socio-économiques et les savoir-faire sont aujourd'hui autant d'occasions où le terme patrimoine revient avec insistance. Alors que, jusqu'à une date récente, le patrimoine et surtout l'action de sa sauvegarde, concernaient essentiellement les monuments historiques, héritage architectural, notamment dynastique, les centres historiques des anciennes capitales et quelques composantes culturelles citadines comme la musique andalouse, en somme un patrimoine surtout urbain, aujourd'hui, les regards se déplacent ailleurs (Berriane 2010).

Pris par une véritable « fièvre patrimoniale », décideurs et acteurs du développement quittent la ville pour appréhender les processus de patrimonialisation en cours dans les campagnes. L'élargissement de la réflexion ne se limite pas ici aux paysages naturels ou humanisés, mais

s'empare des territoires, métiers, pratiques et productions traditionnelles voire pèlerinages et phénomènes religieux. Ceci s'explique essentiellement par l'intérêt croissant des institutions nationales et internationales, pour le patrimoine en tant qu'outil de développement local, et aussi par des affirmations identitaires qui peuvent prendre des formes très diverses en réponse notamment à l'impact de la mondialisation

Partout dans les régions étudiées, des produits, des métiers et des savoir-faire, oubliés depuis longtemps ou banalisés vont être redécouverts souvent à travers une demande étrangère pour obtenir soudainement le statut de patrimoine. Valorisés, certes aux yeux des populations locales, ces héritages vont se trouver au centre d'importants enjeux qui ne débouchent pas forcément sur des retombées positives directes pour les populations (Romagny et Boujrouf 2010).

Mais cette patrimonialisation qui transite par l'étranger peut aussi brouiller les images. La recherche architecturale fortement présente dans la conception des maisons d'hôtes s'inspirant de l'architecture en terre tend à se généraliser partout au Maroc diffusant un style architectural de plus en plus standardisé et totalement déterritorialisé. Ce patrimoine revisité par l'étranger avec la multiplication du style kasbah dans toutes les régions du Maroc, tend à uniformiser un Maroc aux spécificités culturelles locales et régionales pourtant très fortes (Tebaa 2010).

Conclusion

Au terme de cette analyse et en nous limitant aux deux seules études de cas retenues ici on peut néanmoins tirer les premiers enseignements de ces 15 années de développement du tourisme rural au Maroc.

La mise en tourisme du milieu rural fait intervenir une multitude d'acteurs du niveau local au niveau international. Ces interventions se succèdent dans le temps et se chevauchent dans l'espace et malgré les bonnes intentions, les incohérences et dysfonctionnements liés à cette multiplicité des acteurs sont nombreux. Les rapports notamment entre l'approche « top down » et « bottom up » sont assez complexes et génèrent souvent incompréhensions et frustrations, il ne fait guère de doute que l'appropriation des projets par les populations et les acteurs locaux est une condition nécessaire et impérative de réussite.

Outre les aspects techniques, ces rapports entre ce qui est dicté d'en haut et ce qui émane du bas, sont essentiels dans la construction des territoires des destinations touristiques. Le critère primordial reste celui des acteurs du

tourisme et leur volonté à construire ensemble un territoire de projet. Or, dans la plupart des expériences engagées, la construction collective du territoire d'accueil touristique a été complètement évacuée du processus de mise en place des programmes étatiques. Implicitement les PAT s'inscrivent dans les limites provinciales et sont gérés par la délégation provinciale du tourisme alors que celle-ci ne dispose ni des compétences, ni des capacités pour travailler sur le développement local territorialisé, démarche toute autre que celle de la gestion sectorielle classique du tourisme qui est le point fort de ces délégations.

En outre, loin de constituer des destinations touristiques à part entière, à la fois autonomes et ayant leurs propres clientèles, ces pays d'accueil touristique en gestation sont perçus comme des produits d'appoint aux grandes destinations touristiques proches tel que Marrakech, Agadir ou les nouvelles stations balnéaires en gestation.

Pourtant, des dynamiques de construction existent ici et là, le plus souvent elles émanent de la base des territoires pouvant être mis en tourisme par l'approche territoriale. De nombreuses initiatives portées par des acteurs locaux multiplient les structures d'hébergement qui parfois se concentrent et s'organisent en réseaux dans l'arrière-pays pour offrir des destinations touristiques petites ou grandes comme Chefchaouen, Essaouira, Ifrane, Immouzer Ida ou Tanane, Agadir Marrakech, etc. Des territoires-destinations existent bel et bien et fonctionnent en tant que tels mais de façon pratiquement informelle, portés et soutenus par des initiatives individuelles et privées.

En guise de conclusion, on peut poser l'hypothèse que, procédant d'une vision sectorielle, le tourisme pourrait être un élément perturbateur des économies agraires locales. En imposant une nouvelle valorisation, à des fins récréatives des ressources naturelles, et en s'appropriant de façon symbolique le territoire, les acteurs du tourisme, opérateurs et clientèle, s'opposeraient aux exploitants agricoles et aux ruraux en général qui affichent une territorialité autochtone légitimée par un sens d'appartenance identitaire au territoire et d'appropriation effective de ses ressources. Les territoires ruraux soumis à des utilisations touristiques deviennent partagés et leur contrôle ne dépend plus des seules populations locales. Car là où le paysan voit des ressources qui fondent sa raison d'être, le touriste perçoit des espaces récréatifs et des paysages sublimés pour leur dimension pittoresque, voire exotique, et l'opérateur un potentiel économique à développer. Cette

opposition de perception est l'un des éléments qui pourraient faire du tourisme une activité générant un rejet de la part des sociétés locales.

C'est la raison pour laquelle la place accordée aux communautés locales et à leurs perceptions territoriales dans tout montage d'un produit de tourisme rural est primordiale et incontournable pour en assurer la durabilité.

Bibliographie

- Aderghal M., Berriane M., Iraki A. et Laouina A., (2013), Projet de territoire, territoire de projet, Synthèse des travaux d'un colloque international, GéoDév.ma, revue en ligne, Volume 1
- ADL, (2002), *Inventaire des ressources et potentialités touristiques de la province de Chefchaoune*.
- Bataillou, C. et Schéou B. (2010), *Tourismes, patrimoines, identités, territoires*, Presses Universitaires de Perpignan
- Berriane M. et Nakhli S. (2011), En marge des grands chantiers touristiques mondialisés, l'émergence de territoires touristiques «informels» et leur connexion directe avec le système monde, Revue Méditerranée n° 116, 1/2011, thème du numéro « Le Maghreb dans la mondialisation », pp. 115-122
- Berriane M., (1999), La géographie du tourisme au Maroc : essai de synthèse sur l'état de la recherche, in (Berriane M. et Popp H., édit.) *Le tourisme dans les pays du Maghreb : diversification et effets sur le développement local*, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat, Série colloques et séminaires, Vol. 77, pp. 15-28
- Berriane M., (2006) L'approche territoriale pour la mise en tourisme du milieu rural, in *Développement rural, pertinence des territoires et gouvernance*, coordination A. Iraki, Inau/Relor, Rabat, pp. 83-95
- Berriane M., (2010), Patrimoine et patrimonialisation au Maroc, Hesperis, Volume XLV, 2010, p. 11 - 17
- Berriane M., Aderghal M., Amzil L., Badidi B., Ferrero G. Nakhli S., (2013), *Tourisme rural, gouvernance territoriale, et développement local en zones de montagnes*, édition de l'Observatoire National du Développement Humain, 110 pages
- Blangy S. et Alain Laurent A. (2007), Le tourisme autochtone : un lieu d'expression privilégié pour des formes innovantes de solidarité, Revue Téoros
- Céline S. (2009), *Tourisme rural et développement territorial, Cas des Provinces de Chefchaouen et de Larache au Maroc*, mémoire de Master Sciences du territoire, Université Pierre Mendès France, (Grenoble).
- Froger, G. (dir.) (2010), *Tourisme durable dans les Suds ?* Peter Lang, Bruxelles, volume 11,
- Higham J. (ed), (2007) *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, Elsevier, Amsterdam

- Marcotte P., Bourdeau L. et Doyon M. (2006), Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme. Une analyse comparative, *Revue Téoros*
- OMT, Ministère du tourisme, (2002), Stratégie de développement du tourisme rural, 261 p, Ministère du Tourisme, Secrétariat Général, Bureau de Développement du Tourisme Rural
- OMT, Ministère du tourisme, (2003), Stratégie de développement du tourisme rural, Finalisation de l'étude sur la formulation du projet pilote intégré de Chefchaouen et Al Hoceïma, 50 p, Ministère du Tourisme, Secrétariat Général, Bureau de Développement du Tourisme Rural
- Romagny B. et Boujrouf S., (2010), La ruée vers l'huile d'argan. Chronique de la patrimonialisation d'un terroir marocain, *Hesperis*, Volume XLV, 2010, p. 151-166
- Schéou, Bernard, (2009), *Du tourisme durable au tourisme équitable*, de Boeck, Bruxelles,
- Simoneaux, J. (1999), *Acteurs, enjeux et régulations dans la dynamique du tourisme rural*, thèse de doctorat de géographie, Université de Toulouse-Le Mirail.
- Tebaa O. (2010), Patrimoine, patrimonialisation et développement touristique : le cas de Marrakech, *Hesperis*, Volume XLV, 2010, p. 55 - 66
- Thompson E. (2011), *Implementation of Ecotourism for the Conservation of Natural Resources in Protected Areas: A Case Study of Talassemtane National Park, Chefchaouen, Morocco*, Mémoire de stage pour l'obtention du diplôme de Master en "Foresterie tropicale durable", AgroParisTech-Engref, Centre de Montpellier
- Violier Ph. (2001), La mise en tourisme vue par les géographes, *in* Sacareau Isabelle et Vacher Luc (2001) *La mise en tourisme des lieux et des espaces, processus, périodisations et variations régionales*, La Rochelle, Ed. Letotelo, pp. 15-22.