Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
École Doctorale de Géographie de Paris – ED 434
EA EIREST 7337 – Équipe Interdisciplinaire de Recherches sur le Tourisme

Les dynamiques de genre à l'épreuve de la mise en tourisme du patrimoine.

Exemple de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès (Maroc)

Nacima MOHAMDI



Thèse de doctorat en Géographie, soutenance le 9 décembre 2024

Membres du jury :

Mme Maria GRAVARI-BARBAS – Professeure, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (directrice)
M. Mohammed ADERGHAL – Professeur, Université Mohamed V Rabat (Co-encadrant)
Mme Fabienne SAMSON – Directrice de recherche, Institut de Recherche et Développement (Rapporteur et présidente du jury)
M. Jean-François STASZAK – Professeur, Université de Genève (Rapporteur)
Mme Sophie LOUARGANT – Maîtresse de conférence, Université de Grenoble Alpes (Examinatrice)
Mme Yasmine BERRIANE – Chargée de recherche, Centre Maurice Halbwachs (Examinatrice)
Mme Mari OIRY – Maîtresse de conférence, Université Gustave Eiffel (Examinatrice)

À ma mère, Fatima
À mon fils, Imran
À mon mari, Kristen
Je leur dédie ce travail.

Les dynamiques de genre à l'épreuve de la mise en tourisme du patrimoine.
Exemple de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès (Maroc)

Résumé
Depuis l'avènement du Plan Maroc Vert en 2008, les produits de terroir sont au cœur de la stratégie de développement agricole marocaine (Akesbi, 2012). Ils apparaissent comme un moteur de développement, en particulier pour les territoires ruraux, où ils représentent de véritables opportunités dans le cadre de la constitution d'une offre touristique locale (Senil et al., 2014). Les femmes, en tant que main d'œuvre agricole principale et gardiennes des savoir-faire apparaissent comme la cheville ouvrière des filières agricoles qui entourent les produits de terroir (Simenel et al., 2017). Inscrite dans la géographie sociale, cette étude propose, grâce à une analyse par le genre immersive et qualitative, de s'intéresser à l'implication des femmes dans la patrimonialisation et la mise en tourisme de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès et de son territoire. L'étude de l'évolution des rapports de genre dans les rapports sociaux de production et dans l'univers culturel de la rose, en lien avec l'industrialisation coloniale, permet d'interroger l'émergence d'un *empowerment* féminin. L'analyse de l'utilisation de l'image des femmes comme vitrine de ce patrimoine agricole et de l'offre touristique de la rose s'intéresse à l'hybridation de leur identité sociale et culturelle.

Mots-clés : Produits de terroir, patrimonialisation, mise en tourisme, rapports de genre, empowerment féminin, hybridation, rose de Kelâat M'gouna-Dadès

Abstract
Since the advent of the Green Morocco Plan in 2008, terroir products have been at the heart of Morocco's agricultural development strategy (Akesbi, 2012). They are emerging as a driving force for development, particularly in rural areas, where they represent real opportunities for building up a local tourism offering (Senil et al., 2014). Women, as the main agricultural workforce and custodians of know-how, appear to be the linchpin of the agricultural sectors surrounding terroir products (Simenel et al., 2017). Inscribed in social geography, this study proposes, thanks to an immersive and qualitative gender analysis, to focus on women's involvement in the heritagization and tourism of the Kelâat M'gouna-Dadès rose and its territory. The study of the evolution of gender relations in the social relations of production and in the cultural universe of the rose, in connection with colonial industrialization, allows us to question the emergence of women empowerment. The analysis of the use of women's images as a showcase for this agricultural heritage and the rose's tourist offer focuses on the hybridization of their social and cultural identity.

Keywords: Terroir products, heritagization, tourism, gender relationships, women empowerment, hybridation, rose of Kelâat M'gouna-Dadès

Remerciements

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à Madame Gravari Barbas et Monsieur Mohammed Aderghal pour leur accompagnement durant ces quatre années de thèse. Je les remercie pour leur présence et leurs conseils avisés. Je leur suis reconnaissante de m'avoir donné l'opportunité de mener cette recherche qui m'a permis de découvrir la Vallée des roses et de nourrir précieusement mes réflexions pour mon projet futur. J'adresse mes remerciements à chacun des membres du jury qui ont généreusement accepté de partager de leur temps pour lire et apporter un regard critique à ce travail de recherche.

J'adresse mes sincères remerciements à Madame Aurélie Condevaux pour son accompagnement bienveillant depuis le Master et qui m'a encouragé à poursuivre cette recherche. Je remercie mes collègues du laboratoire EIREST et en particulier Merryl Joly à qui j'exprime mon amitié. Je la remercie pour sa présence chaleureuse et humoristique qui a su stimuler nos sessions de travail partagées ainsi que pour ton appui amical et intellectuel qui m'a accompagné jusqu'à l'accomplissement final de ce travail.

Je souhaite exprimer ma reconnaissance au Musée International de la Parfumerie de Grasse ainsi qu'à Madame Chloé Fargier qui m'ont donné l'accès et assisté dans l'étude des archives. Je remercie également Mathilde Cocoual pour le partage de ses recherches et de ses ressources d'archives historiques. Vos contributions ont considérablement enrichi ce travail de recherche.

J'exprime mes remerciements à l'ensemble des acteurs des collectivités territoriales de la province de Tinghir, ainsi qu'à ceux de la province de Ouarzazate. Je remercie l'ORMVAO sous la direction de Monsieur Abdelaziz Aït Mbirik et l'ANDZOA sous l'égide de Monsieur Abdelaziz Azizi, qui ont participé à la réalisation de ce travail. Je remercie tout particulièrement Monsieur Mourad Baba pour son accompagnement assidu tout au long de ces quatre années de recherche.

Je tiens également à remercier Monsieur Mustapha Hachem Kbiri Alaoui, Monsieur Saïd Ismaïli Al Alaoui et Monsieur Youssef Assbai, respectivement ancien Pacha de Kelâat M'gouna et Caïds de Ighil N'oumgoun et de Ait Sedrate Sahl El Gharbia, pour m'avoir si généreusement accordé leur temps et leur soutien sur le terrain.

Je témoigne ma sollicitude et ma reconnaissance profonde à Drissia Aït Haddou pour m'avoir accueillie et pour avoir si généreusement partagé avec moi son temps, ses connaissances, son réseau et son immense gentillesse. Elle a été et sera toujours pour moi une source d'inspiration et d'ambition féminine. Je tiens aussi à exprimer mon amitié à Hafssa Chakibi, une de mes plus belles rencontres sur le terrain. Elle a partagé avec moi sa passion pour la rose et pour le territoire et a été pour moi une source de joie et de soutien intellectuel et émotionnel. Je manifeste mon amitié et ma gratitude à Moulay Rachid pour avoir été mon interlocuteur privilégié dans la découverte de la Vallée du M'goun et du Dadès et de ses acteurs, ainsi que pour tous les merveilleux moments que nous avons partagés. Je souhaite aussi adresser ma

reconnaissance et ma sympathie à la généreuse famille Oulafkih en particulier Abdelillah et Mohamed pour leur accueil chaleureux durant ces quatre années.

Un grand merci aux membres actifs de la région, qui participent à faire le charme et l'hospitalité de la Vallée des roses, que sont Messieurs Lahcen Azghari, El haj Zahidi, Othman Aoui et Ahmed Elamrani.

J'adresse un grand merci à Asma El Boumeshouli et Omar pour leurs efforts de traduction d'un documentaire et du chant de la danse de l'abeille qui ont été le socle de nombreuses analyses. Je souhaite communiquer mes remerciements à Messieurs Alem Chakib, professeur à la Faculté des sciences et techniques d'Errachidia, Hamid Khamar, professeur au sein de l'Institut Scientifique de l'université Mohamed V de Rabat et El Madani Mountasser, professeur au sein de l'Université Ibn Zohr, pour leurs éclairages et conseils concernant la rose ainsi qu'à l'ensemble du service des archives de Rabat pour leur accompagnement.

Aux femmes de la Vallée des roses, merci de m'avoir si gentiment accueillie et d'avoir partagé avec moi votre amitié et votre vie durant ces quelques mois. Votre contact quotidien est non seulement le moteur de ce travail mais il m'a permis également de trouver une nouvelle famille.

Dans un registre plus personnel, je souhaite remercier et partager mon affection avec mon entourage le plus proche.

Mon conjoint, Kristen Zimbardo, pour avoir fait sien mes projets, déplaçant sa vie au Maroc. Je le remercie pour ses relectures et pour m'avoir soutenue émotionnellement dans la réalisation de ce travail qui a souvent mis notre vie commune entre parenthèses. Mon fils, Imran, dont la naissance en juin 2024 et la présence dans notre vie est une joie quotidienne qui a nourri ma motivation.

Madame Bénédicte Girault, Maîtresse de conférences à l'Université de Cergy, qui a toujours été une source d'admiration depuis qu'elle était ma professeure au collège. Son altruisme sans faille a façonné mon parcours professionnel depuis la classe de 4ème. Je la remercie pour sa sagesse, son accompagnement, ses encouragements et sa venue au Maroc. Merci d'avoir été un pilier dans la réalisation de cette thèse et d'être mon mentor. Plus largement merci de m'avoir montré cette facette merveilleuse de l'enseignement et de ce qu'elle peut apporter dans une vie.

Je ne pourrai terminer sans évoquer les nombreuses amitiés qui me sont chères et qui m'ont donné la force de me mettre au travail chaque jour durant ces quatre dernières années, même lorsque mon moral était au plus bas. De la France, de l'Angleterre, de la Belgique à la Nouvelle Calédonie en passant par le Maroc, le Ghana et la Côte d'Ivoire, je vous remercie tous pour m'avoir envoyé des ondes positives depuis vos pays de résidence respectifs et de ne m'avoir jamais oublié.

Je remercie particulièrement Christelle, Audrey, Earvin et Badjé pour vos relectures sérieuses qui ont contribué à l'achèvement de ce travail. A Zineb, Faniry, Laurie, Amina, Cyndie, Assia,

Yannick, Aurélia, Jérémy et tous les autres que je ne peux pas nommer je vous remercie de m’avoir tenu la main et d’avoir chacun à votre façon, contribué à enrichir cette aventure.

Sommaire

Table des matières

REMERCIEMENTS **7**

SOMMAIRE **10**

INTRODUCTION GENERALE **13**

I. APERÇU DU CONTEXTE THEORIQUE : LES ETUDES DE GENRE POUR ANALYSER LA PLACE DES FEMMES ET LES RAPPORTS DE GENRE DANS LA VALORISATION TOURISTIQUE DES PRODUITS DE TERROIR 19
II. ANALYSER LES PROCESSUS DE PATRIMONIALISATION ET DE MISE EN TOURISME DU TERROIR : QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHESES 23
III. ORGANISATION DE LA THESE 24

PARTIE I – UNE ENTREE PAR LE GENRE POUR ANALYSER L'IMPLICATION DES FEMMES DANS LA MISE EN TOURISME DES PATRIMOINES AGRICOLES **26**

CHAPITRE 1. L'IMPLICATION DES FEMMES DANS LA VALORISATION AGRICOLE. **27**
I. LA PLACE DES FEMMES DANS LE TRAVAIL AGRICOLE. 28
II. LA PLACE DES FEMMES DANS LES PROCESSUS DE PATRIMONIALISATION DES PRODUITS DE TERROIR. 61
III. LA PLACE DES FEMMES DANS LA MISE EN TOURISME DES PATRIMOINES AGRICOLES. 75
CONCLUSION DU CHAPITRE 1 ..... **88**
CHAPITRE 2. CONSTRUCTION DE MON TERRAIN DE RECHERCHE **90**
I. ITINERAIRE DE LA CONSTRUCTION DU TERRAIN DE RECHERCHE. 91
II. DES OUTILS DE COLLECTE VARIES POUR COUVRIR LA MULTI DIMENSIONNALITE DE L'OBJET D'ETUDE. 107
III. LES BIAIS DE L'ENQUETE DE TERRAIN. 119
CONCLUSION DU CHAPITRE 2 ..... **126**
CHAPITRE 3. HERITAGES DU MODELE DE PRODUCTION COLONIAL DE LA PARFUMERIE GRASSOISE ET DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE DE LA ROSE A PARFUM A KELAAT M'GOUNA **128**
I. LA ROSE DE KELAAT M'GOUNA DANS L'INDUSTRIALISATION DE LA PARFUMERIE GRASSOISE. .. 129
II. LE TERRITOIRE DE LA ROSE DE KELAAT M'GOUNA-DADES, A L'OMBRE DE L'EXPANSION DU MARCHE DE LA PARFUMERIE DE LUXE. 144
CONCLUSION DU CHAPITRE 3 ..... **154**

CONCLUSION DE LA PARTIE I **155**

PARTIE II – INTEGRATION DES FEMMES ET RAPPORTS DE GENRE AU PRISME DU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE DE LA ROSE A PARFUM **156**

CHAPITRE 4. LA GOUVERNANCE DE LA FILIERE DE LA ROSE A PARFUM. **158**
I. ANALYSE DES ACTEURS DE LA GOUVERNANCE DE LA ROSE PAR LE GENRE. 158
II. LA GOUVERNANCE ASSOCIATIVE COMME REPONSE A L'EXCLUSION FEMININE. 169
III. LA MISE AUX NORMES DES PRODUITS DE LA ROSE. 178
CONCLUSION DU CHAPITRE 4 ..... **189**
CHAPITRE 5. LES CUEILLEUSES DE ROSE A L'EPREUVE DE LA TRANSITION AGRICOLE. **191**

I. L'ITINERAIRE TECHNIQUE DE LA CULTURE DE LA ROSE DANS L'ENSEMBLE DU SYSTEME DE PRODUCTION DE L'EXPLOITATION FAMILIALE 192
II. DYNAMIQUES AGRICOLES ET CONQUETE DE NOUVEAUX ESPACES AGRICOLES HORS OASIS. 213
III. LA MISE EN TOURISME DE LA CUEILLETTE DE LA ROSE. 231
CONCLUSION DU CHAPITRE 5 237
CHAPITRE 6. LES FEMMES DANS LES UNITES DE TRANSFORMATION : ENTRE INVISIBILISATION ET *EMPOWERMENT* 239
I. ORGANISATION DU TRAVAIL DANS LES UNITES DE TRANSFORMATION. 240
II. L'ENTREPRENARIAT, UNE VOIE VERS LA VALORISATION DU ROLE DE LA FEMME DANS LE TRAVAIL 252
III. LA PLACE DES FEMMES DANS L'ACTIVITE TOURISTIQUE DES UNITES DE TRANSFORMATION. 267
CONCLUSION DU CHAPITRE 6 273

CONCLUSION DE LA PARTIE II 275

PARTIE III – LA PLACE DES FEMMES DANS LA FOLKLORISATION ET L'ARTIFICIALISATION TOURISTIQUE DE LA ROSE DE KELAAT M'GOUNA-DADES 277

CHAPITRE 7 : LE FESTIVAL DES ROSES VECTEUR D'INSTRUMENTALISATION DES FEMMES DANS LE PROCESSUS DE PATRIMONIALISATION DE LA ROSE. 278
I. LE FESTIVAL DES ROSES DEVIENT UN PATRIMOINE NATIONAL. 279
II. LES FEMMES AU CŒUR DES STRATEGIES D'ANCRAGE. 294
III. LE CONCOURS DE MISS ROSES : SYMBOLE DE LA DOMINATION MASCULINE DANS LES STRATEGIES PATRIMONIALES 318
CONCLUSION DU CHAPITRE 7 334
CHAPITRE 8. FABRICATION D'UN PRODUIT TOURISTIQUE LOCAL ARTIFICIEL AUTOUR DE LA ROSE. 336
I. RATTACHEMENT DE LA ROSE AU PATRIMOINE BATI. 337
II. LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES AU CŒUR DE L'ARTIFICIALISATION TOURISTIQUE. 342
III. DES PROPRIETAIRES QUI TENTENT DE S'IMPOSER SUR LA SCENE TOURISTIQUE. 352
CONCLUSION DU CHAPITRE 8 359

CONCLUSION DE LA PARTIE III 360

CONCLUSION GENERALE 361

BIBLIOGRAPHIE 368

LEXIQUE 405

TABLES 407

TABLE DES CARTES 407
TABLE DES FIGURES 407
TABLE DES TABLEAUX 409

ANNEXES 411

ANNEXE 1. LES LABELS BIOLOGIQUES 411

ANNEXE 2. TABLEAU DES PERSONNES INTERROGEES 413
ANNEXE 3. GRILLES DE QUESTIONS SUPPORTS AUX ENTRETIENS 417
A. CUEILLEUSES ET TRIEUSES DE ROSE 417
B. EMPLOYES DES COOPERATIVES ET SOCIETES DE TRANSFORMATION 419
C. PROPRIETAIRES DE COOPERATIVE ET DE SOCIETE DE TRANSFORMATION 422
D. PROPRIETAIRES OU GERANTS D'ETABLISSEMENT D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE 424
E. AGRICULTEURS 426
F. PROPRIETAIRES OU GERANTS DE BOUTIQUES DE VENTE DE PRODUITS DE ROSE 428
ANNEXE 4. RELEVES DES COORDONNEES GPS 430
ANNEXE 5. DOCUMENT RELATIF A LA FIMAROSE : LE CONTRAT PROGRAMME 2012–2020 - DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ROSE A PARFUM 441

Introduction générale

Esquissée par un discours aux influences coloniales, la rose Damascena marocaine est montrée comme un écrin de nature préservé qui s'inscrit dans la lignée de l'idéalisation des oasis (Battesti, 2009 ; Naji, 2018 ; Carpentier, 2023). La mise en scène de la rose Damascena par un discours de séduction qui s'articule autour du mythe d'une oasis inconnue est le propre de l'exotisme colonial (Lemaire, 2001 ; Staszak, 2008). Les imaginaires véhiculés dans ces discours sont portés à la connaissance générale dans un processus de simplification qui annihile l'existence d'une société, d'une culture et d'un territoire complexes. C'est dans ce contexte que les femmes de la région de la rose font l'objet d'une manipulation médiatique qui érige un portrait réducteur de leur réalité au service de cet exotisme colonial. Pourtant, le lien entre les femmes et la rose est intrinsèque aux rôles essentiels que jouent les femmes dans le fonctionnement du système agraire de ce territoire. Les femmes sont la cheville ouvrière d'un système agricole complexe qui participe à la fois à l'émergence d'une filière industrialisée et mondialisée ainsi qu'à la valorisation patrimoniale et touristique de la rose comme produit de terroir, qui sont tous deux au centre du développement du territoire. C'est l'intérêt pour l'implication des femmes dans la construction des produits de terroir comme patrimoine touristique, le renforcement de leurs capacités et l'évolution des rapports de genre que cette implication suggère qui a motivé cette recherche.

« *Sur les contreforts du Haut Atlas, le Colorado marocain, d'imposantes forteresses de terre rouge sont érigées en plein désert au milieu des oasis. Dans les vallées du Dadès et du M'goun, chaque printemps, ces étendues de vert et d'ocre s'enivrent d'un rose pastel. La rose de Damas se serait invitée ici dès le X^e^ siècle irradiant la région de ses légendes et de son parfum entêtant transformant le destin des populations amazighes (…). Grâce à elle, un vent d'émancipation souffle sur le destin des femmes amazighes devenues les ambassadrices de cette délicate fleur symbole de volupté à l'image de ces vallées environnantes.* (…) *Si la production a longtemps fonctionné en circuit fermé avec ses récoltes familiales, elle donne naissance à la première distillerie à vocation commerciale de Kelâat M'gouna fondée par les colons français en 1936. La production s'organise, la fragrance unique des roses de la vallée va alimenter les parfumeries de Grasse. Dans cette région éloignée aux portes du désert, les hommes amazighs partent travailler en France ou s'engagent dans l'armée coloniale au cours de la seconde moitié du XXe siècle. Les femmes assument seules les tâches au champ et vendent les récoltes de roses au souk qui leur était autrefois interdit. (…) Au XXe siècle, la ville de Kelâat M'gouna devient le cœur des arts amazighs grâce à son Moussem des roses qui célèbre la récolte des roses chaque année entre avril et mai* ».

Extrait 1 : Au nom de la rose, Invitation au voyage, ARTE, 2019

« *Bientôt 90km nous séparent de Ouarzazate, 2h à suivre cette seule et unique route, le désert caillouteux, le soleil qui cogne. Au loin, l'Atlas marocain et les plus hauts sommets du Maghreb, et soudain, une apparition, presque un mirage, une hallucination. Magie, merveille, on est en plein milieu du désert et regardez où on se retrouve. C'est tout de même formidablement étonnant, on est au milieu d'une parcelle de roses, en plein milieu du désert. C'est sucré, c'est*

très doux. La rose Damascena, c'est avec elle qu'on fait l'eau de rose au Maroc et c'est elle, cette petite rose qui va guider notre voyage. (…) L'économie de Kelâat M'gouna fleurit. Aujourd'hui, les femmes ne restent plus à la maison. Elles travaillent au champ et dans les coopératives, une émancipation par la rose. Et un travail de titan entre 10 et 40 kg de pétale par jour, par cueilleuse. 1kg de pétales distillés pour 1,5l d'eau de rose, le produit phare donc mais les dérivés foisonnent tous plus originaux et roses les uns que les autres.

Au mois de mai, la récolte de la rose touche à sa fin. La petite ville de moins de 20 000 habitants va en accueillir des dizaines de milliers en plus. C'est le moment tant attendu, le Moussem[1] *de la rose va célébrer la fleur, 3 jours durant. La 56e Miss roses est élue, portée en triomphe perchée sur son char. Mais l'ampleur de la fête submerge la vallée, les groupes folkloriques les plus talentueux et célèbres du pays défilent. (…) Là, ce sont les abeilles, c'est la troupe locale. Ces jeunes filles vont nous faire la danse de l'abeille qui est la danse régionale, la danse traditionnelle de Kelâat M'gouna. Dans leur costume dont les couleurs rendent hommage à la nature, les abeilles virevoltent, se croisent et s'entrecroisent pour réaliser des lignes comme les rayures des abeilles. (…) Dans ce voyage entre le rêve et la réalité la magie de la fantasia finie de nous envoûter. (…) Il n'y a pas de touriste étranger, c'est cela qui est extraordinaire. On a peut-être l'impression de déjà avoir vu ces images de folklore, de tradition mais ce ne sont pas du tout les mêmes parce que là c'est vraiment authentique.* »

Extrait 2 : Le Maroc voit la vie en rose, Tania Young, Télé matin, France 2, 2018

Dans ces deux reportages télévisés français, la rose Damascena marocaine et son territoire sont présentés comme une découverte caractérisant l'exotisme colonial de ces discours. L'exotisme passe ici par la mise en scène de la rose et de son territoire comme un Ailleurs inexploré qui fait soudainement irruption à travers un champs lexical du merveilleux : « une apparition », « un mirage », « une hallucination », « magie », « merveille », « étonnant » (Extrait 2), « Colorado marocain », « érigées en plein désert » (Extrait 1). Le territoire est révélé comme une contrée lointaine, onirique, qui surgirait au milieu de nulle part. La rose et son territoire sont sortis de terre, dans le désert, comme quelque chose de surréaliste qui dépasse l'entendement. L'absence de touriste étranger qui est évoqué participe elle aussi à construire l'image d'un territoire enclavé. Or, la région de la rose n'est pas un endroit isolé. C'est un territoire qui est traversé par de nombreux circuits touristiques articulés dans le sud marocain (Leroux, 2007 ; Aafir et Akdim, 2008 ; Boukherouk, 2012 ; Bouaouinate et al., 2015). A l'image d'un système, ce territoire est largement intégré aux oasis du sud du Maroc par des échanges historiques qui ont façonné ces territoires tantôt ruraux tantôt urbains et les sociétés qui s'y rattachent (Aït Hamza, 1986 ; 2015).

De plus, ces discours montrent un territoire qui ne semble exister qu'à l'occasion de la floraison de la rose Damascena et grâce à l'intervention des femmes. Cette idée reçue selon laquelle ce sont les femmes qui font vivre ce territoire à travers l'exploitation de la rose, apparaît en plus

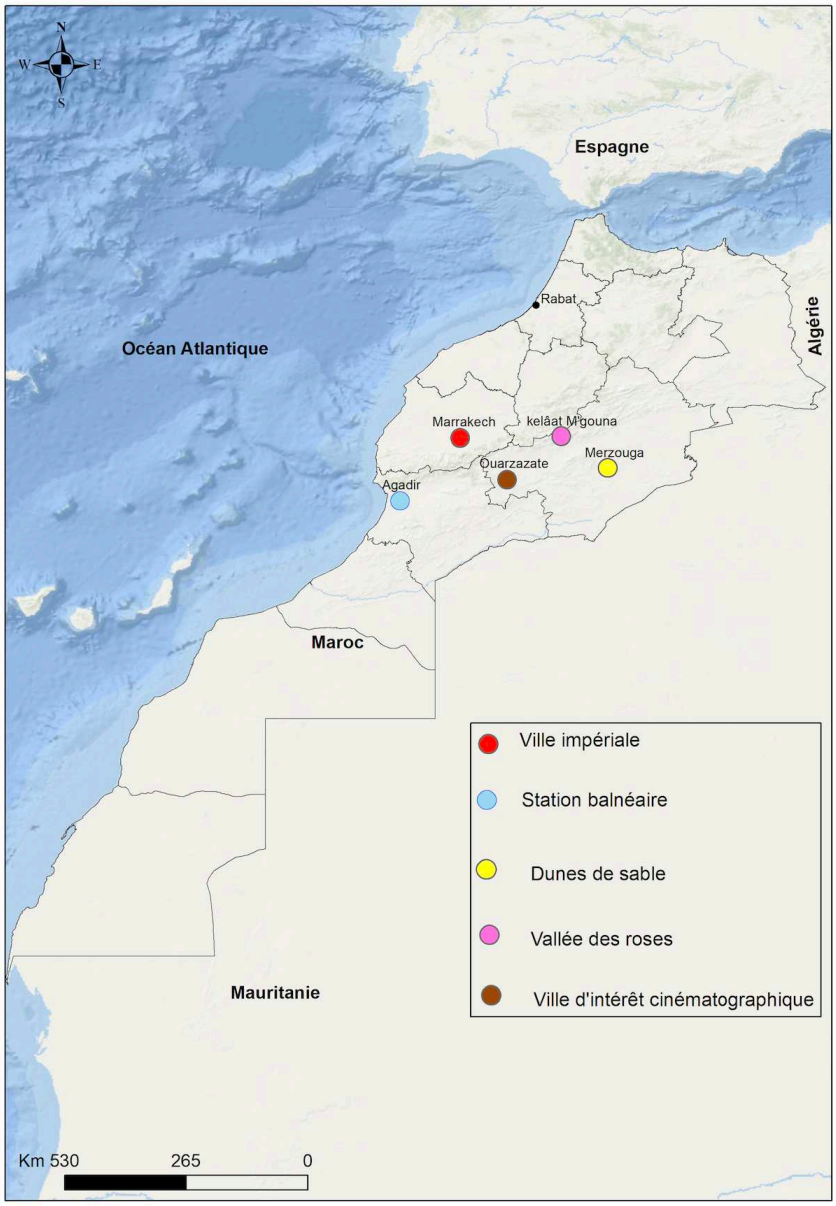
[1] Le *Moussem* est traditionnellement une célébration festive qui se fait en hommage et à la mémoire d'un saint (Berriane, Michon, Aderghal, 2016). Le *Moussem* de la rose est une fête qui a lieu à Kelâat M'gouna à la fin de la saison de récolte de la rose, le plus souvent au mois de mai. Il est officiellement nommé Festival des roses depuis 2013, bien que l'appellation *Moussem* de la rose perdure.

comme un événement annuel isolé. La rose est montrée comme un signal qui déclenche le travail des femmes. Ce serait lorsque le paysage se teinte de rose et enivre la région de son parfum que les femmes s'élanceraient dans les champs de culture pour arpenter les lignes de rosiers afin d'en cueillir les fleurs. Elles passeraient alors de « la maison » aux « champs » et aux « coopératives » (Extrait 2). Or, les femmes de la région de la rose travaillent dans l'agriculture tout au long de l'année. La rose, bien qu'emblématique, est une culture, parmi les nombreuses autres de ce territoire, qui requiert le travail des femmes. Cette implication des femmes n'est d'ailleurs pas un fait propre à la rose. Dans cette région comme dans les autres régions du Maroc, les femmes sont largement impliquées dans les agricultures (Houdaïfa, 2015 ; Moisseron et al., 2019 ; El Ouedrhiri et Sammoud, 2022).

Vaguement évoqués dans le cadre de leur départ pour servir le Protectorat Français (1912-1956) (Extrait 1), les hommes sont totalement occultés de l'agriculture de la rose et du territoire. Cet effacement véhicule également une idée selon laquelle c'est le départ des hommes qui aurait donné lieu à l'intégration des femmes dans l'agriculture de la rose et généré leur émancipation. Il y a ici une simplification de la réalité qui cache l'existence d'un système agraire complexe qui s'appuie sur une agriculture familiale historique dans laquelle les femmes et les hommes contribuent ensemble à façonner la société et le territoire de l'oasis (Aït Hamza, 2015). Le processus d'émancipation des femmes fait lui aussi l'objet de manipulation dans le discours. Abordé par l'effacement des hommes mais aussi par le seul angle du travail et du profit, il s'inscrit dans une approche libérale et occidentale extérieure au territoire. L'effacement des hommes dans le discours, traduit aussi une volonté de faire de la rose une culture de femmes. En ce sens, le folklore du territoire est simplifié à travers la danse de l'abeille qui est montrée comme étant exécutée uniquement par les « jeunes filles » (Extrait 2). Pourtant, dans cette représentation comme dans toutes celles de *l'ahidouss*[2], femmes et hommes se mélangent pour exécuter des prestations corporelles historiques.

La rose Damascena aussi connue par son appellation d'origine protégée (AOP), rose de Kelâat M'gouna-Dadès qui la rattache au terroir de la région de Kelâat M'gouna, est une culture localisée dans le sud du Maroc dans la région du Tafilalet (Carte 1).

[2] Terme qui désigne les danses traditionnelles amazighes



Carte 1 : Localisation de Kelâat M'gouna

Carte réalisée par H.Iaich et A.Binane, LITOPAD, Université Mohamed V de Rabat.

La culture de cette rose et sa popularité contribuent à faire la renommée de cette région éponyme qu'est la « Vallée des roses » ou le « Pays de la rose » (Michon et al., 2018). Elle représente une zone de passage pour les touristes entre Marrakech et les différentes destinations touristiques du sud du Maroc comme le sont les dunes de sables de Merzouga. La commune de Kelâat M'gouna représente le cœur de la Vallée des roses. Elle s'y rattache visuellement à travers une architecture, des échoppes, des taxis entièrement peints en rose ou encore des ronds-points sur lesquels trônent des sculptures en métal construites à l'effigie de la rose dans une stratégie de mise en destination. La rose de Kelâat M'gouna-Dadès est aussi le centre d'une offre touristique qui s'articule autour de la rose à travers la découverte de la culture de celle-ci et de sa distillation qui est effectuée sur place et dont l'eau de rose est le produit phare (Michon et al., 2017).

L'activité touristique s'articule sur la culture de la rose qui est organisée en une filière agricole industrielle et mondialisée centrale pour l'économie locale et nationale. Les exploitations agricoles dédiées à la culture du rosier Damascena couvrent une superficie comptabilisée à 950 hectares en 2019 témoignant d'une augmentation de 14% par rapport à l'année 2007. La production a elle aussi augmenté passant d'environ 2500 tonnes en 2007 à 3900 tonnes en 2019 plaçant le Maroc au troisième rang des producteurs de rose Damascena derrière la Bulgarie et la Turquie. La filière de la rose à parfum est tournée vers les exportations qui atteignent plus de 9,2 millions de dirhams (920 000€) en 2019. Localement, la filière représente des débouchés importants pour les producteurs avec un prix à la tonne qui passe de 8000 (800€) entre 2003 et 2007 à 20 000 dirhams (2000€) la tonne entre 2015 et 2019. La filière de la rose à parfum génère aussi de nombreux emplois pour la population locale que l'État marocain situe à 115 000 journées de travail par an en 2022 parmi lesquelles 68% impliquent des femmes (Site internet du Ministère de l'agriculture du Maroc).

A travers la filière de la rose à parfum, le Maroc occupe une place majeure en tant que fournisseur de matières premières dans la parfumerie mondiale, en particulier auprès des grandes marques de la parfumerie française, bien que ce rôle soit méconnu du fait d'une littérature quasiment inexistante sur le sujet. Ce rôle tire ses origines de l'exploitation de la rose Damascena marocaine par les entreprises coloniales françaises de la région grassoise sous le Protectorat Français (1912-1956). Cette installation a marqué l'insertion de la rose et de son territoire dans une économie industrialisée. De par la rose, le Maroc a contribué, comme de nombreuses autres ex colonies françaises, à développer la parfumerie grassoise au cours du XX^{e} siècle (Cocoual, 2017). Ce passé colonial industriel interroge les effets qu'il génère sur le développement de la filière qui lui a succédé.

Les stratégies nationales successives de modernisation agricole représentées par le Plan Maroc Vert (2008-2020) puis par Green Generation (2020-2030) qui s'inscrit dans la même lignée contribuent à renforcer cette dynamique industrielle tournée vers l'exportation. Ces stratégies prônent notamment le développement du modèle de grandes fermes dont l'avancée technique permet une agriculture productiviste au service de l'exportation de masse (Akesbi, 2012, Khellaf et al., 2016). Ce modèle agricole fait appel à une main d'œuvre importante, pour la récolte des cultures notamment, dont les femmes sont les ouvrières principales (El Ouedrhiri et Sammoud, 2022), la rose ne faisant pas exception. Ces stratégies déploient aussi une volonté gouvernementale de développer l'agriculture des différentes régions du royaume chérifien à travers des filières agricoles phares propres aux spécificités agricoles de chaque territoire, dont la rose à parfum est un exemple. Dans ce cadre, le Plan Maroc Vert a impulsé une campagne de sélection et de labellisation de ces spécificités les faisant émerger comme produits de terroir. Le Plan Maroc Vert a aussi été le moteur du développement de nombreuses Activités Génératrices de Revenus (AGR) dont la coopérative agricole est le modèle principal. Le secteur coopératif s'inscrit dans cette même logique de développement par filière en étant spécialisé autour des produits de terroir propres à chaque territoire (Dahmani et El Akry, 2022).

La coopérative agricole s'inscrit également dans une volonté d'intégrer les femmes à la stratégie de valorisation des produits de terroir. La coopérative est présentée par l'État comme un moyen pour les femmes de valoriser leur savoir-faire agricole en générant des revenus qui leur permettent de lutter contre la pauvreté (Gillot, 2016). La coopérative agricole répond à une volonté publique de lutter contre la pauvreté des femmes en milieu rural. En effet, les femmes dans les milieux ruraux sont durement frappées par la précarité et l'exclusion du fait de leur analphabétisation alarmante et du manque d'opportunités sur ces territoires. Les femmes rurales sont donc mal intégrées à l'économie et à la société marocaine (Montanari et Bergh, 2019 ; Moisseron et al., 2019). Dans ce cadre, les coopératives agricoles apparaissent comme une réponse formulée aux femmes rurales pour lutter contre cette situation. En ce sens, les femmes rurales, à travers les coopératives, bénéficient d'un accompagnement professionnel et financier de la part de l'État à travers des structures gouvernementales comme l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH) mais aussi de la part d'organismes internationaux tels que le Programme des Nations Unies pour le développement ou le Fonds international pour le développement agricole (FIDA) qui agissent en faveur de l'inclusion des femmes (Montanari et Bergh, 2019 ; Debbagh et Yousfi, 2020).

A travers les coopératives agricoles, les femmes rurales mobilisent leur savoir-faire pour générer des revenus qui leur permettent d'améliorer leur condition de vie. La coopérative leur confère aussi un statut. Les femmes ne sont plus seulement des épouses qui contribuent aux agricultures familiales, elles sont aussi des membres actifs d'une coopérative qui porte à bout de bras le développement mais aussi l'identité de leur territoire (Gillot, 2016 ; Debbagh et Yousfi, 2020 ; Boubrik et al., 2024). Ces coopératives féminines agricoles trouvent dans le tourisme qui traverse les territoires ruraux une opportunité économique pour commercialiser leurs produits. En effet, l'intérêt grandissant des touristes pour les espaces ruraux s'articule notamment sur la découverte des produits de terroir et des savoir-faire dont ils sont issus (Dammame, 2005 ; Tizza, 2012 ; Michon, 2016 ; Simenel et al., 2017).

La mise en valeur des produits de terroir par les femmes dans le champ du tourisme invite à analyser les effets de cette implication sur l'évolution de la trajectoire de vie des femmes et des relations de genre qui se rattachent à ces transformations. Dans cette recherche, l'intérêt est porté sur l'analyse des rôles des femmes dans la mise en valeur patrimoniale et touristique de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès ainsi que sur les effets de ces processus sur les femmes et les rapports de genre.

I. Aperçu du contexte théorique : les études de genre pour analyser la place des femmes et les rapports de genre dans la valorisation touristique des produits de terroir

Le genre et le territoire

Les thématiques croisées du genre, du tourisme et du patrimoine, soulevées dans un contexte agricole s'inscrivent dans des perspectives théoriques qu'il convient de préciser. Les questions liées aux femmes et aux rapports de genre, centrales dans cette recherche sont convoquées à partir du prisme de la géographie sociale.

Les études de genre ont été richement explorées par les *gender studies* dans la littérature anglophone. A partir des années 1960-1970, les femmes, à travers l'étude du genre comme construit social et culturel, constituent un objet de recherche prépondérant. Cet objet de recherche nourrit des réflexions sur les rapports de pouvoir qui hiérarchisent les relations hommes / femmes dans la société dans de nombreuses disciplines telles que la psychologie (Stoller, 1968) ; la sociologie (Oakley,1972) ; l'histoire (Scott, 1988) ; la philosophie (Butler ; 1990). En France, cet objet de recherche a aussi été largement exploré en sociologie (Bourdieu, 1998 ; Héritier, 1996) mais aussi en histoire à travers l'étude croisé du genre et du sexe comme construit social (Laqueur,1992), ainsi que par des approches féministes revendiquées (Delphy, 1998 ; 2001), etc. L'étude du genre et du sexe à travers la notion de pouvoir a élargi la réflexion pour y intégrer d'autres paramètres qui pèsent dans les trajectoires féminines et l'expérience vécue comme la race, la classe sociale, l'âge, le statut social, le handicap, etc. (Combes, Devreux, 1984 ; Fenstermaker, West, 2002 ; Crenshaw, 2005 ; Mosconi, Revillard, Vouillot, 2022).

Les études de genre ont été mobilisées en géographie ouvrant de nouvelles réflexions pour lire et analyser le territoire mais aussi pour penser la géographie. En France, des études ont été menées pour évaluer la différence entre les hommes et les femmes dans la production de connaissances géographiques, soulignant le caractère masculiniste des savoirs géographiques, invitant à repenser la discipline (Thébaud, 2007 ; Hancok, 2004). L'entrée par le genre a trouvé un écho en géographie mais le territoire n'a pas une place importante dans les études sur le genre (Bard, 2004). Dans ce cadre, les rapports de genre, notamment les rapports de pouvoir entre les hommes et les femmes, représentent en matière de genre, un domaine de réflexion très exploré en géographie. Certains chercheurs se sont intéressés à la reproduction des construits de genre sur les territoires démontrant qu'ils contribuent à fabriquer des territoires genrés, c'est-à-dire dont les usages du territoire sont propres au sexe féminin ou masculin. Le territoire pouvant alors être entendu comme un lieu ou une portion d'espace contrôlé et approprié, même symboliquement, dans une société donnée (Di Méo, 2003). Jacqueline Coutras (1996), pionnière dans la géographie du genre, révèle l'existence d'espaces sexués et de pratiques sociales de sexe. Grâce à une analyse urbaine, elle démontre que les rapports sociaux de sexe, en particulier la division sexuelle du travail, s'expriment dans les usages du territoire, les femmes s'identifiant beaucoup à l'espace résidentiel alors que les hommes possèdent plusieurs lieux d'identification. Cette ségrégation sexuelle des territoires interroge aussi la question de la

mixité ou de la non-mixité des territoires à travers des lieux qui fabriquent la différenciation sexuelle. C'est ce que montre Annie Dussuet (2004) à travers l'étude de la surreprésentation des femmes dans les métiers du domestique. Ces métiers qui apparaissent comme réservés aux femmes contribuent à fabriquer un territoire domestique féminin.

Dans cette posture, qui est aussi la nôtre, le genre est entendu comme une construction sociale et culturelle qui définit les rôles et les identités associés ou assignés aux hommes et aux femmes (Oakley, 1972). C'est à travers l'identité sexuée que le genre se rattache au sexe et inversement. En effet, l'identité sexuée rattache un individu (homme ou femme) à une conscience sociale de groupe propre à son sexe (Mathieu, 1991). L'approche sexuée ou sexuelle utilisée pour analyser le territoire désigne donc l'étude des différences de genre entre les sexes féminins et masculins. En ce sens, le genre renvoie à une classification culturelle et sociale variable du masculin et du féminin (Guionnet et Neveu, 2009).

Ces différences (de genre) entre les sexes fabriquent des disparités sociales entre les femmes et les hommes nommées « inégalités de genre ». Les inégalités entre les femmes et les hommes sont étudiées le plus souvent en relation avec les droits, les obligations ou les libertés (Droy, 2008). C'est par exemple le cas de l'étude de Berriane (2015) portant sur l'exclusion des femmes à l'accès des terres collectives ou celle de Droy, Pascual et Bidou (2014) sur la relation entre l'accès limité au savoir des femmes et la malnutrition infantile au Bénin. En géographie, l'étude des inégalités entre les hommes et les femmes se fait en lien avec l'utilisation du territoire bien que ces études soient peu nombreuses (Chasles, 2008 ; Kamala-Marius, 2016, Luxembourg et Messaoudi, 2017).

Les différences (de genre) entre les sexes sont aussi à l'origine de « rapports sociaux de sexe », c'est-à-dire des relations sociales dans lesquelles les différents construits sociaux de genre propres à chaque sexe se confrontent. Les rapports sociaux de sexe sont donc « à la base des relations dynamiques qui distribuent les sexes, en tant que catégories sociales » (Haicault, 2000, p.48 cité par Tahon, 2004). Selon elle, ils reposent aussi sur des croyances qui participent à légitimer une distribution sexuée des rôles qui fabrique des positions asymétriques entre les hommes et les femmes (Tahon, 2004). Les rapports sociaux de sexe reflètent une dynamique de tension et de confrontation entre les hommes et les femmes (Daune-Richard et Devreux, 1992 ; Blöss, 2001). C'est ce que démontre Kergoat (2000) à travers l'analyse de la division sexuelle du travail dans laquelle la hiérarchisation sexuée du travail traduit un rapport de domination des hommes sur les femmes.

Dans cette thèse, toutes ces dynamiques de genre sont étudiées en relation avec l'utilisation du territoire. Seulement, nous préférerons l'utilisation de l'expression « rapports de genre » à celle de « rapports sociaux de sexe », la place des femmes étant étudiée conjointement à celle des hommes. Dans le champ de la sociologie, les rapports sociaux de sexe avaient surtout pour objectif d'éclairer la position des femmes, sans prendre en compte celle des hommes ou de façon très marginale (Tahon, 2004). Or, dans notre étude, l'étude des femmes ne peut pas être faite au détriment de celle des hommes. En effet, valorisation des produits de terroir par les femmes dépend d'une utilisation du territoire dans les systèmes agraires où le rôle de celles-ci

dépend de celui des hommes. Dans le cas de la culture de la rose par exemple, les savoir-faire des femmes en matière de récolte est fondamental au développement de la filière agricole et du territoire mais ils dépendent du travail de plantation et d'irrigation des rosiers exécuté par les hommes. Sans le travail des hommes, il n'y aurait pas de travail des femmes car, dans l'agriculture familiale, les deux sont interconnectés et interagissent. Nous préférons aussi l'expression « rapports de genre » car l'étude des différences et des rapports intra sexe, celui des femmes, est aussi importante dans notre étude car elle permet d'examiner le degré de renforcement des capacités (*empowerment*) des femmes.

Tourisme, autonomisation des femmes et rapports sociaux de sexe

L'analyse des projets touristiques par l'entrée du genre permet d'examiner la participation des femmes dans le tourisme et ses retombées sur le renforcement de leurs capacités ainsi que l'évolution des rapports sociaux de sexe vers des relations sociales plus équilibrées entre les femmes et les hommes. C'est ce que montre Wafaa Tizza (2012), à travers l'étude de l'entreprenariat des femmes dans la vallée d'Aït Bouguemez située dans le Haut-Atlas au Maroc. Elle met en évidence la manière dont les femmes parviennent à renégocier leur statut dans l'opinion sociale parvenant alors à intégrer la scène de l'espace touristique qui était réservée aux hommes. Ces nouvelles postures féminines valorisent le travail des femmes, encourageant leur autonomisation et participent à la fabrication de nouvelles identités féminines sur le territoire. Dans la même lignée, Sarah Bellec (2023), en s'appuyant sur les analyses de l'intersectionnalité, éclaire la prédominance du rôle des femmes kanaks dans le développement des activités touristiques dans les tribus en Nouvelle-Calédonie. Elle montre la manière dont le tourisme participe à transformer les rapports de pouvoir entre les hommes et les femmes, libérant progressivement ces dernières de l'emprise des violences conjugales.

L'étude de la participation féminine aux projets touristiques recoupe aussi celle du genre et du développement dans la mesure où le tourisme est une entrée pour valoriser le territoire, en particulier dans les espaces ruraux (Talandier, 2008, Berriane, 2014). Dans ce cadre, nous pouvons citer Sophie Louargant (2003) qui a proposé une étude comparée de projets touristiques ruraux sur des territoires méditerranéens en France (Ardèche), en Italie (Province Savone et de Gêne) et au Maroc (Fès, Boulmane). Son étude montre la manière dont le développement du nombre de porteuses de projets renégocie des territoires traditionnellement conditionnés par des représentations sexuées. Les femmes y deviennent actrices de leur territoire témoignant d'une forme d'*empowerment* et de *mainstreaming*. Au Maroc, elle a également étudié l'implication des femmes au développement à travers une coopérative féminine spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de boutons de soie à Sefrou (Louargant, 2006).

Dans ces différentes études, les femmes mobilisent leurs savoir-faire domestiques pour créer une activité génératrice de revenus. Dans le cas des produits de terroir, l'intégration de ces activités dans le secteur touristique induit une mise en tourisme des savoir-faire de fabrication des femmes. En effet, l'offre touristique s'articule sur les produits fabriqués par les femmes mais aussi sur la découverte de ces savoir-faire (Michon, 2016 ; Simenel et al., 2017). C'est ici

qu'intervient la question de la place des femmes et de leurs savoir-faire dans les processus de patrimonialisation des produits de terroir (Guétat-Bernard, Saussey, 2014 ; 2016 ; Touré 2018). Sous l'impulsion de la participation essentielle des femmes, les produits de terroir s'érigent progressivement comme des patrimoines incontournables des territoires ruraux (Berriane, 2014).

Une lecture par le genre pour étudier la valorisation touristique et patrimoniale dans les territoires ruraux marocains

Les études qui portent sur l'implication des femmes dans la valorisation des produits de terroir sont peu nombreuses si l'on considère l'envergure et l'intensité du travail agricole des femmes à travers le monde. Toutefois, au Maroc, ces études sont plus nombreuses. Cela s'explique par la richesse des spécificités agricoles dans les territoires ruraux, par l'importance du travail agricole des femmes qui interviennent dans les agricultures à l'origine de ces produits mais aussi par l'intervention publique dans ce domaine. Les différentes stratégies agricoles nationales successives que nous avons précédemment évoquées ont participé à l'augmentation des activités génératrices de revenus qui impliquent des femmes. Ces activités sont aussi encouragées par les mouvements de revendications féminines et les réformes nationales en faveur de l'égalité hommes-femmes et de la réduction des écarts de genre entre les milieux urbains et ruraux (Gillot, Nadifi, 2008). Dans ce cadre, l'implication des femmes dans la valorisation des produits de terroir, grâce aux nombreuses coopératives féminines qui ont vu le jour au Maroc, a fait l'objet d'un certain nombre de recherches, notamment dans le territoire de l'arganier (Drainville, 2001 ; Chaussod et al., 2005 ; Dammame, 2005 ; 2011 ; Simenel et al., 2009 ; Faouzi, 2012 ; 2013). Cette intervention des femmes dans les coopératives est aussi étudiée au regard de leur émancipation (Montanari et Bergh, 2019 ; Benkhallouk, 2019 ; M'Barki et Schmitz, 2021). L'activité de visite des coopératives féminines au Maroc est également insérée dans de nombreux circuits touristiques, soulignant aussi l'inclusion des femmes dans la valorisation touristique des territoires ruraux (Michon, 2016 ; Simenel et al., 2009 ; Michon et al., 2017).

L'intérêt de la recherche sur la rose marocaine

La littérature concernant l'implication des femmes dans la valorisation des produits de terroir révèle un intérêt pour l'observation de la création d'activités génératrices de revenus surtout à travers les coopératives. C'est à partir de cette implication que l'autonomisation et, dans une moindre mesure, l'évolution des rapports de genre sont analysées. L'étude du cas de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès à travers le genre est intéressante car elle permet de sortir de ce seul angle d'analyse. L'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès suggère une participation des femmes dans l'ensemble de la filière de production. Le travail agricole des femmes intervient tant dans l'espace des exploitations agricoles à travers la cueillette des roses que dans l'espace des structures qui transforment et/ou commercialisent les produits de rose. Cette importance du travail des femmes dans l'intégralité de la filière de la rose à parfum interroge le

renforcement de leur capacité à être des actrices autonomes et à faire évoluer la condition des femmes dans la région et les rapports de genre auxquels elles se confrontent.

L'inscription de la filière de la rose à parfum dans les circuits touristiques et sa mobilisation par les acteurs du tourisme interrogent aussi les jeux de pouvoir qui s'articulent autour du travail agricole des femmes. La découverte des savoir-faire et du travail des femmes en matière de cueillette et de fabrication des produits de rose est centrale dans l'offre touristique qui se construit sur le territoire. Cela questionne le rôle des femmes dans les processus d'ancrage territorial de la rose comme produit de terroir et plus généralement dans le processus de patrimonialisation. La présence du festival des roses vient aussi renforcer ce questionnement. Les femmes y apparaissent comme étant les gardiennes de ce folklore historique faisant le pont entre l'exploitation agricole de la rose, la société et le territoire par la tradition. Les fêtes dans les milieux agraires sont abordées à travers l'intérêt qu'ils représentent pour les produits de terroir et la valorisation identitaire des territoires (Bérard et Marchenay, 2004 ; Fournier 2007 ; Goeury, 2011 ; Berriane et al., 2016) mais ne font l'objet d'aucune lecture par les rapports de genre. L'exemple de la rose permet d'examiner la place des femmes comme vitrine de ce produit de terroir et plus généralement de ce territoire en examinant aussi la place qui est attribuée aux femmes dans la gouvernance au regard de la stratégie agricole nationale de l'inclusion des femmes au développement.

La mobilisation des études de genre dans le contexte agricole s'attache surtout à étudier l'autonomisation des femmes et l'évolution des rapports sociaux de genre au regard des rôles et statuts féminins qui réévaluent la répartition des rôles reproductifs et productifs (Boserup, 1970 ; Combes et Devreux, 1984 ; Verschuur, 2011 ; Guétat-Bernard, 2015). D'autres confrontent cette implication des femmes dans l'agriculture au concept de développement ainsi qu'aux orientations de développement préconisées par les grandes instances internationales (Folbre et al., 2001 ; Falquet, 2008 ; Verschuur et al., 2017). Or, à notre connaissance, aucune étude ne s'intéresse aux conséquences des héritages coloniaux sur les dynamiques de genre alors que les produits de terroir et plus largement les richesses agricoles, comme c'est le cas au Maroc, se trouvaient au cœur des stratégies de conquêtes coloniales (Cocoual, 2017, Caquel, 2022). L'orientation de la filière de la rose à parfum vers l'exportation, la modernisation agricole par les fermes et les influences occidentales dans le festival des roses révèlent l'intérêt d'étudier la rose pour analyser l'héritage du passé colonial sur la place des femmes, le renforcement de leur capacité et les rapports de genre qui se dessinent dans la valorisation de la ressource.

II. Analyser les processus de patrimonialisation et de mise en tourisme du terroir : questions de recherche et hypothèses

L'objectif général de ce travail est donc de comprendre la manière dont la place des femmes dans la filière de la rose à parfum et les rapports de genre qui s'y rattachent sont influencés par les stratégies de valorisation touristique d'un patrimoine agricole local, la rose de Kelâat M'gouna.

1. **Dans quelle mesure l'implication des femmes dans la mise en tourisme et la construction mémorielle de la rose invite à déconstruire la stratégie patriarcale de sa patrimonialisation ?**

2. **Comment les processus de mise en tourisme et de patrimonialisation de la rose et de ses territoires influencent les rapports de genre ?**

3. **Dans quelles mesures ces processus sont-ils dans la continuité avec les formes de production et de valorisation des plantes à parfums héritées de la colonisation ?**

Pour explorer ces questions, nous avons élaboré trois hypothèses qui guident la recherche.

1. **À travers leur implication dans le secteur d'intérêt touristique qu'est la rose à parfum, les femmes parviennent, à des degrés différents, à accéder à de meilleures situations économiques et sociales leur permettant de réévaluer leur place dans la création mémorielle et la mise en tourisme ainsi que dans les relations de genre.**

2. **L'utilisation de la figure de la femme pour la promotion touristique du territoire crée une forme d'hybridation de son identité sociale et culturelle qui se partage alors entre un patrimoine d'exhibition, destiné à l'extérieur, et un patrimoine réservé qui imprègne la mémoire collective locale.**

3. **L'hybridation culturelle dans laquelle la femme se meut est symptomatique d'une stratégie patrimoniale et touristique aux influences occidentales qui reproduisent des images sur le territoire qui découlent d'un passé colonial révolu.**

III. Organisation de la thèse

Pour vérifier les hypothèses de recherche, la démonstration s'organise en trois parties.

La première partie de la thèse présente le contexte général théorique, méthodologique et historique de la recherche. Le chapitre 1 propose une revue de la littérature pour éclairer les rôles des femmes dans les systèmes agraires et les rapports de genre qui se rattachent aux différents systèmes de production agricole. L'éclairage du travail agricole des femmes est une entrée pour comprendre leur implication dans les processus de création mémorielle, d'ancrage territorial et de mise en tourisme qui entoure la valorisation des produits de terroir au sein des territoires ruraux. L'étude de différents cas à travers le monde permet aussi d'examiner les retombées de ces processus qui ont été mis en lumière sur le renforcement des capacités (*empowerment*) des femmes et les rapports de genre dans les systèmes agraires. Le chapitre 2 est une présentation de la construction de la méthodologie d'enquête et du terrain de recherche. Le chapitre 3 revient sur le cadre historique qui entoure l'introduction industrielle de la rose Damascena marocaine par les colons français pour alimenter la parfumerie Grassoise au cours du XXe siècle.

La deuxième et la troisième partie seront consacrées à l'exposition des résultats du terrain de recherche. Le chapitre 4 examine le système de gouvernance qui encadre la filière de la rose à parfum. La lecture par le genre permet de questionner la représentation des sexes et les rapports de pouvoir qui lui sont associés. Le chapitre 5 est consacré à l'étude de la transition agricole et de la mise en tourisme des exploitations agricoles. La lecture par le genre permet d'analyser les conséquences sur le travail agricole des femmes et les rapports de genre dans l'espace des exploitations. Dans la continuité, le chapitre 6 est consacré à l'étude de l'étape de la transformation et de la commercialisation des produits de rose. L'entrée par le genre permet de comparer les rôles des femmes et des hommes dans les différentes structures. L'étude des retombées de l'intervention des femmes dans ces structures et dans leur mise en tourisme permet d'explorer les degrés de renforcement des capacités des femmes.

La troisième et dernière partie de cette recherche est consacrée à l'étude de la place des femmes dans le folklore et la tentative de création d'un produit touristique propre à la rose. Le chapitre 7 est une étude du festival des roses qui parcourt l'évolution des rôles des femmes dans l'espace de la fête depuis sa création. L'étude de la participation des femmes au festival des roses éclaire les rapports de genre qui prennent forme dans le processus de patrimonialisation de la rose de Kelâat M'gouna à travers la fête. Enfin, le chapitre 8 expose la fabrication d'un produit touristique par les acteurs des hébergements touristiques. La réappropriation des éléments du patrimoine du sud marocain et la mise en scène de la vie quotidienne locale, notamment l'implication des femmes dans la valorisation de la rose, sont au centre de cette artificialisation touristique.

Partie I – Une entrée par le genre pour analyser l'implication des femmes dans la mise en tourisme des patrimoines agricoles

Les multiples rôles des femmes dans les systèmes agraires sont mobilisés dans les dynamiques de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits de terroir. La première partie de cette thèse propose un cadre théorique pour étudier les différents rôles des femmes et leurs contributions au fonctionnement et au développement des systèmes agraires. La patrimonialisation et la mise en tourisme des produits de terroir interviennent comme des formes privilégiées de valorisation de ces systèmes. Cette corrélation entre les rôles des femmes dans les systèmes agraires et leurs rôles dans la patrimonialisation des produits de terroir et leur mise en tourisme fait apparaître l'approche par le genre comme pertinente pour analyser ces différentes formes d'implication féminine, ainsi que les mécanismes de résistance qui sont à l'origine de leur invisibilisation, détournement et de la discrimination des femmes.

Le premier chapitre est consacré à définir le travail agricole des femmes et sa place dans le fonctionnement des systèmes agraires et le développement des systèmes de production agricoles. Cet éclairage permet d'analyser les différentes formes et le niveau d'implication des femmes dans le développement agricole et de leur territoire. À ces implications s'ajoutent celles qui sont relatives à la valorisation patrimoniale et touristique des produits de terroir. L'analyse par le genre de la place des femmes dans le développement de l'agriculture permet également de souligner l'approche capitaliste et androcentrée du concept de développement, qui participe à mésestimer, voire à ignorer, le travail agricole des femmes et leur implication, et qui justifie l'arrivée de nouvelles formes de développement plus justes pour les femmes. Ces approches sont particulièrement formulées dans le domaine de la valorisation des produits de terroir, interrogeant alors les rôles des femmes dans leur patrimonialisation et leur mise en tourisme, ainsi que les retombées que ces processus génèrent pour les femmes et les dynamiques de genre qui en découlent.

Le deuxième chapitre propose une entrée par le territoire, à travers la construction d'un cadre géographique, pour étudier l'implication des femmes dans la patrimonialisation et la mise en tourisme de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. Les différents outils méthodologiques proposés, construits de concert avec le terrain de recherche, permettent d'appréhender l'évolution des trajectoires des femmes et des relations de genre qui se tissent au contact de la valorisation de ce produit de terroir.

Le dernier chapitre de cette partie propose une approche historique en soulignant les effets de la colonisation sur le développement de la filière de la rose à parfum marocaine. Le modèle capitaliste, industriel et impérialiste porté par le Protectorat français (1912-1956) dans la région de la rose ne s'est pas construit sans laisser de traces sur sa trajectoire contemporaine. L'analyse de cet héritage participe à éclairer les effets de ce passé colonial sur la construction d'un modèle de développement dans lequel la ressource est réappropriée par des tiers, accentuant les inégalités de genre dans l'accès à la matière première et ses retombées.

Chapitre 1. L'implication des femmes dans la valorisation agricole.

Le champ du tourisme et du patrimoine croisé avec celui du genre et de l'agriculture permettent d'aborder la place des femmes dans la valorisation mémorielle et touristique des produits agricoles, de leur terroir et des territoires qui y sont associés. Cette approche croisée permet de déconstruire l'approche patriarcale encore dominante des formes de valorisation agricole parmi lesquelles se trouvent les processus de patrimonialisation et de mise en tourisme. Les produits de terroir sont particulièrement concernés par ces processus qui les placent au centre du développement des territoires ruraux. Déconstruire l'approche patriarcale des processus de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits de terroir permettrait de rendre compte de l'implication féminine.

Traditionnellement, la question du rôle des femmes et de la participation féminine réelle à la valorisation des produits agricoles ou plus largement au développement agricole est un champ de recherche central dans les études sur le genre en sciences humaines et sociales. Des chercheurs se sont employés à vulgariser les formes de contribution des femmes au secteur agricole pour pallier l'invisibilisation du travail féminin. D'autres ont travaillé à redéfinir la vision du développement sous le prisme du genre afin de proposer une approche plus juste qui permet de comptabiliser les différentes natures des travaux féminins. Se faisant, ils soulignent le caractère androcentrique du développement faisant écho aux rapports de pouvoir hommes/femmes concernant les activités agricoles sur les territoires. L'étude de la place des femmes et des mécanismes de domination dans le secteur agricole est aussi une entrée pour aborder le caractère occidentalisé du développement en qualifiant les processus de transfert de modèle, qui participent ainsi à l'invisibilisation et l'exclusion des femmes. Il s'agit alors pour un certain nombre de chercheurs de contextualiser les discours sur le développement mais aussi de renouveler la vision du statut des femmes, souvent considérées comme des êtres passifs. Pour cela, ils utilisent des concepts tels que l'*empowerment* ou l'intersectionnalité afin de souligner leur capacité de résilience et à être actrice du développement de leur territoire malgré les multiples mécanismes de domination. Ces études de genre appliquées aux questions agraires, lorsqu'elles sont croisées au champ du tourisme et du patrimoine par les chercheurs, permettent de révéler les capacités d'autonomisation féminine et de participation au développement, ainsi que des mécanismes d'oppression et d'exclusion dont les femmes sont l'objet.

L'intérêt de ce chapitre est de mobiliser ces connaissances et de présenter mon positionnement afin de démontrer la manière dont mon étude peut contribuer à combler les angles morts des études sur le genre, le tourisme et le patrimoine proposées jusqu'alors. Pour ce faire, le chapitre s'articule en trois parties.

Dans un premier temps, nous mettrons en évidence la manière dont les études sur le genre contribuent à qualifier et valoriser les différents aspects du travail des femmes dans les systèmes agraires (1). L'éclairage des relations hommes/femmes qui en découlent questionne l'invisibilisation et l'exploitation du travail des femmes. Les critiques à l'égard du

développement permettent de souligner les différents mécanismes d'exclusion du féminin et la nécessité d'envisager d'autres modèles pour parer à l'invisibilisation et l'exploitation du travail agricole féminin.

Dans un second temps, nous aborderons la manière dont la littérature éclaire les rôles des femmes dans les processus de patrimonialisation des produits de terroir. L'analyse des savoir-faire de confection et de leur transmission par les femmes a pour but de révéler leur implication dans les processus de création mémorielle et identitaire mais aussi dans l'ancrage territorial des produits de terroir (2).

Enfin, la dernière partie de ce chapitre est destinée à faire un état de la recherche, à travers les études dans le champ du tourisme, sur les rôles des femmes dans la mise en tourisme des produits de terroir (3).

I. La place des femmes dans le travail agricole.

L'éclairage des multiples rôles féminins dans le secteur agraire sous le prisme du genre s'inscrit dans une remise en question de l'analyse du développement.

Cet éclairage permet de révéler les différents mécanismes qui sous-tendent l'invisibilisation du travail agricole féminin. En ce sens, les études de genre permettent de révéler les rapports sociaux de sexe entre les femmes et les hommes, les inégalités structurelles de genre, la non-reconnaissance du travail reproductif et son articulation avec le travail productif dans le paysage agricole. Ces études permettent également de souligner la capacité des femmes rurales à faire front de ces différents mécanismes de domination androcentrique pour développer les territoires ruraux, questionnant de ce fait leur capacité *d'empowerment*.

1. Rendre compte du caractère multidimensionnel du travail agricole féminin et de son rôle dans le développement des territoires agricoles.

<u>Les femmes, une main-d'œuvre agricole essentielle dans le monde.</u>

Au cours des deux dernières décennies, les grandes instances internationales telles que l'ONU ou la Banque Mondiale, ont déployé un intérêt à l'observation ainsi qu'un engagement à la valorisation de la participation des femmes dans le secteur agricole à travers le monde. D'après des rapports régulièrement publiés, dans les pays dits en développement ou « Suds », les femmes représentent en moyenne 40% de la main-d'œuvre agricole (UNWOMEN, 2023). Cette part varie d'une région à l'autre du monde. En Amérique latine, elle représente 20% de la main-d'œuvre agricole. Dans certaines régions d'Afrique ou d'Asie, la main-d'œuvre agricole féminine dépasse 50%. En Afrique, ce chiffre est extrêmement variable, révélant alors de grandes disparités entre les territoires. Il passe par exemple de 45% en Afrique du Nord à 36% en Afrique de l'Ouest dans des pays comme la Côte d'Ivoire ou le Niger par exemple, et à plus

de 60% en Afrique australe dans des pays comme le Lesotho ou le Mozambique (FAO, 2011). Ces données permettent d'avoir une idée de l'importance de la participation féminine dans le secteur agricole, mais elles sont aussi à lire avec précaution tant la fiabilité sur la représentation des femmes dans le secteur agricole est sensible dans ces territoires. En Afrique, par exemple, la participation des femmes dans le secteur agricole est estimée entre 60 et 80% (Banque Mondiale, 2015).

L'observation économique du travail agricole féminin en milieu rural est le support d'un certain nombre d'initiatives. Parmi celles-ci, nous pouvons évoquer le cinquième engagement « égalité entre les sexes » des 17 objectifs de développement durable (ODD) mis en place en 2015 et à atteindre à l'horizon 2030 (Bodiguel, 2023). La résolution A/RES/62/136 de l'ONU s'inscrit dans cette dynamique avec la mise en place d'une Journée Internationale de la Femme rurale depuis le 15 octobre 2008. Cette célébration annuelle, qui est également soutenue par la Banque mondiale, a pour but de reconnaître l'implication des femmes rurales dans le développement agricole et rural montrant le développement d'un intérêt mondial pour le travail des femmes dans l'agriculture (ONU, 2007). Cette visibilité permet également le déblocage de fonds dédiés à subventionner la mesure et la valorisation du travail agricole des femmes en milieu rural comme le Fonds pour l'Égalité des sexes (UNWOMEN, 2023), l'initiative We-Fi (Banque mondiale, 2020) ou encore l'initiative en faveur de l'autonomisation économique des femmes rurales (FAO, 2014) etc.

Le travail agricole des femmes : une contribution économique essentielle pour la famille et la production.

Contrairement aux actions mises en place sur la scène internationale, définir et questionner les rôles des femmes et les rapports de pouvoir qui traversent les systèmes agraires (Cholley, 1946 ; Cochet, 2011 ; Bouron, 2021) et les systèmes de production agricoles (Deffontaines, Osty, 1977 ; Brossier, 1987 ; Gonin et al. 2018) n'est pas un phénomène récent dans les études sur le genre. Le travail mené par Ester Boserup (1970) a été le début d'un apport scientifique sur le travail agricole des femmes dans un contexte où le travail et l'implication au développement sont invisibilisés et reniés. Elle éclaire les rôles qu'elles occupent dans les systèmes agraires dans les zones en développement telles que les territoires africains, asiatiques ou d'Amérique latine. Son analyse de la répartition du travail agricole suivant le sexe a permis, entre autres apports, d'identifier les tâches exécutées par la main-d'œuvre féminine et masculine et ainsi de dénoncer la dépossession des femmes de leurs fonctions productrices, et donc de leur participation au développement. L'agriculture n'est pas un domaine réservé aux hommes, les femmes y sont simplement impliquées de différentes manières. C'est aussi ce que montre l'étude de Nash et Safa (1985) sur les rôles des femmes dans l'agriculture en Amérique latine.

Les études sur le genre montrent la grande diversité de situation du travail des femmes en agriculture et donc la nécessité de ne pas porter un regard simplifié et généralisé sur leur implication dans les systèmes agraires. Certains auteurs définissent le travail des femmes comme celui d'une aide. Elles endossent alors des statuts d'assistantes de production subordonnées à celui des hommes, du fait de leur statut biologique comme observé dans les

analyses anthropologiques de Meillassoux (1975) ou sociologique de Barthez (1982 ; 1984). Ce travail d'assistante agricole est encore largement observable notamment au sein de l'agriculture vivrière et de l'agriculture familiale. Toutefois, il est important de souligner que c'est loin d'être le seul statut des femmes, y compris dans ces types d'agriculture. Les études qui définissent le rôle des femmes comme une aide sont donc à nuancer. En l'absence d'étude générale, nous nous appuierons sur différentes études de cas qui participent à définir et à montrer comment le travail agricole des femmes contribue à soutenir les systèmes agraires et à la survie des familles en milieu rural.

Dans l'agriculture vivrière, paysanne ou d'autosubsistance, l'agriculture est principalement tournée vers l'autoconsommation (Diry, 2004). L'agriculture vivrière est souvent une agriculture familiale, bien que cette dernière ne soit pas toujours caractérisée par l'agriculture d'autosubsistance. Les familles exploitent leur propre parcelle, souvent de dimension réduite, et consomme une partie de la production (Lamarche, 1991, 1994 ; Delfossé, 2015). L'agriculture familiale est un modèle largement répandu dans le monde (Pourtier, 2010 ; Sourisseau, 2014) et qui emploie plus de 30% de la population mondiale et produit plus de 80% des denrées alimentaires, en valeur, dans le monde (FAO, 2014).

Dans ce cadre, les femmes sont des actrices majeures de la main-d'œuvre familiale de ces agricultures vivrières. Un certain nombre d'études se sont attachés à montrer le caractère essentiel de ce travail féminin dans les tâches de production et dans la génération de revenus. C'est ce que montre le travail de Benali (2016) au sein des exploitations familiales vivrières dans l'ouest algérien. Les femmes assistent leur conjoint en s'occupant du semis, du désherbage, de la récolte et de l'entretien du cheptel familial, un rôle essentiel pour la production. Les hommes, quant à eux, labourent les champs, diffusent les engrais et les pesticides et accompagnent les animaux de traits. Les femmes sont aussi très présentes dans la transformation des produits à travers la fabrication de produits agricoles à partir de plantes médicinales séchées ou de fruits qu'elles commercialisent localement, apportant ainsi un revenu d'appoint participant à l'autosuffisance alimentaire de leur ménage.

Les femmes, au sein des agricultures vivrières, peuvent participer de façon polyvalente à l'activité, leur permettant ainsi de diversifier l'activité agricole du foyer et donc de multiplier les sources de revenu. C'est dans cette lignée que s'inscrit le travail d'Andriananantoandro et Bélières (2015) concernant la région des Hautes Terres de Madagascar. Face à la pression foncière générationnelle de la réduction des espaces cultivables, les familles sont contraintes de diversifier leurs activités rémunératrices. Selon les foyers, les hommes ou les femmes sont obligés d'intégrer le salariat agricole pour apporter un revenu supplémentaire au foyer. Lorsque les hommes travaillent à l'extérieur, les mères, assistées par leurs filles, prennent alors le relais sur les tâches productives (labour, repiquage…). Dans ce cadre, les femmes n'apportent pas de revenu monétaire direct mais la réalisation des tâches de production agricole assure la survie des exploitations et celle de leur famille en permettant la pluriactivité. Cette dynamique montre que les femmes ont progressivement dépassé ce rôle de collaboration du mari.

L'étude de Droy (1990) menée au Sénégal, au Bénin et au Zimbabwe dresse un portrait d'activités féminines agricoles variées qui témoigne de la collaboration des femmes dans la culture, dans la transformation des produits ou dans la commercialisation. Son analyse comparative avec le travail des hommes souligne une participation féminine qui dépasse souvent le temps de travail des hommes. Ce constat montre à quel point le travail des femmes est indispensable au développement de l'agriculture et au bien-être économique des familles.

Dans des contextes ruraux particulièrement sensibles, le travail agricole des femmes dans l'agriculture vivrière revêt un caractère vital car il permet d'assurer la sécurité alimentaire des familles, une thématique encore peu étudiée aujourd'hui. C'est notamment le cas des cultures vivrières de manioc qui est l'une des cultures qui rassemble le plus de main-d'œuvre féminine et qui constitue, en même temps, un des aliments de base de la consommation humaine et animale dans de nombreuses régions (Adam, 1980 ; Raffaillac et Second, 2014 ; N'Zue et Zakhia-Rozis, 2018).

Le travail agricole des femmes permet aussi la survie des membres du foyer, notamment en contexte de crise alimentaire, appuyant davantage son caractère indispensable. C'est ce que montre l'étude de Maisonneuve (2015) sur les villages de l'ouest du Burkina Faso, qui contribue à combler le vide sur le lien profond entre le travail agricole féminin et la santé infantile. Cette étude démontre que l'activité des femmes dans les champs de coton permet, grâce à l'achat de biens alimentaires, de contribuer à la sécurité alimentaire des ménages. En même temps, les revenus générés par les femmes permettent d'acheter des biens non alimentaires réduisant la malnutrition des enfants.

Le Maroc, pays qui nous intéresse dans le cadre de cette thèse, se rapproche de ces contextes. En effet, malgré un rôle féminin pouvant varier, la main-d'œuvre féminine est indispensable dans le développement des agricultures vivrières et/ou familiales et la génération de revenu pour les familles. Les femmes sont très présentes dans le travail des cultures, qu'il s'agisse de cultures céréalières, maraîchères, arboricoles, ou d'élevage. Elles participent autant à la préparation des sols qu'aux travaux d'entretien des cultures ou de récolte (Laurent, 1996). La main-d'œuvre agricole féminine est aussi essentielle dans des cultures plus sensibles comme le montre l'étude d'Afsahi (2015) sur la culture de cannabis dans la région rifaine au nord du Maroc. Sur la base d'une agriculture familiale, les femmes sont formées par les hommes à des tâches techniques spécifiques de la culture du cannabis, leur permettant ainsi d'assister la production. Elles s'occupent de la préparation des sols mais aussi de la récolte du cannabis, les hommes peuvent alors concentrer leurs efforts sur la transformation du cannabis en haschisch et sur sa commercialisation dans les bois ou les villages environnants. Cette répartition sexuelle des tâches au sein des familles souligne bien le caractère parfaitement intégré et essentiel du travail des femmes dans la production agricole et le développement du capital familial. Ces différentes études de cas montrent comment la contribution économique du travail féminin peut varier d'un pays à l'autre, affirmant de ce fait son caractère indispensable. Cette thèse souhaite s'inscrire dans la continuité de ces études en montrant comment ce travail peut aussi varier d'une exploitation à l'autre sur un même territoire.

La forte responsabilité économique des femmes vis-à-vis du foyer n'est pas observable uniquement dans le contexte de l'agriculture vivrière ou de l'agriculture familiale. Au contact de la modernisation agricole capitaliste, les exploitations agricoles se sont diversifiées tant au niveau de leur taille que dans leur modèle de production (Auroi et al, 1998 ; Dubresson et al, 2011 ; Stavenhagen, 2018). Ces exploitations agricoles tournées vers l'économie de marché font aussi fortement appel à la force de travail féminine. L'agro-industrie (Boucher et al, 2009 ; Teyssier et al, 2010) qui présente des formes de production agricole industrialisées (Daviron, 2021) le plus souvent tournées vers l'exportation (Fort, Couderc, 2001) emploie des femmes à différentes étapes de la production ou de la transformation dans les territoires ruraux.

C'est ce que montre l'étude de Ferm (2012) qui aborde le travail des femmes qui ont migré pour travailler dans les industries agricoles d'exportation de fleurs coupées près de Bogotá en Colombie. Le climat et la proximité des exploitations de fleurs avec l'aéroport international permet une exportation rapide, plaçant ainsi la Colombie comme premier exportateur de fleurs coupées vers les Etats-Unis. Cette industrie exploite différents types de fleurs telles que les œillets, les chrysanthèmes ou les roses sur des exploitations de très grande taille. L'industrie des fleurs coupées, particulièrement dynamique à l'occasion des fêtes comme la Saint Valentin ou la Fête des mères, emploie plus de 110 000 travailleurs dont 65% sont des femmes. Dans ces exploitations, les femmes s'occupent de la cueillette et de la découpe des fleurs (Gervais, 2009). Le salaire des femmes travaillant dans cette industrie est souvent le seul revenu du foyer (Chaparro, 2004), étant donné qu'elle emploie un grand nombre de mères célibataires (Goodman, 2007). Ce salaire leur permet de payer le loyer de leur appartement, qu'elles partagent souvent avec d'autres familles et d'assurer les besoins primaires de leur famille (Ferm 2012). L'analyse du travail agricole féminin dans l'industrie des fleurs colombiennes montre bien la forte implication des femmes dans la main-d'œuvre salariée des grandes industries agricoles en même temps que la responsabilité financière familiale qui repose sur ces travailleuses mères célibataires.

Le secteur de l'agro-alimentaire (Fiette, 1983, 1985) ou de l'industrie agro-alimentaire (Plet, 1989) est aussi un secteur d'emploi féminin salarié important de l'agro-industrie dans les territoires ruraux. Dans le secteur des fruits et des légumes, par exemple, les femmes travaillent dans toute la chaîne de valeur agro-alimentaire, de la production à l'exportation. C'est le cas au Mexique où le secteur de la fraise d'exportation est une source d'emploi importante pour les femmes qui sont massivement recrutées en tant qu'ouvrières agricoles (Arizpe, Josefina, 1981). À Guyana, l'agro-industrie contribue à hauteur de 3,3 millions d'USD à l'économie du pays entre janvier et juin 2020 et représente aussi un secteur d'emploi privilégié pour les femmes (Seelall, 2021). Elles cultivent des fruits et des légumes comme le haricot kilomètre, le pak choy, la pastèque ou le fruit de la passion. Certaines produisent dans le cadre d'une agriculture autosuffisante quand d'autres travaillent dans de grandes exploitations destinées à approvisionner les villes et l'exportation. Les femmes sont aussi impliquées dans la transformation des fruits et légumes pour la fabrication et le conditionnement des sauces à base de piments, des confitures ou des gelées, des épices ou encore des fruits secs qui sont vendus à l'exportation ou au détail dans les marchés urbains d'Anna Regina, Georgetown ou Corriverton.

Au Maroc, dans le cadre de l'agriculture intensive du secteur agro-alimentaire, les femmes constituent la base de la main-d'œuvre de récolte à tel point qu'elles sont recrutées aussi à l'étranger, notamment en Espagne (Arab, 2018). A travers un programme de coopération entre ces pays, des femmes de différents villages y sont envoyées dans le cadre de migrations temporaires pour y effectuer la cueillette des fraises. Selon l'auteure, la main-d'œuvre féminine marocaine est réputée pour son faible coût et son efficacité. Les femmes marocaines témoigneraient, selon les exploitants, d'un savoir-faire remarquable dans la récolte des cultures fragiles, soulignant donc le caractère genré des représentations du travail agricole féminin. Malgré l'importance de cette main-d'œuvre féminine, peu d'études se sont intéressées aux formes d'implication féminine au sein de ces agricultures industrielles. Cette thèse, à travers l'étude de l'intégralité de la filière de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès propose un éclairage du rôle des femmes dans ces grandes exploitations industrialisées.

Ainsi, les femmes sont des actrices essentielles de ces agricultures tournées vers l'exportation. Néanmoins, le nombre d'études encore peu fourni ne permet pas d'embrasser la grande diversité du travail féminin dans ces exploitations agricoles à travers le monde, et donc de leur capacité à contribuer au développement de leur territoire.

Deux autres dimensions du contact des agricultures avec l'économie de marché qui impliquent le travail des femmes sont l'entreprenariat (Audretsch, 2006) et l'innovation (Bloch, Manceau, 2000). Elles sont étudiées dans les études de genre en contexte agricole mais bien souvent dans le cadre des coopératives féminines. Or, il existe d'autres formes d'unités professionnelles de production et de commercialisation dans lesquelles les femmes sont impliquées, c'est ce que cette thèse souhaite aborder.

Les coopératives constituent une sphère importante de l'entreprenariat et de l'innovation féminine. Elles montrent aussi la capacité des femmes à se rassembler dans des dynamiques collectives et entrepreneuriales pour répondre ensemble aux problématiques financières qui les accablent. C'est ce que montre l'étude d'Alhassoumi et Granié (2014) sur le développement du maraîchage par les femmes Garbey-Kourou autour de l'affluent Sirba du fleuve Niger. Au Niger, les femmes occupent une place importante dans le travail agricole. Elles représentent près de 80% de la population active et représentent un atout majeur pour les ménages et les territoires ruraux. Les femmes Garbey-Kourou, se sont rassemblées pour utiliser la terre du Sirba afin de développer des cultures maraîchères. Pourtant, dans cette société virilocale, ce sont les hommes qui, en théorie, assurent la réponse aux besoins matériels de la famille c'est-à-dire la nourriture, l'habillement, etc. Les femmes ont ici développé toute la chaîne de valeur, en travaillant la terre pour rendre les sols cultivables, acquérant et partageant entre elles des compétences agricoles techniques alors traditionnellement attribuées aux hommes. Ce travail, qui fut d'abord rémunéré en nature, a permis aux femmes de soutenir financièrement leur famille mais aussi de participer au développement agricole de leur région. Ce travail agricole est passé d'un travail d'appoint pour les familles des femmes en période de soudure de la saison sèche à un rôle support. Enfin, ce travail féminin collectif s'est traduit par la création d'une coopérative qui obtint une reconnaissance institutionnelle nationale et un soutien économique local qui a permis aux femmes d'élargir leur activité à d'autres cultures agricoles.

Des chercheurs ont relevé la présence d'initiatives collectives similaires dans d'autres pays soulignant ainsi le caractère moderne et innovant de ces groupements de femmes. En Côte d'Ivoire, premier pays exportateur de cacao au monde (Ruf, 1993 ; Jeannin, 2023 ; Tchounand, 2024), l'intérêt a été porté sur l'implication des femmes dans cette filière (Kouassi, 2022). A Kossou, les femmes se sont rassemblées en coopérative pour expérimenter la fabrication du chocolat, une innovation pour ce territoire entre savane et forêt. Globalement, la fabrication du chocolat a toujours été le fait de grandes firmes industrielles, le plus souvent basées à Yopougon, district de la capitale d'Abidjan. Cette initiative renverse la tradition industrielle urbaine, offrant alors de nouvelles perspectives économiques pour les femmes en milieu rural.

La fabrication du chocolat par les femmes participe à renverser la traditionnelle relation entre villes et campagnes, dans laquelle la campagne fournit les produits agricoles bruts et la ville transmet les produits manufacturés. Cette initiative féminine a aussi créé de nouvelles relations internes à la campagne en s'associant à une coopérative agricole qui leur fournit les fèves de cacao qu'elles transforment localement. La mise en place d'une chaîne de valeur transformant les fèves de cacao en tablettes de chocolat par les femmes à l'aide de méthodes rudimentaires, telles que l'utilisation de marmites ou de couteaux pour un épluchage manuel des fèves, souligne aussi leur capacité à relever des défis organisationnels techniques. L'implication des femmes dans la coopérative de chocolat leur a permis de s'octroyer un revenu annuel, apportant ainsi une solution locale aux femmes qui devaient migrer pour intégrer des activités rémunératrices. De nombreuses activités, dont certaines périlleuses comme l'orpaillage, ont donc pu être abandonnées au profit de la coopérative. Grâce à cette nouvelle activité, certaines femmes ont pu acquérir des plantations, participant alors à augmenter les retombées économiques pour leur famille et ainsi amorcer une renégociation de la place des femmes dans le foncier agricole dont l'accès aux femmes est encore largement limité (Kouakou et al, 2019 ; Affessi et al, 2022 ; Fall et al, 2023).

Au Maroc, les études sur les coopératives féminines s'inscrivent dans la lignée de ces travaux bien qu'ils s'attachent plus à éclairer l'entreprenariat que la capacité d'innovation féminine. C'est un aspect que cette thèse souhaite aborder à travers l'éclairage des processus de collaboration féminine, de partage de compétences et à l'association de différentes matières premières d'origines variées.

Depuis le lancement de l'Initiative Nationale du Développement Humain (INDH) en 2005 qui favorise la création de structures de l'économie sociale et solidaire, de nombreuses coopératives agricoles féminines ont vu le jour au Maroc (Ahrouch, 2011 ; Amrati et Debbagh, 2023). Ces coopératives sont la base d'études, encore insuffisantes, participant à vulgariser l'implication des femmes dans le travail agricole. Par exemple, la région de l'arganier a vu se multiplier les coopératives féminines. Les femmes, à travers les coopératives, couvrent toute la filière de production. Elles récoltent les fruits de l'arganier, les transforment en huile d'argan qu'elles commercialisent ensuite de façon multiscalaire. Le format de la coopérative permet d'assurer aux femmes un revenu annuel qui couvre les besoins de leurs familles respectives (Romagny et al, 2016). Sur le même modèle de l'argan, d'autres coopératives féminines éclosent dans

d'autres régions du Maroc, comme pour l'huile d'olive dans le Rif (Hamimaz, 2009), le Safran dans la région de Taliouine (Aboudrare et al, 2014), le sirop de dattes d'Alnif et de Tata (Houssni et al, 2022) ou encore le yaourt aux dattes de la région de Ouarzazate (Noutfia et al, 2019).

Ainsi, le travail agricole des femmes participe de bien des manières au développement des cultures mais aussi à la création de revenus pour les familles, soulignant alors le caractère indispensable de l'implication féminine dans les systèmes de production agricole. Nous souhaitons ici mettre en avant le fait que cette contribution économique est indissociable des tâches non marchandes dont les femmes assument également la responsabilité. Ces tâches, même si elles ne génèrent pas directement de revenu, sont indispensables au fonctionnement de l'agriculture.

Contributions non marchandes du travail agricole féminin.

Des études se sont intéressées à l'accomplissement de tâches non rémunérées par les femmes en milieu agricole et rurale. Nommées tâches reproductives, par opposition aux tâches productives génératrices de revenus, elles ne sont pas rémunérées et sont exécutées par les femmes de façon additionnelle aux tâches productives (Verschuur, 2011).

Les tâches reproductives exécutées par les femmes sont nombreuses et diversifiées. Elles sont également très variables d'une exploitation à l'autre et entre les différentes régions du monde. Il ne s'agit donc pas d'en donner une liste détaillée mais de fournir un aperçu pour comprendre les différents volets qui composent le travail des femmes dans les agricultures. L'étude des territoires africains de Fall et Jacquemot (2023) montre que ces tâches concernent souvent les travaux des champs comme la cueillette des denrées, le petit maraîchage ou encore l'entretien du cheptel destiné à la consommation familiale. Les femmes assument aussi la charge de l'approvisionnement du foyer en bois, en eau et en divers produits agricoles qu'elles portent sur la tête ou le dos sur de longues distances.

L'activité de portage occupe beaucoup de temps sur les heures de travail quotidiennes des femmes (Charmes, 2005). C'est aussi ce que montre l'étude d'Ofouémé-Berton (2010) sur l'approvisionnement en eau dans les campagnes du Congo-Brazzaville. Les femmes et les jeunes filles doivent s'organiser quotidiennement pour aller puiser de l'eau, parcourant jusqu'à 30 kilomètres tout en assurant leurs activités agricoles. Le portage féminin est une tâche à la fois domestique et agricole car il contribue à l'approvisionnement des foyers mais aussi au fonctionnement des agricultures. C'est ce que montre Pourtier (2015) dans son étude sur l'agriculture sur brûlis en Afrique centrale. Les hommes défrichent et fertilisent les sols à l'aide du feu et les femmes, grâce au portage féminin, assurent le transport des denrées depuis les champs vers les villages ou les marchés.

Au Maroc, le portage féminin occupe une place importante dans la vie des femmes rurales. Le portage est une tâche qui fait toujours partie du travail de récolte. Par exemple, dans la région des Haha dans le Haut Atlas, les mules peuvent être utilisées pour le transport mais de

nombreuses femmes portent encore elles-mêmes leur récolte d'argan. C'est aussi le cas pour l'approvisionnement de leur foyer en bois qu'elles découpent et transportent avec leurs corps et pour lequel elles parcourent jusqu'à 10km (Faouzi, 2013). Dans la région du Rif Occidental, le portage fait aussi parti du quotidien des femmes. Elles s'occupent par exemple de l'approvisionnement en eau de leur foyer, pour lequel elles doivent effectuer de 30 minutes à 3 heures de queue et de portage (Sabir et al, 2003). C'est aussi le cas dans d'autres régions du Maroc comme dans la région d'Errachidia, la corvée d'eau au Maroc étant alors principalement féminine (Borghi et Rachele, 2005). Également, au Maroc, le portage s'additionne à d'autres tâches agricoles féminines non rémunérées comme le ramassage de branches pour nourrir le cheptel en hiver ou la collecte du fumier pour protéger le foyer des odeurs. (Sabir et al, 2003). Les études sur le travail reproductif des femmes au Maroc sont encore timides et ne montrent pas comment ce travail est indissociable des tâches productives qui sont génératrices de revenu et qui participent au développement des territoires ruraux. C'est ce que souhaite faire cette thèse en montrant comment les tâches reproductives des femmes constituent un volet du travail agricole féminin essentiel pour les foyers, pour la filière et qui se trouvent à la base de l'identité patrimoniale et touristique du territoire.

L'étude de Landy (1994) sur l'agriculture paysanne de Mottahali en Inde expose un travail domestique agricole féminin qui ne diffère pas beaucoup de ce qui a été observé dans les régions africaines. En outre, il explique que, dans de rares cas, les femmes qui vivent dans une exploitation aisée se voient remplacées par la main-d'œuvre et se consacrent alors aux tâches qui s'exécutent à l'intérieur du domicile. Dans cette même lignée, Agarwal (2001), en contexte asiatique et africain, analyse la charge de tâches reproductives qui pèse sur les femmes en contexte agraire et observe qu'elle varie considérablement selon la catégorie socioéconomique. Les femmes, dont le ménage est à la tête d'une grande exploitation, ont moins de travail car elles engagent du personnel. Leurs tâches se limitent, par exemple, à la supervision des tâches effectuées par le personnel de l'exploitation. Peu d'études au Maroc s'intéressent spécifiquement à ces différences. Il s'agit aussi de montrer dans cette thèse comment, au sein d'un territoire, les situations socioéconomiques des femmes varient considérablement d'une exploitation à l'autre, montrant en même temps à quel point le travail agricole des femmes est variable.

Les tâches agricoles effectuées à l'intérieur et hors des exploitations ne sont pas les seules tâches reproductives. Ces dernières s'additionnent à des tâches domestiques exécutées par les femmes au sein du foyer, comme l'expose de nombreux auteurs à travers le monde. L'étude d'Anglade dans les campagnes haïtiennes (1988) éclaire la manière dont les femmes s'occupent de la cuisine, du ménage, de la vaisselle, du repassage mais aussi de l'éducation des enfants, en plus de leur travail agricole. Jazy Haboubacar (1998) souligne aussi cette double responsabilité féminine au Niger. Ainsi, les femmes dans les espaces ruraux assurent à la fois la réalisation des tâches domestiques agricoles et le travail du *care*, c'est-à-dire toutes les tâches qui consistent à prendre soin des autres au sein du foyer tels que le ménage, la cuisine et l'éducation des enfants (Molinier, 2020).

Un autre volet important de ce travail reproductif concerne les savoirs des femmes qui participent à la valorisation des ressources agricoles (Salmona, 2001) et dont la transmission permet la sauvegarde du capital culturel à travers les générations (Guétat-Bernard et Saussey, 2014). A ce titre, Howard (2014) souligne le lien entre le travail domestique des femmes et la valorisation de la biodiversité. Elle rappelle notamment comment les connaissances précises des femmes peuvent conditionner le choix des variétés de produits agricoles à cultiver. Au Maroc, les femmes sont aussi les détentrices de nombreux savoir-faire agricoles qui sont au cœur de la valorisation de produits agricoles comme l'argan (Simenel et al, 2014). Cette thèse s'inscrit aussi dans cette lignée en s'intéressant à la manière dont les savoir-faire de récolte des roses se transmettent de mère en fille, ce qui place les femmes au cœur des processus de sauvegarde.

Ainsi, le travail reproductif des femmes dans les milieux ruraux comprend, comme le travail productif, de nombreux volets. Toutes ces tâches reproductives assumées par les femmes participent, elles aussi, au fonctionnement des systèmes agraires. Pourtant, malgré la contribution des femmes aux activités marchandes et non-marchandes, celles-ci demeurent invisibles lorsque ces activités ne génèrent pas de revenu. En effet, les activités non rémunérées ne sont pas comptabilisées et ne sont donc pas considérées comme du travail, à l'échelle des pays (Chadeau et Fouquet, 1981 ; Folbre, 2001). Cette séparation économique des activités marchandes et non-marchandes, c'est-à-dire du productif et du reproductif, participe à invisibiliser le travail des femmes et à reléguer l'importance de leurs rôles dans les systèmes agraires.

2. L'invisibilisation du travail des femmes comme révélateur d'un système de développement agricole patriarcal.

Les études de genre proposent, grâce à l'approche par le genre, de déconstruire la primauté accordée à la rationalité économique dans le modèle de développement néolibéral largement diffusé dans les agricultures et qui est à l'origine des mécanismes d'invisibilisation de tout ou partie du travail des femmes. La diffusion du modèle de développement néolibéral est notamment caractérisée par l'implantation d'une agriculture productiviste tournée vers l'exportation (Gras et Hernandez, 2014 ; Chaléard et Sanjuan, 2017 ; Bourgoin et al., 2023 ; Magrin et Ninot, 2021).

Au Maroc, les grandes stratégies nationales (Plan Maroc Vert et Green Generation) s'inscrivent dans cette diffusion d'un modèle néolibéral, industriel et capitaliste de développement agricole dans les territoires ruraux. L'intégration de l'agriculture marocaine dans un modèle de développement capitaliste n'est pas récente, elle remonte à la période coloniale. Celle-ci a continué d'influencer le développement agricole bien après l'indépendance du royaume chérifien (El Khyari, 1987 ; Swearingen, 1987). Pourtant, la littérature n'aborde pas, à notre connaissance, l'héritage de la période coloniale sur le développement des filières des plantes à parfum qui ont pourtant été centrales dans la stratégie de développement de la parfumerie Grassoise sous le Protectorat français (1912-1956). C'est dans cet angle que souhaite intervenir

cette thèse. L'industrialisation de la rose de Kelâat M'gouna s'est faite sous l'impulsion de la colonisation et a provoqué une appropriation de la ressource par des acteurs étrangers au territoire, ce que l'accès à l'indépendance n'a pas changé. Dans ce cadre, le modèle d'exploitation de la rose s'est poursuivi dans le sens d'un développement capitaliste, rationalisé et productiviste qui sera analysé grâce à une approche par le genre.

Pour analyser la vision capitaliste du développement et ses effets sur la condition des femmes, les études de genre dans les espaces agricoles se sont appliquées à aborder la séparation économique des sphères reproductives et productives portée par ce modèle, c'est-à-dire du marchand et du non marchand, du dedans et du dehors (du foyer).

La séparation économique et capitaliste des sphères productives et reproductives comme vecteur de l'invisibilisation du travail agricole des femmes.

Un certain nombre de travaux explique que le travail agricole est subdivisé entre celui qui relève de la sphère productive c'est-à-dire ce qui est commercialisé sur le marché et ce qui est destiné à l'autoconsommation – car même s'ils ne sont pas vendus, les produits agricoles sont, comme les produits commercialisés, comptabilisés dans la production. Enfin, le reste rentre dans la sphère reproductive ou non-marchande et n'est pas mesurée. Cette séparation ne permet donc pas de rendre compte de l'intégralité du travail des femmes dans les agricultures et plus largement de leur implication dans le développement de leur territoire (Guétat Bernard, 2014, 2017 ; De Ruyter van Steveninck et Groot, 2001).

Pour des auteurs comme Barraguan (2022), Bisillat et Hirata (1998), ce découpage du productif et du reproductif est lié à l'aspect capitaliste du développement car seule la croissance économique compte et est mise en valeur. De ce fait, de nombreuses implications féminines ne sont pas comptabilisées et sont ignorées car elles sont considérées comme gratuites. Cette dynamique capitaliste participe alors à créer un processus d'invisibilisation du travail des femmes dans les agricultures, ce qui est alarmant pour ces auteurs. A ce titre, Mies (1998) souligne que, paradoxalement, la somme du travail non rémunéré effectué dans une économie nationale dépasse la somme du travail rémunéré, et cela pas seulement dans les pays dits des « Suds ». Cette situation témoigne donc de la nécessité de prendre en compte le travail effectué par les femmes car elles contribuent considérablement aux économies nationales.

Pour d'autres auteurs, il est important de souligner que cette séparation du productif et reproductif n'est pas conforme à la réalité. Les femmes participent activement aux deux univers et comme le souligne Nicourt (2013), elles facilitent les tâches masculines dans le fait qu'elles sont complémentaires. Les femmes sont autant impliquées dans les tâches réalisées à l'intérieur du foyer comme la cuisine, le ménage ou l'éducation des enfants que dans d'autres tâches extérieures qui leurs sont propres comme cultiver le potager ou s'occuper du petit élevage, deux activités liées à l'autosubsistance. Elles constituent aussi une main-d'œuvre indispensable dans les exploitations agricoles dirigées par des hommes, apportant ainsi un revenu non négligeable pour leur famille.

L'invisibilisation du travail des femmes dans le développement économique des territoires engendre des conséquences sociales qui sont néfastes pour elles. D'abord, cette invisibilisation provoque l'absence de reconnaissance sociale du travail reproductif qui est, comme nous l'avons vu précédemment, principalement réalisé par les femmes, qu'il concerne le foyer (l'intérieur) ou l'assistance à des tâches de production agricole (l'extérieur). Ce manque de reconnaissance participe à valoriser essentiellement le travail des hommes et à créer des rapports de domination et d'inégalités de genre entre les hommes et les femmes. Comme le souligne Guétat-Bernard (2017), cette valorisation sociale du travail des hommes maintient les femmes dans une position de dépendance par rapport aux hommes, aux maris, pères et chefs de la famille.

Il y a peu d'études qui traitent spécifiquement de l'invisibilisation du travail des femmes au sein des espaces agricoles et de leur dimension patriarcale. Nous pouvons citer les recherches anthropologiques de Weinrich (1981) menées dans les agricultures familiales de la Rhodésie du Sud. La double prise en charge non rémunérée du travail des femmes occupe tout leur temps et permet de libérer du temps aux hommes pour aller travailler hors des champs de la famille et accumuler du capital. Dans cette configuration, seul le travail des hommes est comptabilisé dans l'économie car il est rémunéré et est donc rendu visible et valorisé. Pourtant, sans le travail des femmes, qui n'est pas rémunéré et donc invisibilisé, l'accumulation du capital par les hommes n'aurait pas été possible. L'invisibilisation du travail des femmes au profit de la valorisation de celui des hommes, pourtant dépendant de celui des femmes, vient créer des rapports sociaux de sexes qui relèvent de la domination des hommes sur les femmes et qui atteste d'un système patriarcal.

C'est aussi ce que montrent les recherches de Young (1978) à travers l'étude du travail des paysannes dans les champs de café de la région d'Oaxaca au Mexique. Les femmes assument la charge des tâches domestiques familiales qui concernent à la fois celles du foyer (intérieur), celles de la production des cultures d'autosubsistances familiales (extérieur) et assistent en plus leurs maris dans les champs de café. A l'occasion de la saison de floraison du café, elles cueillent les graines et les décortiquent sur un temps de travail qui peut s'étendre jusqu'à 17 heures par jour. Pour toutes ces tâches, les femmes ne perçoivent pas de revenu, contrairement aux hommes, ce qui participe à l'invisibilisation de leur travail et donc à nier leur implication dans la production agricole au profit des hommes.
Ainsi, les femmes sont dépourvues de rétributions économiques et sociales pour leur travail au sein des agricultures, ce qui représente une caractéristique importante de l'exploitation capitaliste (Michel, Fatoumata-Diarra et al., 1980).

Au Maroc, il y a aussi peu d'études qui s'intéressent à l'invisibilisation du travail reproductif féminin et de son exclusion de l'économie marchande. Récemment, c'est l'étude de Moisseron et al., (2019) qui s'y attèle à travers l'étude de la petite agriculture des arrière-pays marocains appartenant aux versant nord et sud du Haut Atlas, de l'oued Souss et du versant nord de l'Anti Atlas. Cette étude expose que les femmes ne sont pas rémunérées pour le travail qu'elles exercent au sein des exploitations agricoles familiales, contrairement à leur conjoint qu'elles assistent. Les seules femmes qui bénéficient d'un revenu dans ces agricultures sont celles dont

le conjoint et chef de l'exploitation est décédé, et il s'agit d'une minorité. Ce phénomène est frappant dans le fait qu'il démontre que seule l'absence exceptionnelle des hommes, ici le décès, rend possible l'accès de la rémunération aux femmes et donc à la mesure et à la reconnaissance de leur travail dans les exploitations agricoles. Autrement, le seul travail agricole féminin, qui est rendu visible d'après l'étude, est celui de ces femmes qui travaillent dans les coopératives agricoles de transformation et de commercialisation d'argan ou de lait, mais il s'agit d'une minorité.

Toutefois, il n'y a pas d'étude qui s'intéresse aux mécanismes d'invisibilisation et d'exclusion des femmes dans les agricultures de façon globale, c'est-à-dire dans les petites et dans les grandes exploitations. Il n'y en a pas non plus concernant l'implication des femmes dans les processus de transformation et de commercialisation des produits agricoles où les femmes sont aussi massivement présentes, que ce soit dans les coopératives ou autres types d'unités. Il y a donc une invisibilisation du travail des femmes qui est structurelle et qui s'exprime à travers plusieurs espaces de production sur les territoires agricoles, ce qui vient renforcer l'ampleur du phénomène d'invisibilisation et d'exclusion et qui génère aussi des inégalités de genre et des rapports sociaux genré dominant/dominé. A travers l'éclairage de ces processus dans la filière agricole de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès, c'est dans ces angles morts que cette thèse souhaite intervenir.

La séparation des deux sphères, l'invisibilisation du travail féminin et les rapports sociaux de sexes qui en découlent sont liés à une différenciation biologique des sexes masculin et féminin abusivement étendue à la sphère sociale. Un pont est constitué entre le sexe féminin et les tâches reproductives. C'est ce que défendent des auteurs comme Ferrand (1983), Charlier (2006) ou Saussey (2011) : la capacité biologique des mères à allaiter leur enfant est élargie naturellement en un rôle social de nourrir et de s'occuper des enfants et des hommes, qui est assigné aux femmes dans les sociétés. L'extension abusive d'un rôle biologique féminin à un rôle social imposé aux femmes participe aussi à créer des rapports de domination entre les hommes et les femmes. En ce sens, Fougeyrollas-Schwebel et al. (1985) expliquent que l'assignation des tâches domestiques (reproductives) aux femmes implique qu'elles soient disponibles en permanence pour les membres du foyer, créant ainsi une forme de dépendance et de domination et qui, selon Bereni (2008), freine leur participation au marché du travail et renforce le processus d'invisibilisation du travail des femmes.

<u>Une vision capitaliste et androcentrée du développement qui place la division sexuelle du travail, rapports sociaux de sexe et inégalités de genre au cœur des systèmes agraires.</u>

Dans la même lignée, Shiva (2001) et Mies (1998) dénoncent ce lien biologique qui est fait entre le féminin et le reproductif dans le développement. Pour elles, il crée un rapport de domination hommes/femmes qui s'exprime dans l'application d'une division sexuelle du travail à l'intérieur et à l'extérieur du foyer. Il est alors considéré comme naturel qu'il incombe à la femme dans ces espaces de s'occuper des enfants, des tâches ménagères mais aussi d'aller chercher du bois, puiser de l'eau ou encore cultiver le potager. Selon ces auteures, cette vision serait à l'origine de la surexploitation des femmes dans les territoires ruraux. Les femmes

constituent la main-d'œuvre principale dans les espaces ruraux et continuent dans le même temps d'être en charge des tâches domestiques intérieures et extérieures. C'est aussi ce qu'observe Claude Meillassoux (1975) à travers son étude sur l'économie domestique paysanne. Il démontre que la dynamique capitaliste s'exprime dans le fait que le coût de la main-d'œuvre ouvrière agricole paysanne soit déplacée sur les femmes, qui doivent s'occuper de ces tâches sous couvert qu'elles sont considérées comme faisant partie de ce qui relève du domestique alors associé au féminin.

Ainsi, dans les systèmes agraires, il y a une répartition du travail qui se fait selon le sexe et qui s'appuie sur des constructions sociales genrées héritées de la séparation des sphères productives et reproductives, dans laquelle les hommes sont associés au productif et les femmes au reproductif. Il y a donc des tâches d'hommes et des tâches de femmes, mais qui varient selon les territoires. Cette répartition du travail entre les hommes et les femmes est nommé la division sexuelle du travail (Kergoat, 2001). Cette division sexuelle du travail révèle une tension entre ces deux groupes sociaux. Le plus souvent, dans l'analyse de la division sexuelle du travail, les rapports sociaux entre ces deux groupes reposent sur une relation hiérarchique dans laquelle les hommes exercent un pouvoir, c'est-à-dire de domination sur les femmes. Pour d'autres auteurs aussi, la division sexuelle du travail révèle l'exercice d'un pouvoir de domination des hommes sur les femmes (Mathieu, 1991 ; Tabet 1998). C'est la raison pour laquelle la division sexuelle du travail est associée à la notion de rapports sociaux de sexe avec laquelle elle forme un système (Kergoat, 2001).

Haicault (2000) définit les rapports sociaux de sexe comme étant des relations entre les hommes et les femmes qui répartissent les deux sexes comme des catégories sociales. Selon elle, ils fonctionnent selon trois principes : l'identification, la différenciation et la hiérarchisation. Ces rapports sociaux de sexe peuvent s'exprimer entre les sexes et à l'intérieur d'un même sexe. Ils se composent d'un premier aspect matériel, qui s'exprime dans les rôles, les fonctions, les moyens matériels et techniques et de l'accès aux ressources, pour chacun des sexes. Et, d'un deuxième aspect plus symbolique qui concerne les croyances, qui permettent de justifier, de légitimer et d'asseoir la répartition inégale du premier aspect matériel entre les hommes et les femmes. Ce deuxième aspect est important car il souligne que, dans les rapports sociaux de sexe, c'est cette production symbolique qui permet de cultiver la répartition sexuée des rôles et leurs représentations.

Comme le souligne Kergoat et Bisilliat (2001), les rapports sociaux de sexe, pour ce qui nous intéresse les relations entre les hommes et les femmes, peuvent prendre différentes formes. Ils peuvent être antagoniques, asymétriques ou complémentaires. La forme que prennent les relations peuvent varier selon les espaces sociaux et les temporalités. Selon elles, il est aussi nécessaire de ne pas seulement avoir une lecture binaire hommes/femmes car ces deux catégories sont hétérogènes. Il peut donc aussi y avoir des relations différentes au sein même de ces deux groupes, ce qui vient complexifier l'analyse des rapports sociaux de sexe.

Dans le cadre de notre recherche, l'étude des rapports sociaux de sexe est mobilisée pour comprendre les mécanismes d'assignation des tâches aux hommes et aux femmes, et les

constructions de genre qui s'y rattachent dans les différentes formes de division sexuelle du travail. Notre étude s'inscrit dans cette dynamique car elle permet d'observer que les rapports sociaux, comme la division sexuelle, varient entre les hommes et les femmes, et cela au sein de chaque catégorie, tout en analysant les femmes et les hommes. Mais elle permet aussi de voir que ces mécanismes varient entre les différents espaces d'une même filière agricole et dans ses mécanismes de valorisation patrimoniale et touristique.

L'analyse de la division sexuelle du travail et des rapports sociaux de sexe permet aussi de mettre en évidence les inégalités de genre qui parcourent les systèmes agraires. Les inégalités de genre désignent les disparités et les déséquilibre entre les hommes les femmes. Comme le montre Marius (2016) à travers son étude sur les inégalités de genre en Inde (2016), ces inégalités peuvent être de nature différente et peuvent concerner le salaire, la pauvreté, l'analphabétisme, l'accès au soin ou encore l'espace et les territoires. Elles peuvent être étudiées de manière indépendante ou ensemble car ces inégalités de genre peuvent se cumuler comme le souligne Sen (2007). Aborder les inégalités de genre à travers la division sexuelle du travail ne permet pas seulement de constater les inégalités ou d'identifier le type d'inégalités. Cette analyse offre également la possibilité d'articuler les observations du réel avec les réflexions qui expliquent les constructions sociales de genre dans la société qui fabrique et perpétue ces inégalités (Kergoat, 2001). Les études de cas qui vont suivre permettent de voir que la division sexuelle du travail est régulièrement étudiée avec les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre.

L'étude des systèmes agricoles traditionnels en Mauritanie et au Sénégal par Drevet-Dabbous (2001) éclaire la division sexuelle du travail et les rapports sociaux de sexe qui s'expriment sur les exploitations de deux groupes ethniques de cultivateurs : les Toucouleurs et les Soninkés. Les hommes assument la charge de la préparation du sol, de l'irrigation et du moissonnage du riz. Ce sont des charges à responsabilité qui vont de pair avec leur rôle de chef de famille et de propriétaire d'exploitation. De leur côté, les femmes occupent des tâches d'assistance et n'ont pas accès à la propriété des parcelles agricoles. Elles repiquent le riz, les tomates, sèment le maïs. Elles s'occupent aussi du sarclage manuel des cultures, de l'assemblage des gerbes de riz pour le battage et d'éloigner les oiseaux des cultures de riz. Les hommes possèdent les terres et ont des tâches à responsabilité tandis que les femmes sont assignées à des tâches d'assistanat des hommes, témoignant ainsi à la fois d'une division sexuelle du travail dans l'exploitation mais aussi de la domination masculine.

L'étude de Vanga (2012) sur une coopérative agricole mixte (coton, riz, maïs…) du nord de la Côte d'Ivoire permet aussi d'éclairer la division sexuelle du travail largement répandue dans les exploitations agricoles et les rapports sociaux de sexe qui en découlent avec quelques différences notables. La coopérative COFONI, qui était traditionnellement composée d'hommes, a progressivement impliqué des femmes qui sont devenues majoritaires. Dans la coopérative, les hommes sont les propriétaires des parcelles agricoles. La coopérative leur permet de commercialiser leurs récoltes. Les femmes représentent la main-d'œuvre ouvrière au sein de ces exploitations et sont rémunérées. Il y a donc un important écart de revenu entre les hommes qui vivent de leur rente et les femmes qui obtiennent un salaire pour leur force ouvrière.

Ces inégalités de genre participent à créer un rapport de pouvoir hiérarchique entre les hommes et les femmes à travers leur statut et leur revenu.

De plus, dans ces sociétés rurales du nord de la Côte d'Ivoire, les charges domestiques relèvent de la responsabilité de la mère et non du mari, ce qui vient renforcer les inégalités et les rapports de pouvoir entre les hommes et les femmes. En effet, le faible revenu perçu par les femmes dans la coopérative est destiné à couvrir les frais de scolarité de leurs enfants, les besoins primaires de leur famille (alimentation, santé, habillement) mais aussi l'achat d'ustensiles de cuisine pour le mariage des filles et l'initiation au « *poro*[3] » des fils.

Par conséquent, les femmes assument une charge qui est supérieure à celle des hommes au sein du foyer, alors qu'elles touchent un revenu largement inférieur, ce qui les placent dans une position de dépendance dans l'espace du foyer et dans celui de la coopérative. Elles sont obligées de travailler pour assumer leur charge familiale et le faible niveau de revenu qu'elles perçoivent, qui couvre seulement les besoins familiaux, les rendent dépendantes de la coopérative. Ainsi, cette étude montre bien que les femmes travaillent quel que soit le prix, générant des rapports de domination mais aussi de fortes inégalités de genre entre les hommes et les femmes (Galland,2001)

Au Maroc, seules des études de cas encore timides permettent d'aborder la division sexuelle du travail, les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre qui en découlent dans le contexte agricole malgré une main-d'œuvre agricole largement féminine (Haut-Commissariat au plan, 2011). L'agriculture marocaine a une place essentielle dans l'économie nationale et possède de nombreuses filières (Harbouze, Pellissier et al., 2019). Elle est aussi caractérisée par un large éventail de systèmes de production agricoles au regard des récentes politiques de modernisation agricoles (Akesbi, 2001, 2012 ; Abis, 2020 ; Dahmani et Akry, 2022 ; Agence pour le développement agricole et Ministère de l'Agriculture, 2024) qui s'appuie sur la division sexuelle du travail.

Nous pouvons citer l'étude ethnographique de Florenza (2021) qui aborde la division sexuelle du travail en place dans les exploitations d'oliviers au moment de la récolte dans la région de Taroudant au sud du Maroc. Il s'agit d'une filière agricole emblématique au Maroc et en Méditerranée (Mouhtadi et al., 2014) qui est elle aussi peu étudiée sous le prisme du genre. A l'occasion de la récolte des olives, qui s'étend de la fin du mois de novembre à mi-janvier, les *douars* sont en effervescence. Hommes et les femmes s'impliquent dans les activités de cette filière oléicole locale encore largement manuelle, suivant une répartition genrée des tâches. Au sein des exploitations, l'observation participante de la récolte par l'auteure révèle une division sexuelle du travers qui se cristallise dans la distribution et l'utilisation des outils de cueillette des hommes et des femmes.

Les hommes utilisent un bâton de gaulage, le *gerrunt* avec lequel il frappe l'arbre pour faire tomber les olives au sol sur une bâche disposée préalablement. Cet outil est associé aux hommes

[3] Initiation rituelle traditionnelle destinée à former les jeunes garçons à devenir des hommes (Förster, 2019).

car selon l'auteure il fait appel à une force physique, une endurance, une habileté et une ténacité qui seraient entendues localement comme étant le propre des hommes. Les efforts considérables que cette tâche requiert justifie localement le salaire des ouvriers masculins qui est quatre fois supérieur à celui des femmes. Les femmes assistent les hommes en ramassant une à une les olives qui tombent hors de la bâche. Elles s'assoient ensuite en cercle sur le sol et grâce à un outil, l'effeuilleuse *buseyyar,* elles séparent les feuilles des olives. Ces tâches considérées comme plus faciles reposent aussi sur le fait que les femmes sont plus rapides et plus douces que les hommes. Leurs mains délicates et leur minutie permettraient un plus grand soin des olives. Cette justification est aussi observée par Moreno Nieto (2012) pour la main-d'œuvre féminine de la cueillette des fraises dans la région du Loukkos. La délicatesse et la douceur de leur main, associées à la rapidité de leur geste, et la patience de leur esprit permettraient une cueillette optimale de ces fruits fragiles.

Cette division sexuelle des tâches dans la cueillette ne repose pas sur des raisons biologiques mais sur des constructions de genre qui permettent l'appropriation masculine de la technologie (Florenza, 2021 ; Agarwal, 1988). La mise à l'écart des femmes de certains outils au profit des seuls hommes génèrent des inégalités de genre entre les deux sexes. Seul le travail des hommes est considéré comme véritablement pénible et fatiguant, associant alors une forme de reconnaissance supérieure au travail des hommes dans la société. Les femmes sont par cette division sexuelle du travail exclues des tâches les plus rémunératrices qui sont alors réservées aux hommes.

A cela s'ajoute leur exclusion quasi-totale du foncier qui vient donner un caractère rigide à la division sexuelle du travail, les femmes étant privées de la propriété foncière des moyens de production (Florenza, 2021 ; Moreno Nieto, 2012). Leur ascension sociale se voit alors davantage limitée. L'accès limité au foncier agricole des femmes n'est pas le propre de la filière oléicole ou de la fraise. Elle est généralisée dans les espaces ruraux marocains du fait de la répartition inégale de l'héritage entre les hommes et les femmes (Benchekroun, 2017 ; Berriane et Rignall, 2017 ; Berriane, 2021). De plus, l'accès limité au capital foncier agricole pour les femmes n'est pas non plus le propre du Maroc mais est largement répandu dans le monde (Agarwal, 1994 ; Nichols et Komjathy, 2003 ; Léon, 2003 ; Léon et Deere, 2012 ; Talahite 2017). Selon l'ONU (UNWOMEN, 2023) moins de 15% des propriétaires terriens dans le monde sont des femmes. L'accès très limité des femmes aux terres agricoles limite leur inclusion à l'économie marchande (Moisseron et al, 2019) et favorise l'occupation par les femmes à des postes à faible rémunération en aval des filières agricoles (Allen et al. 2018).
Dans notre étude, nous n'abordons pas spécifiquement la question du foncier marocain, il est important de la connaître car nous montrerons qu'elle contribue fortement à l'installation de la division sexuelle du travail au sein de la filière de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

Ces inégalités de genre, qu'elles concernent le salaire ou le foncier, et l'assignation des femmes à des tâches peu rémunératrices limitent leur intégration à l'économie marchande et participe à freiner leur ascension sociale au profit de celle des hommes, renforçant ainsi en même temps les rapports de pouvoir qui traversent les relations entre les hommes et les femmes.

D'autres études de cas au Maroc permettent de montrer les différentes formes que peuvent prendre la division sexuelle du travail ainsi que les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre qui s'y rattachent d'une société, d'une exploitation ou encore d'un territoire à l'autre. L'étude d'El Ouedrhiri et de Sammoud (2022) sur la main-d'œuvre féminine des fermes agricoles de Khmiss Aït Amira dans le sud du Maroc permet de les aborder à travers la précarité extrême des ouvrières agricoles qui en résulte. Au sein de ces exploitations agricoles, la division sexuelle du travail s'exprime dans la distribution sexuée des rôles. Les hommes occupent des postes à responsabilité, ils sont propriétaires agricoles, chefs d'exploitation, *cabranes*[4], ou chauffeur/recruteurs tandis que les femmes sont des ouvrières agricoles, installant donc un rapport hiérarchique de pouvoir entre les hommes et les femmes.

La domination masculine est renforcée par la précarité des femmes qui leur est imposée et qui les place dans une condition de dépendance par rapport aux hommes. Femmes et jeunes filles mineures de 15 ou 16 ans sans papiers travaillent au sein de ces fermes dissimulées par des bâches à l'abri des regards. Toutes ont en point commun la précarité de leur statut : mères célibataires, étudiantes, femmes mariées dont la famille manque d'argent. La plupart des ouvrières agricoles ne sont pas déclarées, les privant de couverture sociale et rendant invisible leur travail dans l'économie nationale. Elles travaillent plus de 14 heures par jour avec pour seule interruption une pause déjeuner de 30 min dans ces fermes sans toilettes ni vestiaire et parfois même sans eau potable, pour un travail saisonnier qui est assorti d'un salaire qui varie entre 7 et 10€. Elles travaillent sans gants, ni masques, ni serviettes sous prétexte qu'elles risquent d'abîmer les fruits et sont alors directement exposées aux pesticides et donc au risque de maladies cardio-neurovasculaire. Elles tentent de se protéger par d'épais foulards, ne laissant apparaître que leurs yeux et qui leur donnent le nom de *lmou9na3at* (les femmes masquées).
Ces études de cas permettent d'éclairer différentes formes d'invisibilisation et de rapports de pouvoir. Cependant, les études se limitent souvent à l'étude de l'exploitation agricole. Le rôle de cette thèse est justement de proposer une étude globale d'une filière agricole, celle de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès afin de montrer la manière dont les processus d'invisibilisation, de rapports de pouvoir et d'inégalités de genre sont complexes, variées et qu'ils s'expriment à différentes étapes d'une filière de production agricole.

Toutes ces inégalités de genre consolident la division sexuelle du travail et les rapports de pouvoir dans l'exploitation, les femmes ne pouvant difficilement renverser ces rapports de pouvoir. Elles sont aussi victimes de violences sexuelles, venant considérablement aggraver leur précarité et souligner le caractère violent de la domination masculine qui règne dans ces exploitations. Elles « payent de leur santé le prix de leur pauvreté », les auteures parlent alors d'esclavagisme moderne (El Ouedrhiri et Sammoud, 2022). Des dynamiques similaires sont observées dans d'autres régions comme le montre l'enquête de Houdaïfa (2015) sur les femmes Ninja de Berkane qui travaillent dans les fermes d'agrumes à l'est du Maroc. Ces différentes études de cas montrent bien que la division sexuelle du travail, les rapports sociaux de genre et les inégalités de genre forment un tout et peuvent prendre des formes différentes d'un territoire à l'autre. Ces mécanismes s'appuient sur des constructions de genre qui sont culturellement et

[4] Chef d'équipe d'ouvrières agricoles

historiquement associés à chacun des sexes et sont propres à chaque territoire (Hélène Guétat-Bertrand 2015).

Ainsi, les analyses de genre appliquées aux espaces agricoles permettent d'éclairer les logiques de domination qui s'attachent à la séparation des deux sphères productives et reproductives propres au développement. Elles montrent comment ces mécanismes de domination accentuent l'invisibilisation du travail des femmes, contribuant en même temps à leur exploitation et leur exclusion du développement de leur territoire. Face à ce constat, l'inclusion féminine au développement s'est placée au cœur des débats et objectifs internationaux, ce qui a motivé l'apparition de stratégies, politiques et projets d'accompagnement de la part des instances internationales et des États. Cet intérêt pousse les chercheurs à interroger les effets de ces stratégies d'accompagnement sur les femmes dans les systèmes agraires mais aussi les mécanismes de transferts de modèles qu'elles sous-tendent.

3. De l'inclusion des femmes au développement à l'*empowerment* féminin dans les espaces agricoles.

Intégration de la problématique des femmes dans les réflexions et politiques internationales sur le développement.

La question de l'inclusion des femmes dans le développement a été portée sur la scène internationale à partir de la fin des années soixante-dix. Quatre conférences mondiales ont été organisées par l'ONU pour mener des discussions assorties de plans d'actions afin d'encourager la reconnaissance et la valorisation de la participation des femmes aux sphères publiques et privées des sociétés et en particulier au développement (ONU, 2000). Ces conférences rassemblent les représentants des États, des ONG, associations, etc. La première s'est tenue à Mexico en 1975, elle coïncidait avec l'année internationale de la femme et a rassemblé 133 pays sur la question des femmes autour des thèmes de l'égalité de la paix et du développement (Valay, 2022). La seconde conférence qui fut organisée à Copenhague en 1980 puis la troisième qui s'est tenue à Nairobi en 1985 et qui a clôturé la décennie des Nations Unies sur les femmes ont servi à évaluer et débattre des mesures qui ont été appliquées en faveur des femmes concernant ces trois thématiques (Gibert, 1985 ; Mignot-Lefebvre, 1986). Enfin, la dernière conférence a eu lieu à Beijing en 1995 et avait pour objectif d'ouvrir et de préciser le débat sur l'intégration des femmes dans le développement à travers la question des droits des femmes et de l'égalité entre les sexes (Bunch et al, 2000). La déclaration de Beijing assortie d'un plan d'action a été adoptée à l'unanimité par les 189 États présents à l'occasion de cette conférence et sert depuis de ligne directrice pour les politiques mondiales (UNWOMEN, 2014).

Les discussions sur l'inclusion des femmes au développement et la lutte contre les inégalités de genre au cours de ces quatre conférences se sont poursuivies avec des évènements qui ont été successivement organisés par l'ONU, comme la conférence de Rio sur l'environnement et le développement en 1992, Beijing + 5 à New York en 2000, le sommet mondial pour le développement durable en 2002, ou le développement durable en 2012. Ces évènements ont

donné lieu à la création d'institutions, de structures d'accompagnement et aux financements de nombreux projets d'inclusion à travers le monde (Gaspard, 2002). L'ONU a créé l'ONU femmes et a relayé les conférences des femmes à travers les Objectifs de Développement Durable dont le cinquième est consacré à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes et des filles (UNWOMEN, 2018). La Banque Mondiale a mis en place successivement des stratégies de genre 2016-2023 puis 2024-2030, qui s'accompagnent de financement de projets pour les femmes (World Bank, 2024, consulté en mars 2024). L'OCDE a intégré la problématique homme-femme au sein de son Comité d'Aide au Développement (CAD-OCDE, 2000) et a créé l'initiative pour l'égalité des genre (OECD, 2023). L'ambition de ces différentes structures et stratégies est d'intégrer la perspective de l'égalité des sexes aussi nommée *gender mainstreaming* dans les politiques et projets de développement (Dauphin et Sénac, 2008 ; Bacchi et Eveline, 2010). Cette méthode s'est aussi déclinée dans les engagements des États pris à l'occasion de ces différents évènements. Toutefois, un certain nombre de recherches majoritairement anglophones soulignent que ces engagements sont restés de l'ordre de la théorie, traduisant ainsi une résistance institutionnelle mais aussi une mauvaise appréhension de l'approche genre (Staudt, 2003 ; Daly, 2005 ; Moser, 2005 ; Caglar, 2013).

Toutefois, l'ensemble de ces conférences et initiatives ont fait l'objet de nombreuses critiques portées dans la littérature anglophone par des chercheurs et féministes de différents horizons scientifiques. Dans les années 1970, nous pouvons noter l'apparition du courant de pensée *Women in Development* (WID) qui, à la suite de la publication de Boserup (1983), dénonce la séparation des sphères productives et reproductives proposées dans la vision du développement. Les femmes sont seulement perçues comme pourvoyeuses de soin, invisibilisant alors les multiples rôles qu'elles jouent dans le développement (Maguire, 1984 ; Rathgeber, 1990). Ce courant de pensée dénonce aussi la non-intégration des femmes aux processus de modernisation, en particulier dans la dimension industrielle à travers leur absence dans les emplois salariés (Pears, 1998). Successivement, naît le courant néomarxiste *Women and Development* (WAD) qui se détache quelque peu du précédent. Ce mouvement s'inscrit dans un courant de pensée qui affirme que les femmes ont toujours fait partie intégrante du développement. Elles ne sont pas apparues grâce à des travaux académiques ou de la volonté des grandes instances internationales dans le début des années 1970, dénonçant alors la notion d'intégration ou d'inclusion des femmes au développement. L'exclusion des femmes au développement n'est pas involontaire, elle est le résultat de rapport de domination à l'image de la théorie marxiste. De plus, cette exclusion est exacerbée par le maintien de la dépendance économique des pays des Suds par les pays industrialisés (Pala, 1977).

Dans les années 1980, naît le courant de pensée *Gender and Development* (GAD) qui, en continuité avec le mouvement WAD, s'appuie aussi sur la théorie de la dépendance à travers laquelle les auteurs défendent l'exploitation des « Suds » par les « Nords », soulignant que la question de genre s'inscrit dans ce rapport de domination (Momsen, 1991). Les femmes et en particulier les femmes des Suds, que les instances internationales tentent d'intégrer au développement, sont rassemblées au sein d'un bloc uniforme lui-même définit depuis l'Occident (Rathgeber, 1995). Les politiques d'ajustement structurelle portées par les grandes instances internationales sont proposées dans différents territoires du monde de façon

standardisée sans prendre en compte la réalité complexe des rapports de domination au sein des sociétés (Falquet, 2003 ; 2008). D'autres auteurs dénoncent la manière d'analyser les femmes et leur situation qui se fait à travers la famille et donc ne permet pas d'aborder des questions sensibles comme la redistribution des ressources et l'accès à l'économie marchande par les femmes (Kabeer, 1994). Face à toutes ces problématiques, de nombreux auteurs appellent à parler de genre et non de femmes afin d'envisager les hommes et les femmes comme des identités construites socialement, ce qui permet d'analyser de façon optimale les rapports sociaux de sexes et les inégalités de genre dans le champ du développement (Scott, 2000). Il s'agit là d'une revendication essentielle qui fut reprise par les instances internationales et les États depuis la conférence de Beijing (Razani et Hiller, 2001 ; Ordioni, 2005 ; Ryckmans et Maquestiau, 2008).

Ces critiques ont continué d'alimenter la littérature scientifique dans les décennies qui ont suivi et ont une présence contemporaine sans pour autant être intégrées dans un courant de pensée spécifique. La vision du développement par la seule croissance économique et les politiques d'ajustement structurel qui en découlent continuent d'être dénoncées pour leurs conséquences de surexploitation des femmes, détériorant ainsi leurs conditions de vie et en particulier dans les « Suds ». Le principal exemple est celui des microcrédits comme le montrent les études de Peemans Poullet (2001), Falquet (2003), Hofmann et Mariuis-Gnanou (2005), de Latouche (2007) ou de Bayo (2022).

Ainsi, bien qu'il y ait de nombreux courants de pensée différents dans la recherche, le sujet des femmes et en particulier des femmes des « Suds » dans le développement a émergé dans la littérature scientifique depuis les années 1970. Ces écrits s'opposent à la représentation des femmes, décrites comme insuffisamment insérées dans le territoire (Degavre, 2011). Ils démontrent qu'il s'agit plutôt d'une invisibilisation de cette participation, qui est liée à la fois à la vision capitaliste du développement et aux rapports sociaux de sexe et inégalités de genre, qui accentuent l'exclusion des femmes comme nous avons pu l'observer dans les systèmes agraires. Cela malgré le fait que, comme le souligne Bisillat (2012), l'apport des femmes est mieux analysé et porté à la connaissance générale. Les rôles des femmes restent largement effacés, ce qui ne fait pas exception dans les systèmes agraires des territoires ruraux.

Dans ce contexte, les femmes sur ces territoires sont envisagées par les grandes instances internationales comme un sujet auquel il faut porter assistance (Mohanty, 1984 ; Hirschman, 1995 ; Aguinaga Barragan et al., 2022). Certains auteurs parlent aussi de « féminisation » de la pauvreté (Chant, 2008). Ainsi, les espaces ruraux où les femmes sont principalement mobilisées comme main-d'œuvre dans les agricultures sont particulièrement concernés par les politiques d'aide au développement (ONU,2012). *L'empowerment* est un concept qui est né en opposition à cette affirmation et dont le vocabulaire a été largement réapproprié par les grandes instances internationales, contribuant à en faire une notion floue (Falquet, 2003).

Mobilisation du concept de l'*empowerment* dans les études sur le genre et le développement.

L*'empowerment* est d'abord largement exploré dans la littérature anglophone et n'est apparu en France que dans les années 2000 à travers la notion d'autonomisation et reste encore peu utilisé (Bacqué, Biewener, 2013). Ce concept fut mobilisé à partir des années 1980-90 par des chercheures et féministes des « Suds », dans les études sur le genre et le développement en particulier en Asie du Sud-Est et en Amérique latine. Elles parlent alors de *women's empowerment* (empouvoirement des femmes) et proposent une analyse du développement placée au niveau de l'individu féminin, c'est-à-dire que les femmes des Suds sont envisagées comme des sujets actifs du développement de leur pays et de leur propre développement. Dans ce cadre, les programmes internationaux sur les femmes et le développement sont très critiqués pour leur vision misérabiliste des femmes des « Suds », qui porte l'idée selon laquelle elles ne sont pas intégrées au développement (Sen et Grown, 1987). Penser et prendre des décisions à la place des femmes des Suds sur l'orientation du développement de leur territoire à leur place participe à leur exclusion (Spivak, 1988).

Cette position fait écho au sens originel de l'*empowerment* apparu dans les années 1970 dans les « Nords » comme dans les « Suds », qui s'oppose aux politiques « *Top down ».* Les politiques de développement lancées par les gouvernements ne permettent pas la participation des populations. Le concept dénonce également que la réflexion de ces politiques, depuis les « Nords » et leur transfert pour application vers les « Suds », favorise la subalternisation des « Suds » (Guha et Spivak, 1988). Comme le souligne Calvès (2009), l'*empowerment* est d'abord une notion qui offre de nouvelles perspectives d'analyse pour réfléchir à des modèles alternatifs de développement en opposition à ceux proposés jusqu'alors par l'Occident. L'*empowerment* propose de réfléchir à des solutions concernant la pauvreté grandissante et les écarts qui se creusent entre les « Nords » et les « Suds » par des approches qui se veulent participatives et inclusives pour les populations, remplaçant ainsi les approches qui envisagent l'État et le marché en première place.

Pour les chercheuses des « Suds » telles que Kabeer (1999) ou Batliwala (1993), l'*empowerment* des femmes est un processus multidimensionnel qui permet la transformation des rapports de pouvoirs entre les individus et les groupes sociaux qui sont à l'origine de la situation défavorable des femmes. D'après Batliwala (1994) l'*empowerment* des femmes passe par trois étapes. La première est le renversement de l'idéologie qui soutient les inégalités entre les hommes et les femmes, dans le cas de l'Inde, l'auteure prend en exemple le phénomène de caste. La seconde concerne la facilitation de l'accès aux ressources économiques c'est-à-dire aux capitaux de production pour encourager l'accès des femmes à l'économie marchande, aux ressources environnementales mais aussi intellectuelles notamment l'alphabétisation et l'éducation des filles et des femmes. La troisième étape vise à modifier l'ensemble des institutions qui maintiennent et entretiennent la relégation, l'invisibilisation et l'exploitation des femmes au fil des âges notamment les institutions internationales, les États, le marché mais aussi la famille.

En plus d'offrir une lecture multidimensionnelle des transformations de pouvoir qui permettraient aux femmes d'accéder à leur *empowerment*, autrement dit d'être *empowered*, la mobilisation du concept de l'*empowerment* dans les études sur le genre et le développement

permet une analyse des dynamiques de genre à l'échelle de l'individu, donc à l'échelle d'une femme. Les femmes sont vues comme des actrices dotées d'une capacité de réflexion, de décider librement et d'agir de manière autonome, et sont alors capables de définir depuis la base les priorités du développement (Kabeer, 1994). Oxal et Baden (1997) définissent la lecture de cet état des femmes d'être *empowered* à travers trois dimensions. La première concerne le fait que les femmes soient capables d'accomplir elles-mêmes leur volonté : « *power to* ». La seconde désigne le fait que les femmes *empowered* ont une capacité de confiance en elles pour affronter les mécanismes d'oppression et de domination qui les accablent : « *power from within* ». Enfin, la troisième désigne la capacité des femmes à se rassembler collectivement au sein d'une organisation ou d'un groupe pour faire front commun : « *power with* ».

L'*empowerment* des femmes, qu'on appellera *empowerment* féminin pour renforcer l'idée que ce sont les femmes qui en sont l'origine, est mobilisé dans cette recherche à travers ces deux niveaux d'analyse. La première, qui est multidimensionnelle, permet d'étudier l'idéologie (1). Elle est traduite dans notre recherche par l'étude de l'environnement et de la classe sociale de différentes femmes étudiées se meuvent. Ce premier niveau d'analyse concerne l'accès aux ressources par les femmes (2), c'est-à-dire les ressources de production et de transformation de la rose, la rémunération, l'éducation et la formation. Le deuxième niveau est institutionnel (3) c'est-à-dire qu'il s'intéresse à l'analyse les rapports de pouvoir entre les femmes et les structures publiques et privées, nationales et internationales qui chapotent la filière agricole de la rose mais aussi la valorisation touristique et patrimoniale de la filière et de son territoire. Cela nous permet de montrer l'aspect multidimensionnel des dynamiques de genre et rapports de pouvoir, face auxquelles les femmes luttent et cela aux différentes étapes de la filière (production, transformation et commercialisation). La seconde analyse s'intéresse à l'échelle de l'individu, comme précédemment expliqué. Dans le cadre de notre recherche, cela signifie l'étude des parcours et trajectoires de vie des femmes qui sont impliquées dans la filière de la rose et dans sa valorisation patrimoniale et touristique (4). Cette entrée permettra d'analyser les différentes capacités des femmes (*power to, power from et power with*) qui soulignent la résilience et la lutte de celles-ci, leur permettant d'accéder à un *empowerment* féminin. Nous montrerons à travers ces différents parcours de vie des femmes qu'il y a plusieurs niveau d'*empowerment* féminin. Les femmes ne sont pas toutes empowered de la même façon c'est-à-dire que certaines le sont plus que d'autres et cela varie d'un espace à l'autre, d'un territoire à l'autre.

L'articulation de cette thèse sur les expériences vécues des femmes s'inscrit dans le champ de la géographie, où à travers le terrain le chercheur a déplacé l'objet d'étude hors de lui en se confrontant à l'expérience (Retaillé, 2010). Elle s'inscrit aussi dans celui des études de genre, qui soulignent la nécessité de porter l'analyse au niveau local en s'intéressant au point de vue des femmes et à leur expérience. Des chercheuses comme Basu (1995) soulignent le caractère différencié des situations des femmes des Suds et l'importance qui en découle de prendre en compte cette variété de situation dans l'analyse. Elle s'inscrit dans le *local feminism* qui défend l'idée d'articuler l'analyse sur l'expérience vécue et le point de vue des femmes des Suds sur les difficultés qu'elles rencontrent et les actions qu'elles mettent en pratique pour les affronter. Cette perspective permet de penser la place des femmes sur le terrain en envisageant le

développement depuis l'intérieur au niveau local et donc de sortir de l'essentialisation des femmes des Suds comme un ensemble standardisé (Molyneux, 2007).

Pourtant, le concept de *women's empowerment* est critiqué car il s'est progressivement institutionnalisé sans prendre en compte l'analyse et le sens que les chercheuses sur le genre et le développement lui ont donné. Plusieurs auteures comme Cornwall et Brock (2005), Falquet (2003) ou Verschuur (2003) soulignent que le concept a été dépossédé de son sens et de ses objectifs premiers. C'est devenu un « mot valise », souvent utilisé comme un phénomène de mode. Verschuur (2017) rapporte à ce propos que l'*empowerment*, et le genre par extension, sont considérés par les mouvements et théories féministes dans les « Suds » comme étant des « *buzzword* » qui retirent la dimension analytique et politique de leurs propositions d'actions à mener sur leur territoire, parlant alors « d'ONG-isation » des mouvements féministes et des femmes plus largement.

Les nombreuses utilisations de la notion de *women's empowerment* par les instances internationales, en particulier l'ONU, sont visées par ces critiques. Au sein du paragraphe 13 de la Déclaration de Beijing, il est déclaré que « le renforcement du pouvoir d'action [*l'empowerment*] des femmes et leur pleine participation sur un pied d'égalité à tous les domaines de la vie sociale, y compris la prise de décision et leur accès au pouvoir, sont des conditions essentielles à l'égalité, au développement et à la paix » (Nations Unies, 1995, p. 3, paragraphe 13). C'est aussi le troisième des huit Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) : « Promouvoir l'égalité des sexes et l'*empowerment* (l'autonomisation) des femmes » présenté et adopté par l'ONU et 193 États (dont le Maroc) à New-York en 2000 (Nations Unies, 2015). En 2010, l'ONU met également en place l'Agence des Nations Unies pour l'égalité de genre et l'*empowerment* des femmes, aussi nommée UNWOMEN (ONU Femmes), et rassemble en son sein différentes agences de l'ONU. Il y a également de nombreux programmes d'aide à l'*empowerment* (autonomisation) des femmes qui sont lancés à travers le monde, comme le Programme MENA-OCDE (MENA-OCDE, 2021) pour la compétitivité sur l'égalité femmes-hommes (ou ceux de l'Association Internationale de Développement (IDA) de la Banque Mondiale (IDA, 2019)).

Selon Verschuur (2017), toutes ces mesures consistent à chercher et mettre en place des actions qui iraient en faveur de l'implication des femmes et de la lutte contre les inégalités, mais bien souvent sans même analyser ou repenser le système économique capitaliste qui participe à leur exclusion économique. Donc, en plus de retirer au concept de *women's empowerment* mais aussi au genre leur engagement politique, et la volonté qui y est attachée de mettre en place des outils et des actions pour repenser le développement, ces mesures sont insérées dans des logiques néolibérales. Elle cite l'étude menée par l'UNRISD en 2005 qui, dans sa conclusion, désigne les politiques d'ajustement structurel néolibérales comme principal frein à l'accomplissement des OMD.

Dans ce cadre, les territoires ruraux notamment agricoles des « Suds » au prisme du genre dans une perspective « Nord-Sud » occupent une place importante dans les études sur le genre et le développement. En effet, ils constituent un réceptacle de solutions apportées depuis les

instances internationales ayant pour but d'encourager l'*empowerment* des femmes et de réduire les inégalités entre les sexes afin de permettre une meilleure intégration des femmes au développement (Villareal, 2014). Sur ces territoires, les organisations économiques entrepreneuriales collectives sont présentées par les instances internationales comme solution pour atteindre ces objectifs. Ces dynamiques entrepreneuriales ont en même temps la capacité de répondre à la vision capitaliste du développement, encourageant ainsi la croissance économique et s'adaptant au contexte de mondialisation grandissante des marchés (Onibon Doubogan, 2019).

L'entreprenariat féminin constitue un outil largement déployé à travers le monde par les instances internationales et les États dans les territoires ruraux pour encourager l'émancipation des femmes et leur insertion à l'économie (Diallo, 2006 ; Fouda, 2014 ; Ramboarison-Lalao, 2015 ; Benazzi, 2016 ; Mazhoudi, 2021). Les écrits sur l'entreprenariat féminin et leurs effets sur l'*empowerment* des femmes restent encore discrets par rapport à l'ampleur du phénomène et se traduisent par des études de cas de certains types d'entreprenariat, notamment celui de la coopérative qui reste dominant dans la recherche. Notre recherche propose une analyse des différentes formes d'entreprenariat féminin montrant alors son caractère multidimensionnel, qu'il soit individuel ou collectif et la coexistence de ces différentes formes sur un même territoire, en même temps qu'elle souligne la variété de leurs effets sur l'*empowerment* féminin.

L'*empowerment* des femmes dans les systèmes agraires encouragé par le développement de l'entrepreneuriat autour des savoir-faire féminins.

Les écrits sur l'*empowerment* des femmes dans les espaces ruraux sont le plus souvent abordés à travers des études de cas portant sur les implications de celles-ci dans des structures entrepreneuriales agricoles ou artisanales. En effet, l'agriculture à travers la valorisation des produits agricoles ou l'artisanat est souvent présentée comme des voies de prédilection pour l'*empowerment* des femmes et leur meilleure intégration au développement de leur territoire en milieu rural (Naji, 2007 ; Bouzidi et al., 2011 ; Doubogan, 2017). Ces produits régionaux, notamment agricoles, représentent un intérêt majeur sur le marché international. Les entreprises ou industries cosmétiques et/ou alimentaires les achètent massivement et les utilisent comme ingrédient de base pour la fabrication de produits à forte valeur ajoutée, qui sont commercialisés dans le monde entier.

L'étude d'Elias et Carney (2004) montre les effets des projets « femmes et développement » sur les femmes impliquées dans la filière karité au Burkina Faso. Ces projets, subventionnés et portés par l'UNIFEM et le PNUD, ont vocation à faciliter la commercialisation par les femmes du beurre de karité sur le marché international. L'objectif est d'encourager leur autonomisation dans la filière grâce à de meilleurs revenus mais aussi dans la société en améliorant leurs conditions de vie.

Concrètement, ces projets amènent les femmes à normaliser les processus de production pour répondre aux exigences qualités mondialisées. Cela permet aux organismes internationaux d'accompagner les associations et coopératives féminines à nouer des contrats de

commercialisation avec les firmes internationales telles que l'Occitane ou Body Shop. Ces contrats représentent la promesse de revenus annuels durables pour les femmes, couvrant alors leurs besoins tout au long de l'année. Cette forme de revenu vient pallier ceux traditionnellement ponctuels du beurre de karité, qui assuraient un revenu de secours pour les femmes au cours de la saison de pluie (Ftaïta, 2007). Ces projets apportent aussi des équipements de production aux coopératives et associations, ce qui permet d'alléger le travail des femmes à certaines étapes de la production avec l'utilisation de presse à karité par exemple (Elias et Carney 2004).

Le respect des normes de qualités internationales génère des difficultés supplémentaires pour les femmes qui ne sont que très peu abordées dans la littérature. A travers cette thèse, nous souhaitons souligner le fait que répondre à ces normes, de même qu'intégrer la logique entrepreneuriale capitaliste, demande un certain niveau d'éducation qui n'est pas répandu dans la population agricole féminine. Par exemple, la certification sanitaire ou l'obtention de labels biologiques, qui ouvrent l'accès aux marchés, nécessitent un coût financier et de formation difficilement accessible pour les femmes, ce qui vient redoubler les inégalités de genre entre les hommes et les femmes mais aussi entre les femmes en hiérarchisant les coopératives. De plus, la normalisation des processus de fabrication modifie le rôle des femmes et la mise en valeur de leur savoir-faire.

Par ailleurs, les projets « femmes et développement », tout comme l'intérêt de ces firmes internationales qui répondent à une demande de consommation « responsable » sont loin d'être majoritaires. La recherche d'une meilleure rémunération pour les femmes et celle de la réduction des inégalités entre les « Nords » et les « Suds » qui ne cessent de croitre par l'expansion du capitalisme est encore discrète (Watts et Goodman, 1997; Dicum et Luttinger, 1999; Rice, 2000). L'essentielle des exportations du beurre de karité burkinabé est dirigée vers les géants de l'industrie alimentaire, notamment du chocolat. Le prix du karité est alors amené par les industriels à son minimum. Ces derniers passent par de nombreux intermédiaires masculins, cherchant toujours le prix le plus bas, allant jusqu'à acheter les noix et transformer eux-mêmes le karité. Cette dynamique majoritaire participe à l'invisibilisation du travail des femmes, leur surexploitation et la précarisation de leur métier, exacerbant ainsi localement les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre (Elias et Carney 2004).

L'exploitation mondialisée du karité et du labeur féminin qui le fabrique est largement encouragée par les politiques néo-libérales qui encouragent le développement des espaces ruraux des Suds par les exportations massives de matières premières à bas coût vers les géants de l'industrie. Ce rapport de domination Nords/Suds dans lesquelles les femmes productrices de karité sont largement exploitées n'est pas récente. Déjà en contexte colonial, le savoir-faire ancestral des paysannes de karité était mis à profit dans l'ex-colonie française de la Haute Volta pour servir les industries de la métropole française pour fabriquer le chocolat (Massa et Madiéga, 1995). Pourtant, ces processus d'exploitation historique mais aussi les effets de l'héritage colonial sur le travail agricole des femmes et sur les rapports de genre sont des thématiques qui ne sont qu'effleurées alors qu'elles concernent de nombreuses filières

agricoles. C'est dans cet angle mort que souhaite intervenir cette thèse. L'insertion de la rose de Kelâat M'gouna dans l'économie de marché en contexte colonial, pour alimenter les parfumeries de Grasse, a sensiblement influencé l'évolution de la filière, le travail des femmes de l'amont à l'aval mais aussi l'univers culturel et folklorique qui y est lié et qui sont au cœur des processus de patrimonialisation et de mise en tourisme.

Les projets « femmes et développement » et leurs effets sur l'autonomisation des femmes, sur leur travail et sur les rapports de genre concernant le karité ne sont qu'un exemple. Premièrement, pour le karité, ils ne sont pas propres au Burkina Faso car le même type de projet est observable dans d'autres pays tels que le Ghana, le Mali ou le Nigéria, qui sont aussi des exportateurs importants de beurre karité (Elias et Carney 2004). Deuxièmement, la valorisation de projets agricoles féminins pour leur autonomisation est observable dans différents pays du monde. Le travail agricole féminin étant la base de fabrication de nombreux produits agricoles recherchés sur le marché mondial.

De surcroît, le Maroc est un territoire de prédilection pour observer ces dynamiques tant elles sont nombreuses. Les projets entrepreneuriaux collectifs féminins, aussi appelés activités génératrices de revenu (AGR), se sont développés autour de nombreux produits agricoles régionaux recherchés sur le marché international tels que l'argan, le cactus, l'olive, le safran ou encore la rose, qui nous intéresse dans le cadre de cette thèse. Ces AGR prennent la forme d'entreprise, d'association ou le plus souvent de coopérative. La coopérative féminine est d'ailleurs la forme de projet la plus traitée dans la littérature car c'est celle qui intègre massivement les femmes. En effet, 95% des coopératives sont féminines (Ahrouch, 2011). Elles sont majoritairement concentrées dans les espaces ruraux, le secteur de travail le plus représenté des coopératives étant l'agriculture avec 62% des coopératives qui travaillent dans ce secteur (Ahrouch, 2011). La grande représentation des femmes dans les coopératives et la spécialisation dans le secteur agricole, souligne bien l'importance du travail des femmes dans ce domaine et en particulier dans la valorisation des produits de terroir.

Notre recherche, s'inscrit dans cette lignée d'études sur les coopératives à travers l'étude de l'implication des femmes, de leur autonomisation et des dynamiques de genre dans la transformation et la commercialisation de la rose à parfum. Notre recherche, propose aussi d'étudier d'autres formes d'entreprenariat, comme les sociétés, dans lesquelles les femmes sont engagées ou employées, qui sont largement délaissé par la littérature.

La coopérative est un outil qui permet de corriger l'invisibilisation du travail des femmes dans la sphère reproductive en faisant des activités domestiques des activités propres et indépendantes. La coopérative représente aussi pour les femmes un moyen de générer des revenus et de lutter contre la pauvreté (Debbagg et Yousfi, 2020 ; Mekkaoui Alaoui et Zouiten, 2022). Les coopératives, créer aussi une dynamique de solidarité féminine qui lutte contre l'enclavement et l'exclusion sociale (Rhazzane et Lahfidi, 2021 ; Jouiet, 2021 ; Ouddach, 2024). C'est aussi une structure qui valorise officiellement les savoir-faire féminins (Gillot, 2016).

C'est ce que montre la filière de l'arganier qui comprend de nombreuses coopératives qui rassemblent les femmes de différents villages du sud-ouest marocain. Les femmes créent, gèrent et animent le cadre administratif de la coopérative. Elles s'occupent également de la cueillette des fruits de l'arganier qu'elles trient, décortiquent, vendent directement ou qu'elles transforment en huile d'argan cosmétique ou alimentaire. La commercialisation annuelle des huiles d'argan assure un revenu annuel aux femmes, l'huile d'argan étant une des plus chère au monde (Dammame, 2007).

En plus de générer des revenus aux femmes, la coopérative permet de dévoiler l'importance du rôle des femmes dans le travail agricole. Les savoir-faire féminins sont au cœur de l'image commerciale de nombreuses filières agricoles comme l'argan par exemple (Simenel et al., 2009). La coopérative leur confère aussi un statut. Les femmes ne sont plus seulement des épouses, elles sont aussi des membres actifs d'une coopérative qui porte à bout de bras le développement mais aussi l'identité de leur territoire. Les témoignages recueillis par Gillot (2016) montrent que les femmes des coopératives sont identifiées dans la communauté mais aussi dans d'autres espaces, grâce aux foires agricoles par exemple, pour leur appartenance à une coopérative, en particulier les présidentes de celles-ci (Gillot, 2016)

Grâce à leur implication dans les coopératives, les femmes accèdent également à un rôle dans l'espace public collectif. C'est le cas par exemple de certaines coopératives d'argan qui réalisent des actions comme l'intervention en milieu scolaire ou en mettant en avant des méthodes spécifiques de production pour la sensibilisation à la protection et à la préservation de l'arganier actuellement menacé par la croissance démographique, le surpâturage et la désertification (Faouzi, 2012 ; Gillot, 2016). La reconnaissance de l'action des femmes dans l'espace public leur confère une forme de reconnaissance au sein de la communauté, ce qui participe à un sentiment de valorisation personnelle. Cette double reconnaissance représente une forme d'émancipation féminine, soulignant le fait que l'*empowerment* ne passe pas uniquement par l'aspect financier. La coopérative est donc un outil qui apporte bien des avantages aux femmes et qui souligne le rôle de ce type de structure dans leur émancipation (Zouheir, 2014 ; El Harrak et Smouni, 2022 ; Amrati et Debbagh, 2023 ; Boubrik et al., 2024)

Toutefois, peu d'études montrent comment au sein d'une même filière, d'une même coopérative et entre les différentes structures le niveau d'*empowerment* peut varier considérablement d'une femme à l'autre révélant des rapports de sexe asymétriques et des inégalités de genre entre les femmes et les hommes mais aussi entre les femmes. De plus, les études sont également discrètes sur le fait que les coopératives sont souvent détenues par des hommes, ce qui vient freiner l'*empowerment* et alimenter une forme de reproduction sociale des rapports sociaux de sexe.

Néanmoins, un certain nombre de chercheurs, à travers des études de cas marocains, soulignent que les AGR sont loin de ne représenter que des avantages pour l'*empowerment* féminin. Dans ce cadre, nous pouvons citer comme exemple l'étude de Montanari et Bergh (2019) qui se concentre sur des femmes travaillant dans des coopératives de certains villages de la province de Rhamna, à 75km au nord de Marrakech. Définie dans le cadre du Plan Maroc Vert comme prioritaire par les autorités en raison du niveau de pauvreté qui frappe cette province, plusieurs

coopératives ont été créées dans les villages en réponse à la situation économique difficile. Les femmes travaillent au sein de ces coopératives pour produire principalement du miel, des produits dérivés du cactus, du couscous aromatisé et des épices.

D'après les auteures de l'étude, l'engagement des femmes rurales dans ces coopératives sert des aspirations multiples. Premièrement, l'autonomie financière pour améliorer la vie au sein de leur foyer et assurer la scolarisation de leurs enfants. Deuxièmement, l'obtention de l'égalité avec le sexe opposé mais aussi leur émancipation. Toutefois, ce que montrent les auteures, c'est que l'analphabétisme et la pauvreté qui les frappent les relèguent à des postes subalternes. Seules les femmes éduquées et qui possèdent un minimum de fonds sont en mesure de créer une coopérative, étant donné les démarches administratives et la contribution financière nécessaire à son démarrage (Montanari et Bergh, 2019). Cela participe à créer un rapport de domination et de dépendance des membres à une seule femme qui possède le capital et dirige la coopérative. Cette dynamique pyramidale vient remettre en question la dimension solidaire et collective des intérêts de la coopérative (Igamane, 2020).

Ainsi, de nombreuses femmes dans les coopératives ne constituent qu'une main-d'œuvre bon marché, parfois même gratuite. Les femmes sont en bas de la hiérarchie, elles ne sont que les mains travailleuses et ne participent aucunement aux prises de décision de la structure. C'est aussi ce que montre l'étude d'Aurélie Dammame (2005) sur les femmes qui travaillent dans les coopératives d'argan, ou celle de Lebdaoui (2021) sur les coopératives de la commune d'Asrir au sein de la province de Guelmim dans le sud du Maroc. Montanari et Bergh (2019) soulignent également l'aspect informel du travail des femmes, qui n'est même pas enregistré officiellement au sein de la coopérative. Le caractère informel de leur statut ne permet donc pas de comptabiliser l'emploi des femmes dans les statistiques nationales. A ce titre Gillot (2016) rappelle que l'informalité prive les femmes de protection sociale alors que les accidents assortis de blessures ne sont pas rares dans les coopératives. Elle rappelle également que les coopératives ne sont pas obligées de cotiser à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS) car les postes occupés par les femmes ne sont pas des emplois salariés et ne permettent donc pas d'obtenir de droit à la retraite, ce qui accentue encore la précarité des travailleuses.

Ces différentes sources de précarité montrent, à l'image des critiques précédemment étudiées sur le développement, que le seul développement économique ne permet pas l'autonomisation des femmes. Il ne prend pas en compte des éléments clés de leur autonomisation comme les processus décisionnels desquels elles sont exclues dans ces coopératives, faisant aussi des AGR des lieux de reproduction de rapports de domination genrée (Montanari et Bergh, 2019).

<u>L'autonomisation des femmes rurales au Maroc : un objectif né dans un contexte de circulation de modèle de développement et de militantisme féminin.</u>

Les études de cas abordent encore timidement le fait que la coopérative, et plus largement les AGR qui se sont multipliées dans les espaces ruraux marocains, sont des outils qui sont nés dans un contexte de circulation de modèle de développement d'une part, et d'un militantisme féminin local d'autre part. Une dynamique qui souligne le dialogue entre les directives locales

et internationales. De ce fait, les rapports sociaux de sexe, les inégalités de genre et les dynamiques d'autonomisation des femmes qui s'y développent sont donc intrinsèquement liés à ces dynamiques internationales et nationales. Ainsi, dans le cadre de cette thèse, nous souhaitons montrer la manière dont les modèles de développement viennent directement bouleverser les dynamiques de genre et l'*empowerment* féminin.

Toutefois, des études comme celle de Montanari et Bergh (2019) montrent que la circulation des modèles de développement se lit, du point de vue de l'agriculture au Maroc, par la volonté, en accord avec les instances internationales, de faire de l'inclusion des femmes rurales au développement et de leur autonomisation un axe de travail majeur au sein du pays. Tout comme la tendance mondiale précédemment étudiée, les femmes des milieux ruraux marocains constituent la main-d'œuvre principale de la production agricole et notamment les femmes sans éducation qui représentent 79% de la main-d'œuvre, cette proportion dépassant même les 90% dans les territoires de montagne. Face au constat de l'exclusion intersectionnelle des femmes rurales, l'agriculture, sous le prisme du terroir, a été présentée dans le pays comme un secteur d'activité idéal pour sortir les femmes de leur précarité. Une stratégie en accord avec les propositions de solution d'inclusion et d'autonomisation des femmes rurales encouragées par les instances internationales dans de nombreux pays dits du Sud mais aussi avec la vision néolibérale du développement où le travail, et plus largement l'économie de marché, sont envisagés comme levier d'émancipation féminine et par extension, de résolution des problèmes sociaux.

D'autres études soulignent aussi que cette stratégie agricole prend racine dans un contexte où la mondialisation, encouragée par les politiques néolibérales, est la scène de l'ouverture de nouveaux marchés agricoles prospères, en particulier la commercialisation de nouveaux produits naturels et de leurs dérivés. Les pays dits du « Suds » mettent alors en place différents programmes qui permettent de répondre favorablement à ces nouvelles demandes du marché et dans lesquels les femmes sont fortement sollicitées. Au Maroc, cette dynamique s'est cristallisée à travers le Plan Maroc Vert (PMV) qui s'est étendu de 2008 à 2020. Il s'agit d'une stratégie de développement qui envisage l'agriculture comme moteur de croissance économique pour le pays, mais aussi de développement des territoires ruraux en luttant contre la pauvreté, la gestion non durable des ressources naturelles et l'exclusion des femmes (Khellaf et al., 2016, Akesbi 2012).

Le PMV s'appuie sur une agriculture tournée vers l'exportation, en accord avec la demande mondiale. Il s'articule sur deux piliers d'action. En premier lieu, le développement d'une agriculture moderne et compétitive adaptée aux marchés internationaux grâce aux investissements privés. En deuxième lieu, la reconversion des exploitations traditionnelles, l'intensification de leur productivité et la diversification de leurs ressources. Cela dans le but d'offrir des revenus complémentaires aux agriculteurs et plus largement à la population rurale grâce à la transformation des produits agricoles locaux (Akesbi, 2012 ; Faysse et al., 2014 ; Vitry et al., 2015).

C’est dans ce deuxième axe que les objectifs d’intégration des femmes au développement, d’autonomisation et d’égalités des sexes ont été intégrés. Concrètement, cela s’est traduit par la création des AGR comme les coopératives qui ont été soutenues par l’Initiative Nationale de Développement Humain (INDH), créée sous l’impulsion du roi Mohamed VI. Ces initiatives ont permis à près d’1,3 million de femmes de bénéficier de cet accompagnement au sein de plus de 22 000 projets. En milieu rural, les AGR s’articulent notamment autour de la valorisation de produits originaux dénommés « produits de terroir ». L’artisanat, qui est la seconde sphère d’activité intégratrice féminine, a aussi été ciblé par ces politiques nationales de développement des espaces ruraux. Ces politiques valorisent l’accompagnement de projets de fabrication et de commercialisation de produits artisanaux à travers la création de maisons d’artisanat dans les espaces ruraux (Ben Khallouk, 2019).

En accord avec l’engagement du Maroc dans les OMD et les ODD, ces mesures ont été accompagnées par des évolutions en matière de droits des femmes. Une des mesures les plus significatives du XXe siècle prise par le gouvernement marocain a été la mise en place en 1999 du Plan d’action national, en collaboration avec la Banque mondiale, pour l’intégration des femmes au développement à travers quatre axes d’actions : l’emploi ; la santé et le statut des femmes dans le code de la famille ; l’éducation ; et l’alphabétisation (Ouali, 2008). Le changement de statut personnel des femmes au sein de la loi marocaine est un sujet central pour favoriser l’égalité entre les hommes et les femmes. Ce changement implique la réforme du statut des femmes au sein de la *Moudawana* (code de la famille), qui fait l’objet de nombreux débats au Maroc concernant son interprétation religieuse entre les fondamentalistes qui s’opposent aux modifications et les réformistes qui sont à l’origine de ces initiatives (Benradi, 2004 ; Murgue, 2011).

Le changement du statut des femmes implique aussi des modifications d’ordre constitutionnel. En 2011, la constitution marocaine a intégré l’égalité totale entre les hommes et les femmes au sein de l’article 19, affirmant que :

> « L'homme et la femme jouissent, à égalité, des droits et libertés à caractère civil, politique, économique, social, culturel et environnemental, énoncés dans le présent titre et dans les autres dispositions de la Constitution, ainsi que dans les conventions et pactes internationaux dûment ratifiés par le Royaume et ce, dans le respect des dispositions de la Constitution, des constantes et des lois du Royaume. L'État marocain œuvre à la réalisation de la parité entre les hommes et les femmes. Il est créé, à cet effet, une Autorité pour la parité et la lutte contre toutes formes de discrimination. » (Royaume du Maroc, Secrétariat Général du Gouvernement, 2011, p.13).

L’article 35 de la Constitution garantit, quant à lui, la liberté aux femmes d’entreprendre et le droit à la propriété, ce qui change la donne pour les femmes car elles peuvent depuis trouver un intérêt à entreprendre. Des avancées d’ordre administrative sont à souligner comme la création en 2006 de la « stratégie nationale pour l’égalité par l’intégration de l’approche genre » qui accompagne l’ensemble des ministères à travailler en prenant en compte l’égalité et l’équité

entre les sexes. Des observatoires nationaux et des études menées en collaboration avec ONU Femmes sont également mis en place pour suivre les avancées des rôles occupés par les deux sexes et leur intégration au développement (Benkhallouk, 2019).

Ainsi, l'égalité des sexes et l'implication des femmes dans le développement fait partie intégrante du paysage politique marocain dont l'importance est rappelée par le roi Mohamed VI lors du discours du trône en juillet 2022 :

> « Quand les femmes accèdent pleinement à leurs droits, elles ne portent aucun préjudice aux hommes, pas plus qu'elles ne se font tort. De fait, la condition *sine qua non* pour que le Maroc continue de progresser est qu'elles apportent leur concours efficient à toutes les filières de développement » (Le 360, 2022, consulté le 07 avril 2024).

L'évolution du statut des femmes au Maroc, pour leur inclusion au développement et leur autonomisation, n'est pas le seul fait des institutions internationales et de l'État Marocain. Bien que cela ne soit que peu évoqué dans les écrits sur les études de développement de projet féminin agricole, un certain nombre d'auteurs rappelle le rôle de l'engagement des femmes marocaines pour leurs droits dans la société. Ces écrits sont importants car ils permettent de souligner la capacité de résilience des femmes, ainsi que l'engagement dans une lutte commune pour améliorer leur situation et leur bien-être. Une dynamique d'engagement sociale et sociétale que nous prenons en compte dans l'analyse de l'*empowerment* féminin et des rapports sociaux de sexe sur le territoire de la rose dans notre recherche.

Batliwala (2007, consulté le 07 avril 2024) rappelle en ce sens que l'essence même de l'*empowerment* des femmes est justement le fait que ce sont les femmes qui, localement, définissent les actions de leur propre développement et de celui de leur territoire. Au Maroc, les femmes activistes et les associations féministes ont élevé leur voix pour souligner l'institutionnalisation des discriminations et la marginalisation des femmes dans le pays. Cet engagement féminin notable s'est montré fort face aux nombreuses agressions de militantes des associations de lutte pour le droit des femmes mais aussi les insultes morales qui les désignaient comme étant des prostituées, des ivrognes ou encore des vieilles filles incapables de tenir un foyer (Rhiwi, 2004 ; Lemrini, 2004 ; El Bouhsini 2015).

Le mouvement des femmes au Maroc s'est formé dans les années 1990 au sein de la société civile de laquelle émergeaient des attentes sociales fortes qui n'étaient pas traitées par les pouvoirs et les politiques publiques. La force de l'expression de ces besoins de la part de la société civile et notamment des femmes s'est traduite par la création de nombreuses associations féminines qui structuraient et portaient les revendications des citoyennes. La multiplication d'associations féminines locales dirigées par des femmes à travers le Maroc marque une rupture avec la répartition traditionnelle des rôles dans la famille, ce qui expliquait la présence exclusivement masculine dans les associations (Vermeren, 2003 ; Berriane, 2011).

L'engagement des femmes a permis d'instaurer dans le pays le développement d'une culture associative et civique en faveur de l'égalité entre les sexes, renforçant ainsi l'autonomie des femmes et accélérant son intégration dans le développement du Maroc. C'est dans ce cadre de revendications actives que les mouvements féministes se sont associés à l'État, mais aussi à plusieurs organisations internationales. Des fonds ont été débloqués par le PNUD, le Fonds pour l'Environnement Mondial (FEM), la Coopération allemande pour le Développement (GIZ), le Fonds International pour le Développement Agricole (FIDA), la Banque africaine de Développement (BAD) et l'Union européenne font front commun pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion sociale au Maroc, dont les femmes rurales sont les plus touchées (Naciri, 2014).

Le mouvement des femmes a permis aux femmes de s'affirmer sur la scène politique et de collaborer avec l'État et les institutions non gouvernementales afin de fabriquer des projets qui renforcent l'autonomie de celles-ci et valorisent leur rôle dans le développement des territoires. En effet, les rôles des femmes dans le développement et en particulier ceux des femmes rurales pour ce qui nous intéresse sont multiples et méconnus. Le travail agricole des femmes permet la valorisation de nombreux produits agricoles à haute valeur ajouté sur le marché international mais il demeure invisibilisé et non récompensé. Les études de cas permettent d'éclairer la grande diversité de ce travail agricole féminin mais elles sont encore peu nombreuses.

Par ailleurs, très peu d'entre elles abordent les inégalités de genre et les rapports sociaux de sexe qui sont directement liés au travail de valorisation des produits agricoles. Pourtant, cette entrée par le genre interroge la capacité des femmes rurales à innover et modifier leur environnement économique et sociale (*empowerment* féminin) grâce à la valorisation de leur savoir-faire agricoles. En effet, les savoir-faire des femmes sont au cœur des logiques de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits agricoles dits de terroir et de leur territoire venant questionner les dynamiques de genre que ces processus génèrent.

II. La place des femmes dans les processus de patrimonialisation des produits de terroir.

A présent nous avons pris conscience de l'étendu du travail agricole féminin et de la capacité des femmes à être autonomes et à prendre en main le développement agricole. Il s'agit dans cette partie de se concentrer sur le rôle des femmes et la place de leur travail dans les processus de création mémoriel et d'ancrage territorial des spécificités agricoles et de leur terroir.

Les études sur le patrimoine agricole, ou plus précisément sur les produits de terroir qui proposent une entrée par le genre, sont peu nombreuses et se présentent le plus souvent sous la forme d'études de cas. L'analyse de ces différentes études de cas permet de se rendre compte de l'intérêt de cette recherche de questionner la place qu'occupent les femmes dans la valorisation patrimoniale et touristique. En effet, les femmes et en particulier leurs savoir-faire et leurs transmissions sont au cœur de la valorisation patrimoniale des produits agricoles nommés alors « produits de terroir ».

Pourtant, là encore, les femmes sont prises dans des relations de pouvoir qui freinent la reconnaissance de la multiplicité des rôles qu'elles jouent dans la patrimonialisation et la mise en tourisme des produits de terroir et des territoires associés. Ceci invite à questionner les manières d'envisager le patrimoine mais aussi la dimension patriarcale de cette notion, de même que les stratégies de mise en tourisme des patrimoines agricoles qui cultivent cette discrimination des femmes, de leur travail et des relations de genre asymétrique. Ce son tant de questionnement qui montre l'intérêt d'analyser le processus de patrimonialisation avec une entrée par les femmes et les rapports de genre.

1. Les savoir-faire féminins, vecteur de patrimonialisation des produits de terroir.

<u>Les produits de terroir : une expression devenue populaire.</u>

L'expression « produit de terroir » fait référence à un produit agricole qui est intimement associé à un territoire (Bérard, Marchenay ; 1995). Cette expression s'est popularisée dans le monde, comme un gage de qualité et d'authenticité, notamment à travers les nombreux labels qui sont destinés à valoriser et à protéger les produits de terroir. En Europe, l'Union européenne créa en 1992 l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) et l'Indication Géographique Protégée (IGP), qui garantissent la spécificité des produits de terroir. L'AOP reconnaît et protège un produit agricole unique qui ne peut pas être reproduit dans un autre terroir que le sien, et tout le procédé de production et de transformation se fait nécessairement dans l'aire géographique associée ce terroir. L'IGP, quant à elle, se base sur la notoriété du produit, ses qualités spécifiques et son histoire. Il n'y a pas d'obligation à ce que la production ou la transformation se fasse dans la même aire géographique, par exemple les matières premières nécessaires à sa constitution peuvent être amenées d'un autre territoire (Bérard, Marchenay, 2004).

Au Maroc, c'est sous l'impulsion du pilier II du Plan Maroc Vert que les produits de terroirs ont été qualifiés et valorisés. La valorisation du terroir au sein du pilier II du PMV s'est d'abord traduite par un travail de recensement et de référencement au sein des espaces ruraux, des produits agricoles les plus emblématiques et considérés comme répondant à la demande du marché international (le PMV se concentrant sur les exportations) par le ministère de l'Agriculture. Cette sélection fut accompagnée, à l'image de ce qui s'est fait en France et en Europe, d'une labellisation de ces produits emblématiques désignés comme produits de terroir. La labellisation est réglementée par la loi n° 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, promulguée par le dahir n° 1-08-56 du 23 mai 2008 (ministère de l'Agriculture, 2018). Les labels dispensés sont les Indications Géographiques Protégées (IGP) et les Appellations d'Origine Protégées auxquels s'ajoutent les Labels Agricoles. Cette dynamique de labellisation s'inscrit dans une volonté de valorisation et de préservation des produits de terroir, qui sont les représentants des patrimoines de différents territoires, mais elle répond aussi à la volonté gouvernementale d'encourager le renforcement des liens entre les communautés rurales et leur environnement pour valoriser un développement agricole durable dans les espaces ruraux marocains, en accord avec les ODD (ministère de l'Agriculture, 2019).

Tous ces procédés de labellisation montrent comment les produits de terroir sont directement liés au terroir. A travers ces labels, les produits de terroir sont les ambassadeurs d'un terroir. Le terroir est un vocable français, qui n'est pas utilisé dans les autres langues et n'a donc pas de traduction exacte. Dans les années 1960, la notion de terroir fait débat entre les géographes français qui soulignent les spécificités agricoles et territoriales englobées par ce terme, et les géographes africanistes pour qui le terroir désigne le territoire qui est valorisé par la communauté rurale. La notion s'élargit pour qualifier « la combinaison entre milieu local de production, notoriété historique, savoir-faire traditionnels et valeur économique, qui contribueraient à la qualité spécifique d'un produit, et en particulier d'un aliment » (Lévy, Lussault, 2013, p.919).

Laurent Rieutort (2011) souligne lui aussi dans sa proposition de définition l'importance du rôle joué par la population dans la constitution du terroir. Pour lui, c'est « un espace terrestre, une unité physique, un "territoire" aménagé par l'homme, une organisation spécifique du finage propre à une communauté agricole, un produit ou une particularité sociale, singulièrement campagnarde (« un accent du terroir », « les valeurs du terroir », etc.) ». Il souligne qu'en géographie rurale, le terme terroir désigne « une portion d'espace agricole homogène présentant des aptitudes agronomiques particulières et des qualités spécifiques, mais appropriée, aménagée et valorisée par un groupe social, notamment sous l'angle de savoir-faire reconnus par des usages et capables d'exprimer ces potentialités naturelles à travers un produit, en particulier un aliment dont la typicité et l'origine sont reconnues collectivement » (Rieutort, 2011).

Pour l'INAO, le terroir est « un espace géographique délimité, dans lequel une communauté humaine construit au cours de son histoire un savoir collectif de production, fondé sur un système d'"interactions" entre un "milieu" physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains » (INAO, 2016). Au sein de cet espace géographique délimité (le terroir), la

communauté humaine participe à sa révélation. La notion de communauté « recouvre des liens de solidarité organique autour de destins, d'une identité, d'histoires, d'élaboration collective de règles partagées et acceptées » (INAO, 2016). La communauté possède un « savoir collectif de production qui est construit dans le temps, et partagé entre membres de la collectivité. Il n'est pas inné, mais issu d'un processus évolutif d'accumulation d'expériences individuelles et collectives dans la durée. Celui-ci admet des ajustements, des révisions et des innovations continues, venant enrichir les savoirs historiques existants. » (INAO, 2016).

Toutes ces approches théoriques du terroir révèlent la place importante qui est accordée aux savoir-faire dans la fabrication des produits de terroir. Ces savoir-faire techniques constituent un lien puissant entre la population et le terroir. Ce lien confère aux produits de terroir une dimension identitaire fondamentale qui en fait un objet de patrimoine. Les savoir-faire attribuent aux produits de terroir et plus largement aux systèmes de production agricole leur dimension patrimoniale car ce sont eux qui sont reconnus comme des éléments de patrimoine à conserver et valoriser (Bérard et al., 2004). La place importante des femmes dans la maîtrise des savoir-faire montre qu'elles sont au cœur de la construction des produits de terroir comme patrimoines agricoles et plus largement des systèmes de production agricoles dont ils sont issus.

Les femmes détentrices des savoir-faire de fabrication des produits de terroir.

Les savoir-faire concernent les connaissances et procédés de fabrication que des individus mettent en œuvre pour fabriquer les produits de terroir. Plus largement, le savoir-faire est une notion complexe, qui n'a pas de définition stricte. Pour Deforge (1991), les savoir-faire traduisent la capacité à accomplir une activité grâce à une implication personnelle. Chamoux (1981, p.72) a précisé antérieurement cette implication en abordant les savoir-faire comme étant « l'ensemble des connaissances et des savoirs humains qui permettent tout à la fois : la mise en œuvre du couple outil-matière première, le déroulement des chaînes opératoires et l'obtention d'un résultat proche de celui désiré ». Chevalier et Chiva (1991), Moity-Maïzi et Muchnick (2005) et Sigaut (2006) s'inscrivent dans cette lignée en définissant les savoir-faire comme étant un ensemble d'aptitudes qui sont obtenues, incorporées et transmises qui s'expriment dans l'accomplissement d'un acte technique, impliquant l'appel à des connaissances et des représentations. Il y a donc dans les savoir-faire une dimension intellectuelle qui est combinée à une compétence et à l'expérience de la réalisation. Pour d'autres, on ne peut pas donner de définition générale des savoir-faire car ils sont spécifiques à un individu ou à un groupe, ce qui rend leur définition exclusive et réductrice à l'individu ou au groupe (Dubois, Rosselin-Barre ; 2022).

Un certain nombre d'études s'attachent à montrer les savoir-faire détenus par les femmes dans les espaces ruraux, que ce soit dans le domaine agricole ou artisanale. La présence de ces études montre que les savoir-faire des femmes sont nombreux et diversifiés, à l'instar de la place du travail agricole féminin dans les espaces ruraux. Ces études permettent aussi de mettre en lumière la place importante des savoir-faire des femmes dans la fabrication des produits de terroir. Toutefois, par rapport à la grande place que les savoir-faire des femmes occupent dans

la fabrication des produits de terroir à travers le monde, les études qui s'attachent à montrer leur rôle dans la patrimonialisation sont encore peu nombreuses.

Les études qui montrent les effets de la patrimonialisation des produits de terroir sur la reconnaissance du rôle des femmes dans la valorisation des produits de terroir, des systèmes de production agricole et des territoires auxquels ils se rattachent se font encore plus rare. De la même façon, les études qui s'intéressent aux conséquences de cette patrimonialisation sur l'évolution de la place des femmes dans les systèmes agraires ainsi que sur les rapports de genre et les inégalités de genre sont très discrètes. C'est dans ces angles morts que s'inscrit notre recherche.

Le travail de Touré (2018) sur l'arbre néré dans la région de la Haute Guinée montre que les savoir-faire détenus par les femmes sont au cœur de la transformation et de la valorisation des graines issues de cet arbre. Elles effectuent la récolte et l'acheminement des graines de l'arbre, bien que l'auteure n'insiste pas sur ce travail agricole qui est pourtant une composante essentielle des savoir-faire des femmes relatifs au néré. Une fois les graines récoltées et séchées, les femmes des différents villages se rassemblent tout au long de l'année pour fabriquer ensemble le *soumbara*. Il s'agit d'une moutarde reconnue comme exhausteur de goût de sauce qui est très prisée en Afrique de l'Ouest. Ce sont ensuite les femmes qui, au sein de leur foyer, préparent le repas en y intégrant le *soumbara*. Les savoir-faire des femmes sont donc à la fois agricoles et gastronomiques et ils couvrent toute la chaîne de transformation de la matière première et du produit agricole, de la récolte à l'assiette. Les savoir-faire techniques qui sont mobilisés en amont et en aval de cette chaîne sont collectifs et individuels. Les femmes détiennent donc individuellement des connaissances et l'expérience pratique de l'exploitation des graines, mais elles maîtrisent aussi des gestes rituels collectifs. Ainsi, la fabrication du *soumbara* nécessite plusieurs types de savoir-faire qui réclament l'implication des femmes à plusieurs niveaux (individuel et collectif).

Les femmes confectionnent aussi d'autres produits à partir des graines de néré : elles utilisent la farine de la pulpe pour faire du couscous ; la pulpe pour fabriquer des gâteaux ou pour remplacer le sucre dans la bouillie ; l'écorce du fruit et les feuilles pour des usages médicinaux ou cosmétiques. Tous ces usages soulignent la profonde maîtrise de la transformation du néré par les femmes mais aussi la nécessité absolue des femmes pour la fabrication des produits de terroir issus du néré. Ces savoir-faire font la réussite de la fabrication du *soumbara* mais également sa notoriété en Afrique de l'Ouest, soulignant ainsi le rôle des femmes dans la patrimonialisation de ce produit de terroir et de l'arbre duquel il est issu.

L'étude de Diouri et Chikhaoui (2020) sur la communauté de pêcheurs Imraguen, répartis le long de la côte atlantique au sud du Sahara, montre aussi le rôle des savoir-faire des femmes dans la fabrication de produits de terroir issus de la pêche. Les savoir-faire des femmes sont mobilisés dans le cadre d'une division sexuelle du travail qui découlent de constructions sociales propres à la communauté qui attribue les tâches selon le genre. Les hommes ont la charge de capturer le poisson et les femmes s'occupent de la transformation selon des connaissances et gestes techniques très précis. Les femmes tranchent les mulets sur la face

dorsale avant de les vider et de les sécher à l'air libre. Une fois séché, le poisson est soit conservé en l'état, pouvant alors être commercialisé et consommé durant plusieurs semaines, soit il est moulu pour augmenter la durée de sa conservation, ce qui peut aller jusqu'à plusieurs années. Il est ensuite commercialiser sous sa forme séchée tout au long de l'année. Les têtes des poissons sont aussi bouillies pour en extraire la graisse à partir de laquelle les femmes confectionnent de l'huile alimentaire (Diouri, Chikhaoui ; 2020). Ces produits sont reconnus et recherchés pour leurs vertus diététiques mais aussi thérapeutiques (Boulay, 2011).

Comme pour le néré étudier précédemment, cette étude de cas montre que ce sont les savoir-faire des femmes qui permettent de fabriquer les produits de terroir issu de la pêche des mulets. La reconnaissance de la maîtrise de la transformation des mulets par les femmes en font des produits de terroir reconnus sur le marché. Cette reconnaissance des produits est directement associée à la notoriété du savoir-faire des femmes des communautés Imraguen, participant ainsi à la patrimonialisation des produits de terroir mais aussi du terroir dont ils sont issus. En outre, la dimension collective de la transformation des mulets jaunes constitue aussi un moment d'échanges, de sociabilité et d'épanouissement personnel précieux dans la vie des femmes Imraguen (Diouri, Chikhaoui ; 2020), ce qui confère à ces produits de terroir une fonction sociale et identitaire forte. Cette intégration de la fabrication des produits de terroir comme composante identitaire des femmes Imraguen participe aussi à leur patrimonialisation.

Des dynamiques similaires sont aussi observables au Maroc où de nombreux produits de terroir sont issus du savoir-faire de fabrication des femmes. C'est ce que montre l'étude de Harrak et al. (2009) sur le *Tassabount* dans la vallée du Drâa, région oasienne du sud du Maroc. Le *Tassabount* est un jus mousseux fabriqué à base de datte et d'extraits de plantes aromatiques et médicinales. Les connaissances sur la préparation de ce jus sont détenues par les femmes, qui le confectionnent dans l'espace réservé de leur famille. Elles confectionnent dans un premier temps un extrait aqueux à bases de plantes aromatiques et médicinales issues de la palmeraie. Cette préparation nécessite plusieurs jours de travail grâce à des outils traditionnels. L'extrait de plante est ensuite incorporé durant le procédé de transformation des dattes en jus. Tous les ingrédients de ce jus sont des produits directement issus de la palmeraie de l'oasis. Les savoir-faire des femmes permettent donc ici de fabriquer un produit de terroir qui valorise le terroir local. En effet, la préparation du *Tassabount* propose une autre façon de consommer les dattes mais aussi de valoriser les dattes de moindre valeur marchande, car ce sont les dattes de qualité inférieure qui sont utilisées. De plus, à travers le *Tassabount*, les savoir-faire des femmes permettent de valoriser les produits de terroir issus des oasis marocaines classées par l'UNESCO comme patrimoine mondial : « Réserve de biosphère des oasis du Sud marocain ».

<u>La transmission des savoir-faire au cœur de la sauvegarde des produits de terroir.</u>

Les femmes sont aussi au cœur de la patrimonialisation des produits de terroir par le rôle qu'elles représentent dans la sauvegarde des savoir-faire de fabrication. En effet, les savoir-faire détenus par les femmes témoignent d'une transmission matrilinéaire, au cœur de la valorisation des produits de terroir. Le rôle de transmission matrilinéaire dans la patrimonialisation des produits de terroir est une dimension qui est encore peu approfondie dans

la littérature. Pourtant, elle est liée à la sauvegarde des savoir-faire et donc des produits de terroir mais aussi à la création des structures qui les commercialisent, comme nous souhaitons le démontrer à travers l'étude de la filière de la rose à parfum dans le cadre de cette thèse.

D'après Chamoux (2010), les savoir-faire témoignent de compétences techniques et de performance que les femmes se transmettent par un processus d'imprégnation qui se compose d'un entrainement corporel et intellectuel. Cet entrainement est constitué d'une répétition de l'observation de différentes techniques qui sont détenues par un maître, c'est-à-dire une femme qui détient les savoir-faire et qui est au cœur de ce processus de transmission.

Le cadre familial est un environnement privilégié de la transmission des savoir-faire pour les femmes (Aubel et al., 2004 ; Boucher, 2005 ; Basile et al., 2017 ; Rakotomanana et al., 2018). Comme nous l'avons précédemment évoqué, les tâches du *care* sont le plus souvent assignées aux femmes. Dans ce cadre, de nombreux savoir-faire se transmettent de mère en fille. Dans les espaces ruraux de la région du Péloponnèse, les femmes ont la charge de la préparation des repas au sein de leur famille. Elles héritent donc de ces savoir-faire gastronomiques suivant un modèle matrilinéaire. Grâce à cet héritage, les femmes confectionnent des produits de terroir tels que des gâteaux, des pâtes et différentes sortes de pain qui sont reconnus dans la région (Anthopoulou, 2008). Cette dimension générationnelle et traditionnelle conférée aux produits de terroir par les savoir-faire et leur transmission dont ils sont issus participe à leur conférer une dimension patrimoniale.

Dans le contexte agricole, les femmes sont au cœur de la transmission des savoir-faire qui sont nécessaires au sein des systèmes de production agricole mais aussi de ceux qui interviennent au niveau de la fabrication des produits agricoles. Dans la région de Djelfa, une zone steppique située sur les hauts plateaux du centre de l'Algérie, la transmission du savoir-faire des femmes participe à la valorisation de l'activité agro-pastorale de la région. Les femmes ont la responsabilité de mère en fille de l'entretien du bétail, qui est un rôle clé du fonctionnement du modèle de cette agriculture familiale. De plus, elles se transmettent les savoir-faire liés au tissage, qui est un vecteur de valorisation de ce territoire agro-pastoral. A partir du tissage, les femmes fabriquent des produits populaires à l'échelle du pays tels que le burnous qui est un vêtement à base de poil de dromadaire ou le burnous blanc confectionné à partir de laine de mouton. Les femmes confectionnent aussi des tapis et des tentes nomades. En tant que seules détentrices et agents de transmission des savoir-faire du tissage, les femmes sont la composante essentielle de la sauvegarde et de la valorisation de ce patrimoine agropastoral. Sans les femmes, il n'y a pas de tissage (Berchiche, 2010 ; Kanoun-Meguellati et al., 2020).

La transmission matrilinéaire des savoir-faire liés à la fabrication des produits de terroir se font aussi dans des filières de production nationale. C'est le cas de la confection du beurre de karité en Afrique de l'Ouest aussi appelé « or blanc des femmes » (Brondex, 1999 ; Elias et Carney, 2004 ; François et al., 2009 ; Sidibe et al., 2017). La transmission des procédés de transformation des graines et de la fabrication du beurre se fait par l'expérience, c'est-à-dire par un procédé d'observation et de répétition par les filles des gestes de leur mères (Ftaïta ; 2007 ; Dandjouma et al., 2009). Cet apprentissage matrilinéaire intergénérationnel en fait un

savoir technique traditionnel (Mahias, 2002) et ancestral. Les filles se rendent sur les exploitations agricoles avec leurs mères, elles se réunissent par groupe de travail. Les tâches sont alors subdivisées entre les différents groupes de travail. Les femmes qui sont amenées à basculer d'un groupe à l'autre maîtrisent toute la chaîne de production. Leurs filles, qui les accompagnent quotidiennement, s'imprègnent de ces différentes tâches par observation et répétition des gestes. Au cadre familial matrilinéaire s'ajoute une dimension communautaire et territoriale des savoir-faire de confection du beurre de karité. Les savoir-faire féminins de confection du beurre de karité varient d'une région à l'autre du Burkina Faso. L'itinéraire technique de la transformation reste la même mais certains gestes et les outils qui interviennent dans les procédés de fabrication sont différents (Bridier, Kombolo ; 2009). Ainsi, les femmes acquièrent des savoir-faire qui sont propres à ce qui est transmis à chaque communauté et territoires, ce qui participe à révéler l'attachement identitaire de ce produit de terroir.

Au Maroc aussi la transmission matrilinéaire est au cœur de l'héritage de procédés de fabrication. Cette transmission permet la sauvegarde des savoir-faire mais aussi la valorisation et la protection d'un certain nombre de produits de terroir. La transmission des savoir-faire entre les femmes joue un rôle dans la sauvegarde de certains produits de terroir dont l'existence dépend de la transmission matrilinéaire. C'est le cas de la transformation des dattes en jus, sirop, farine ou pâtes dans les oasis du sud marocain. Les savoir-faire de la préparation de ces produits sont détenus et transmis par les femmes dans le cadre familial (Harrak, 2009 ; Houssni et al., 2022). La modernisation des sociétés oasiennes participe à une régression de la transmission matrilinéaire des savoir-faire de transformation. Les femmes qui détiennent, exploitent et transmettent ces savoir-faire sont de moins en moins nombreuses. Ces savoir-faire ont pourtant leur importance dans la valorisation des espaces phoenicicoles du sud marocain. Les produits de terroir à base de datte qui découlent des savoir-faire des femmes se retrouvent menacés par la régression de ces derniers. Cela montre le rôle précieux que jouent les savoir-faire des femmes et leur transmission dans la sauvegarde et la valorisation des produits de terroir (Harrak, 2018).

La transmission des savoir-faire entre les femmes ne se fait pas uniquement suivant un schéma familial mère-fille ou plus généralement dans le cadre familial. Il se fait aussi par apprentissage en dehors de la famille d'une femme à une autre femme, qu'elles soient issues d'une même région ou non. Au Maroc, la coopérative est un espace privilégié de cette transmission des savoir-faire de fabrication des produits de terroir entre les femmes. L'espace des exploitations agricoles est aussi un des lieux de transmission des savoir-faire entre les femmes importantes qui encouragent le processus de patrimonialisation des produits de terroir, bien que ce ne soit pas abordé dans la littérature. Comme nous le verrons dans cette thèse, la cueillette est une activité qui se transmet entre les femmes à l'intérieur et en dehors du cadre familial, et dont les savoir-faire sont intimement liés à la patrimonialisation de la rose et à la mise en tourisme de ce patrimoine agricole (Chapitre 5).

Les savoir-faire de confection de l'huile d'argan sont cultivés et transmis par les femmes. Ces savoir-faire des femmes sont d'ailleurs au cœur de la patrimonialisation de ce produit de terroir réputé dans le monde entier (Cormier, Gana ; 2022). Le marketing de vente des produits de

nombreuses coopératives est d'ailleurs axé sur les savoir-faire de fabrication qui sont détenus par les femmes (Simenel et al., 2014). Traditionnellement, la transmission des savoir-faire de fabrication de l'huile d'argan se fait dans le cadre familial. Les femmes apprennent la cueillette et le dépulpage des noix dès l'enfance. La transformation en huile de l'argan par le concassage, le moulinage et le malaxage des graines est enseigné aux femmes une fois mariées. Elles reçoivent à cette occasion un moulin et une pierre à concasser en tant qu'objet de dot (Simenel et al., 2014). Avec le développement des coopératives féminines dans la région de l'arganier, la transmission des savoir-faire de fabrication de l'huile d'argan est sortie du cadre familial. Ce savoir-faire se transmet entre les femmes, à toutes celles qui intègrent les coopératives quel que soit leur statut martial. Au sein des coopératives, les femmes sont amenées à effectuer la cueillette ou dans la majorité des cas à acheter les fruits de l'arganier. Elles couvrent ensuite toute la chaîne de transformation, du dépulpage des fruits jusqu'au malaxage et au pressage de l'huile d'argan (Charrouf et Guillaume, 2007 ; Simenel et al., 2014). Grâce à la transmission de ces savoir-faire de fabrication de ce patrimoine agricole, les femmes ont créé toute une économie sociale et solidaire, qui leur permet de générer des revenus et de lutter contre la pauvreté (Drainvile 2001 ; Ahrouch et al., 2017 ; Abouali et al., 2019).

La mobilisation des savoir-faire des femmes à la base de cette économie souligne aussi la corrélation entre la patrimonialisation des produits de terroir et la capacité des femmes à s'autonomiser. De surcroit, cette thèse s'inscrit dans cette lignée en s'intéressant à la transmission et la mobilisation des savoir-faire entre les femmes comme vecteur de patrimonialisation de la rose, mais aussi, à l'*empowerment* féminin qui est généré par l'implication des femmes dans la filière de la rose et l'évolution des rapports de genre qui en découle.

La maîtrise des matières premières agricoles et la transmission des savoir-faire de fabrication entre les femmes sont aussi motrices de l'innovation. La création de nouveaux produits de terroir montre la capacité des femmes à réinventer leur savoir-faire. Cette dynamique d'innovation participe à montrer que les produits de terroir sont des patrimoines agricoles qui sont aussi le fruit du caractère évolutif des savoir-faire des femmes et de leur créativité. Dans la région de Ouarzazate, plusieurs coopératives féminines développent et commercialisent des produits laitiers à base de lait de chèvre et de brebis. Cette activité est directement liée à l'activité d'élevage que les femmes pratiquent au sein de leur foyer. Leur savoir-faire en matière de transformation du lait, en fromage notamment, valorise l'activité pastorale de la région. Dans le cadre de l'entretien des bêtes, les femmes achètent des dattes dans les marchés pour nourrir le bétail. Cette intégration de la datte dans l'alimentation du bétail a donné naissance à une réflexion sur un nouveau mode de valorisation des produits laitiers à travers la création d'un yaourt à base de lait de chèvre ou de brebis et de morceaux de dattes (Noutfia et al., 2021).

Le partage des savoir-faire entre les femmes mais aussi l'acquisition de nouvelles compétences et leur rôle dans la patrimonialisation des produits de terroir et de leur mise en tourisme sont très discrètes dans la littérature. Les effets de l'obtention de ces nouvelles compétences sur le statut des femmes et les rapports de genre ne sont pas ailleurs pas évoqués. C'est dans ces approches que souhaite s'inscrire notre recherche, particulièrement à travers l'espace des

coopératives. La faculté des femmes à réinventer leur savoir-faire et à les partager pour créer de nouveaux produits de terroir souligne leur capacité à être autonomes et entreprenantes pour générer à la fois un nouveau revenu et participer au développement de leur territoire (Chapitre 6).

La maîtrise et la transmission des savoir-faire par les femmes montrent l'importance de leur rôle dans la fabrication, la sauvegarde, et la valorisation des produits de terroir participant ainsi à leur conférer une dimension patrimoniale. Les savoir-faire des femmes et leur transmission rassemblent aussi la population autour d'une création mémorielle qui intègre les produits de terroir dans une dynamique d'ancrage identitaire et territorial.

2. Les femmes au centre des processus de création mémorielle et de l'ancrage territorial des produits de terroir.

L'enracinement des savoir-faire des femmes dans la mémoire.

La transmission générationnelle, notamment matrilinéaire, des savoir-faire liés à la fabrication des produits de terroir confère une dimension historique, qui participe à créer une mémoire collective (Sekik, 2010). Tous les produits de terroir ne sont pas historiques, bien que nombre d'entre eux existent depuis longtemps. Il y a, par exemple, de nombreuses légendes ou mythes qui entourent l'origine des savoir-faire de certains produits de terroir. Cette dimension faussement historique du passé participe elle aussi à l'intégration du produit de terroir dans la mémoire collective notamment à travers les traditions (Ferrières, Meyzie ; 2015).

La mémoire est le support de la transmission des traditions (Namer, 2000). Les savoir-faire liés au produit de terroir qui sont conservés, accumulés et transmis par les femmes à travers les générations constituent la mémoire des traditions. Les savoir-faire révèlent l'héritage des pratiques traditionnelles mais aussi culturelles, qui sont propres aux sociétés desquelles sont issus les produits de terroir. Certaines sociétés privilégient les outils de la mémoire pour transmettre des traditions qu'elles jugent nécessaires à leur reproduction, d'autres utilisent ces outils comme moyen de revaloriser des traditions anciennes qui les relient à leur passé (Rautenberg, 2003). Les produits de terroir apparaissent alors comme des objets de patrimoine qui rassemblent une population autour d'une mémoire collective (Halbwachs, 1925 ; Nora, 1978 ; Ricoeur, 2014). Le produit de terroir, à travers sa revendication dans la mémoire collective, est donc le fruit d'une production sociale. Les femmes à travers la maîtrise des savoir-faire liés aux produits de terroir et leur transmission sont au centre de cette production sociale.

Dans le cadre des produits de terroir, la mémoire collective est alimentée par un sentiment d'appartenance qui s'exprime par l'expérience vécue avec le produit, qui peut prendre plusieurs formes. L'expérience du cadre familial se traduit par l'habitude de consommation ou de l'utilisation du produit de terroir, qu'il soit alimentaire, cosmétique ou thérapeutique et participe à créer un sentiment d'appartenance identitaire. Peu d'études s'intéressent à la place des

femmes dans le processus de création mémorielle qui entoure les produits de terroir. Pourtant, les femmes, étant au centre de la confection de ces produits de terroir et de la transmission de ces savoir-faire, sont naturellement reliées à l'expérience de leur consommation. C'est ce que nous souhaitons montrer à travers leurs implications variées dans la valorisation de la rose à parfum en tant que produit de terroir.

Du côté des patrimoines agricoles, certains font partie depuis plusieurs générations du cadre de vie des populations qui ont grandi en les contemplant. C'est le cas des tapis à base de laine de moutons de la région de Kairouan, qu'ils soient utilisés pour réchauffer l'intérieur des maisons ou pour un usage décoratif, ils font partie de l'expérience vécue des Tunisiens. Ces tapis constituent un héritage des savoir-faire des femmes qui se transmettent les secrets de l'art du tissage de mère en fille depuis des générations (Sekik, 2010).

Au Maroc, ce sont les tapis de Taznakhte, patrimoine artisanal et agricole, qui ornent les sols des maisons de cette région. Le travail de la laine est au cœur de l'identité de cette région, les hommes tondent et les femmes tissent la laine pour en faire des tapis (Naji, 2007).

De son côté, le patrimoine gastronomique traduit aussi l'importance de l'expérience vécue des savoir-faire des femmes dans la construction de la mémoire individuelle et collective autour d'un produit de terroir. La dégustation d'un met ou d'un plat typique issu des savoir-faire des femmes tout au long de la vie est au centre de la création mémorielle. Le gâteau basque, produit de terroir du Pays basque, est une célèbre pâtisserie qui porte l'identité de la région dans les vitrines des nombreuses boulangeries et restaurants de ce territoire. Sa recette de préparation est largement popularisée mais, à l'origine, ce sont les femmes des familles basques qui en détiennent les savoir-faire de fabrication. Le gâteau basque est un dessert que les femmes des milieux ruraux pauvres sont parvenues à confectionner à base d'ingrédients économiques (Saspiturry, 2015).

Dans la même idée, le *ceebu jën* est un produit de terroir sénégalais dont les savoir-faire et la transmission matrilinéaire sont au cœur de son processus d'ancrage identitaire. C'est un plat préparé avec de la darne de poisson, des morceaux de riz, du poisson séché, des mollusques et des légumes de saison. A l'origine, le *ceebu jën* est originaire de la région de Saint-Louis, au Sénégal, dont les ressources halieutiques sont au centre de la préparation de ce plat. La recette de préparation et son exécution se transmettent de mère en fille, ce qui inscrit les femmes dans la mémoire collective, comme gardiennes de ce savoir-faire. A travers le *ceebu jën*, les femmes de cette région valorisent les ressources locales de la pêche. Étendu aux autres régions du pays où il fait l'objet de variantes, il peut par exemple être cuisiné avec du poulet. Le *ceebu jën* est au cœur des pratiques rituelles des familles sénégalaises, ce qui participe à la construction de la mémoire collective. Revendiqué comme composante essentielle de l'identité sénégalaise, ce plat est inscrit en 2021 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (Leport, 2017 ; Site web de l'UNESCO consulté le 9 juillet 2024).

Le couscous aux cinq céréales, aussi appelé « Keskes Khoumassi » ou « Keske Moukhamess » des régions de Guelmim Es-Smara, Laayoune Boujdour Sakia al Hamra et Oued Eddahab

Lagouira du sud du Maroc, traduit aussi le poids des femmes dans l'ancrage du produit dans la mémoire collective. Il est préparé à partir de farine de blé tendre, de farine de blé dur, de farine d'orge, de farine d'orge torréfié et de farine de maïs torréfié, traduisant alors la connaissance et la maîtrise de la transformation des céréales cultivées localement par les femmes. C'est un produit profondément ancré dans les traditions familiales et dans la vie quotidienne des populations du sud du Maroc. Le Keskes Khoumassi est souvent consommé avec du lait, du *lben* (lait fermenté) ou avec des légumes en particulier pour le déjeuner du vendredi, à l'image des autres couscous consommés le vendredi midi dans le reste du pays. Ce produit de terroir est sorti du strict cadre familial pour être valorisé par les femmes dans le contexte de l'économie sociale et solidaire. Une dizaine de coopératives agricoles gérées par des femmes et réunies dans un réseau, celui de l'Association Régionale des Productrices du Couscous de la province de Guelmim notamment, participe à faire la renommée du produit (Erguibi, Sadik 2021 ; 2022). Les savoir-faire des femmes du Keskes Khoumassi sont aussi protégés et valorisés par une Indication Géographique qui l'intègre dans un processus de patrimonialisation national (ministère de l'Agriculture, 2019).

Les produits de terroir issus des savoir-faire féminin sont aussi ancrés dans la mémoire individuelle de chacun à travers le souvenir. Le travail de Ferreira (2011), à travers les récits rapportés de certains membres des familles issues de la ville de Pelotas du sud du Brésil, montre comment un produit de terroir fabriqué par des femmes peut être profondément inscrit dans l'expérience personnelle des individus et la manière dont il s'y rattache comme composante de leur histoire et de leur identité. Dans les familles de cette région du Brésil, les femmes confectionnent des pâtisseries, les gâteaux de Pelotas dont le savoir-faire se transmet de mère en fille. Ce sont des gâteaux sucrés préparés par les femmes à l'occasion de grandes célébrations telles que les mariages ou les baptêmes. Les récits rapportés par l'auteure indiquent que la mémoire collective qui entoure ce produit de terroir est alimentée par l'expérience que chacun des individus a eu de ce produit et qui est profondément ancrée dans leurs souvenirs. Les gâteaux de Pelotas ne sont pas que des mets, ils renvoient en enfance et rappellent l'effervescence de leur préparation, de l'ambiance spécifique qui envahissaient les maisons lorsque toutes les femmes s'attelaient à la tâche : « Dans la maison, on sentait toujours le parfum du sucre », (Ferreira, 2011, p.6). Il y a une mémoire olfactive dans l'expérience vécue des populations de Pelotas qui leur permet de faire le lien entre le savoir-faire des femmes, le produit et leur propre expérience. Toute ces dimensions montrent comment à travers la création mémorielle qui entoure la valorisation des produits de terroir par les femmes, le patrimoine est attaché à « la reconnaissance commune par des groupes sociaux que des objets, des lieux, des systèmes de signes, de valeurs sont leur bien propre, au cœur de la construction de leur identité sociale » (Rautenberg, 2003, p. 107).

<u>La patrimonialisation des produits de terroir par le folklore.</u>

Les femmes jouent aussi un rôle dans le processus de création mémorielle par la place qu'elles occupent dans la dimension folklorique, qui valorise les produits de terroir et contribue à leur patrimonialisation. De nombreuses fêtes et foires sont organisées pour célébrer les produits de terroir encourageant alors leur patrimonialisation. En France par exemple, il y en a plus d'une

centaine (Bérard et al., 2004). Elles concernent principalement les espaces ruraux (Fournier, 2007). Un certain nombre de chercheurs en France se sont intéressés à ces évènements et à leur rôle dans la patrimonialisation des produits de terroir. Pourtant, très peu d'études s'intéressent à la place qui est attribuée aux femmes dans ces célébrations et encore moins à leurs effets sur les rapports de genre, alors que les femmes et leur-savoir-faire sont régulièrement mis en scène dans ces célébrations. C'est sous cet angle que notre thèse intervient à travers l'analyse de la place des femmes dans le Festival des roses.

Les fêtes, les foires et les festivals agricoles dépassent la simple fonction de vulgarisation et de commercialisation des produits de terroir. Ces célébrations ont une fonction mémorielle et identitaire (Bétry, 2003). La manière d'exposer et de célébrer le produit de terroir exprime une interprétation collective de la vie rurale traditionnelle. Elles sont présentées comme étant une exposition d'une communauté rurale et d'un mode de vie local, légitimant ainsi le produit de terroir à travers une forme d'authenticité. Bien que ce soit souvent une réalité déformée, la mémoire individuelle comme la mémoire collective constitue une sélection subjective du passé (Halbwachs, 1925). Cette sélection de ce qui est montré à l'occasion de ces évènements festifs fait le lien avec la population qui porte le produit de terroir. Elle assoit l'identité de cette population de l'intérieur mais aussi de l'extérieur car ces évènements participent à la renommée des produits de terroir, des savoir-faire, de la communauté et du territoire qui lui sont associée (Bétry, 2003). En effet, les fêtes et foires agricoles ne sont pas seulement des lieux d'exposition des produits de terroir strict. La chaîne de fabrication et les savoir-faire sont valorisés à travers par exemple la mise en scène des agriculteurs (Fournier, 2007).

La présence et l'interaction avec les agriculteurs à travers la commercialisation des produits de terroir participent aussi à garantir la qualité des produits de terroir et leur caractère local, permettant donc un ancrage identitaire et territorial. C'est ce que montrent de nombreuses foires agricoles organisées à travers l'Europe. Les producteurs de fromage *raschera* profitent de la foire du même nom à Frabosa Soprana dans le Piémont en Italie pour valoriser leur produit et écouler leurs stocks. De la même façon, les producteurs de haricots de Castellfollit en Catalogne organisent une fête durant laquelle ils commercialisent leurs produits et dévoilent les secrets de fabrication et de consommation aux visiteurs (Bérard et al., 2004).

Au Maroc aussi de nombreuses fêtes, *moussems*, foires ou salons agricoles sont organisés à travers le pays. Ils ont lieu en été ou en automne, périodes de fin des récoltes agricoles, ce qui fait le lien avec les produits de terroir. Chacune de ces fêtes possède un ou des espaces de commercialisation dédiés à la vente des produits de terroir qui s'articulent autour d'une ressource agricole comme la pomme ou l'amande par exemple (Berriane et al., 2016). Les femmes occupent une place importante dans ces espaces à travers la vente de produits de terroir par les coopératives féminines. Peu d'études s'intéressent à la place des femmes dans ces espaces de commercialisation dans les célébrations agricoles. Pourtant, l'intervention des femmes affirme leur rôle de gardiennes des savoir-faire de confection des produits de terroir et de leur transmission mais aussi leur capacité d'autonomisation et de participation au développement des territoires agricoles. C'est dans cette optique que s'inscrit notre thèse à

travers l'étude du Salon International de la rose à Parfum dans le Festival des roses (Chapitres 5 et 7).

Les fêtes et foires sont aussi l'occasion de montrer les traditions qui sont propres à la communauté dont sont issus ces produits de terroir. C'est pourquoi la fête est aussi l'occasion de célébrer des pratiques rituelles et anciennes, ce qui participe à faire le lien entre le produit et la communauté. C'est le cas de l'exposition et de la mise en spectacle des costumes traditionnels (Fournier, 2007). Par exemple, la coiffe bigouden portée par les femmes accompagne souvent les fêtes agricoles (Dupouy, 1951 ; Cousinié-Kervennic, 1994) de la région bretonne du même nom.

Au Maroc, les festivals sont aussi le cadre de la valorisation de costumes et de danses traditionnelles. C'est le cas du festival Tifawin à Tafraout où les produits de terroir sont exposés au même titre que les danses et tenues traditionnelles à travers leur mise en spectacle. Les produits de terroir, tout comme ces performances, apparaissent comme des objets de valorisation de l'identité locale (Abdelhak, 2022). C'est d'ailleurs l'objectif clairement affiché du festival dont le nom Tifawin signifie « les lumières » ou le « faisceau de lumière » et qui traduit la volonté des organisateurs de mettre en lumière leur territoire (Abdelhak, 2022, p.171). Bien que la littérature fasse l'impasse sur cette question, les femmes occupent une place particulière dans la stratégie de valorisation des produits de terroir et de leur territoire à travers la mise en spectacle des traditions. C'est ce que souhaite montrer cette thèse à travers la mise en spectacle des danses traditionnelles, des costumes des femmes et de l'élection d'une miss à l'occasion du Festival des roses de Kelâat M'gouna (Chapitre 7).

Ces célébrations agricoles et rurales permettent aussi de tisser un lien fort entre le produit de terroir, la population et le territoire qui vient renforcer le sentiment d'appartenance identitaire et le processus de création mémorielle. Le patrimoine est dans ce cadre un vecteur de construction territoriale qui participe à l'ancrage territorial des produits de terroir. L'ancrage est une notion qui peut être éclairée par celle de la territorialité, qui qualifie ce qui appartient à un territoire et qui résulte de la territorialisation, c'est-à-dire le processus de construction de l'appartenance à un territoire. L'ancrage est donc un processus qui résulte du lieu et de la société qui le construit à travers l'utilisation de ses attributs naturels, sociaux, culturels et historiques (Aderghal et al., 2017). Les processus d'ancrage des produits de terroir avec leur territoire d'origine et les enjeux identitaires qui s'y rattachent interrogent la dimension de patrimonialisation de ces produits, qui participe elle aussi au processus d'ancrage comme co-construction socio-spatiale (Fagnoni, 2013).

Certains processus d'ancrage sont logiques ou évidents. Par exemple, ceux issus de ressources naturelles endémiques, comme c'est le cas de l'huile d'argan qui est issue de l'arganier qui n'existe que dans la région du Souss (Simenel et al., 2009). Cet aspect unique sous-tend une spécificité qui participe à l'ancrage territorial des produits de terroir dérivés de l'arganier, de l'huile d'argan notamment. Tous les produits de terroir ne sont cependant pas issus d'espèces naturelles endémiques et pourtant ils sont au cœur des processus d'ancrage territorial (Aderghal

et al., 2017). C'est le cas de la rose de Damascena à laquelle s'intéresse cette thèse qui est présente au Maroc mais aussi en Bulgarie, en Turquie ou en Iran par exemple.

D'autres cas d'ancrage sont plus complexes. Aderghal, et al. (2017) proposent une typologie d'ancrage territorial à travers cinq catégories. La première englobe des liens qui sont directement liés à la nature du produit de terroir, comme la nature des sols, les particularités climatiques, associées aux modes de production, aux pratiques et aux savoir-faire corrélés à leur production. La seconde concerne les us liés aux produits de terroir, par exemple des pratiques locales gastronomiques ou thérapeutiques. La troisième désigne des liens construits sur la vie et les dynamiques sociales qui découlent de la production des produits de terroir comme les associations, coopératives mais aussi les marchés locaux ou encore les célébrations et autres événements qui en sont issus. La quatrième catégorie de liens d'ancrage concerne ceux qui associent aux produits de terroir d'autres éléments ou ressources qui se trouvent dans la même aire géographique tels que le paysage, l'architecture locale ou la gestion de l'eau. Enfin, la cinquième catégorie de liens dépend de l'origine culturelle du produit de terroir, c'est-à-dire qu'elle l'associe à l'histoire du territoire, ses croyances mais aussi à ses usages contemporains qui évoluent au grès du temps et des mouvements de population (Aderghal et al., 2017).

Cette thèse permet de montrer que les femmes interviennent dans plusieurs de ces catégories d'ancrage. La multidimensionnalité du travail agricole féminin, la sur-représentativité des femmes dans la main-d'œuvre de nombreux systèmes de production agricole, la détention des savoir-faire et leur transmission par les femmes, l'entreprenariat féminin sont tant d'éléments qui contribuent au processus d'ancrage territorial des produits de terroir.

La maîtrise de nombreux savoir-faire de confection des produits de terroir par les femmes leur confère un rôle précieux dans la fabrication des produits à travers le monde. Les femmes, en particulier dans les espaces ruraux, détiennent les connaissances et les compétences qui leur permettent de valoriser les ressources agricoles. Cette valorisation des ressources par les femmes souligne la place de leur savoir-faire dans la valorisation des produits en tant que produit de terroir. Dans certains cas, la valorisation patrimoniale du produit de terroir participe aussi à la patrimonialisation de la matière première agricole dont il est issu. La répartition traditionnelle sexuée des tâches dans la famille dans les espaces ruraux éclaire la détention des savoir-faire par les femmes par la transmission matrilinéaire de ces derniers. Avec la modernisation des systèmes agricoles, notamment à travers leur valorisation économique, cette transmission se fait aussi entre les femmes en dehors de l'espace familial.

Les savoir-faire et leur transmission sont autant d'éléments qui permettent de mettre en lumière le rôle des femmes dans les processus de création mémorielle qui entourent les produits de terroir et participent à leur patrimonialisation. En effet, la mémoire individuelle et la mémoire collective jouent un rôle majeur dans la revendication identitaire des produits de terroir par les populations qui s'identifient à eux. La création mémorielle et l'enracinement identitaire des produits de terroir sont des vecteurs majeurs de leur ancrage territorial, affirmant leur statut de patrimoine agricole.

Ces patrimoines agricoles ont une place déterminante dans le champ touristique où ils sont utilisés comme moteur économique de nombreuses activités touristiques et plus largement comme outils de développement des territoires. Dans ce cadre, les femmes, en tant que main-d'œuvre dans les systèmes de production agricole et à travers leur maîtrise des savoir-faire, sont au cœur des stratégies de mise en tourisme des produits de terroir.

III. La place des femmes dans la mise en tourisme des patrimoines agricoles.

Les savoir-faire des femmes qui sont à l'origine de nombreux produits de terroir et leur précieux rôle dans leur transmission à travers les générations sont fortement liés à la mise en tourisme de ces patrimoines agricoles. Les études sur la place des femmes et les rapports de genre qui sous-tendent la mise en tourisme des patrimoines agricoles sont encore timides. Elles sont loin de rendre compte de la richesse et de la diversité des activités touristiques qui s'articulent autour des patrimoines agricoles de par le monde et dans lesquelles les femmes occupent des rôles stratégiques. Cette littérature se présente le plus souvent sous la forme d'études de cas spécifiques à un pays ou une région.

L'objectif de cette partie est d'éclairer la mise en tourisme des patrimoines agricoles à travers la découverte et l'expérience des savoir-faire des femmes. Ce phénomène questionne la place des femmes dans la valorisation identitaire, l'ancrage des produits de terroir sur les territoires dans la promotion d'un territoire. Enfin, la mise en destination des territoires à travers les produits de terroir interroge aussi les stratégies d'acteurs auxquels les femmes sont confrontées, leur place dans le développement touristique des territoires et les rapports de genre qui en découlent.

1. La mise en tourisme des femmes et de leur savoir-faire : entre ancrage et stratégie de développement touristique.

L'importance des études de genre dans le champ du tourisme n'est plus à démontrer (Gagnon, 1997 ; Louargant, 2003 ; Antomarchi et De La Barre, 2010 ; Guibert et al., 2023). De même, les produits de terroir constituent dans ce cadre des produits touristiques (Dujardin, 2008). Pourtant, peu d'études proposent d'aborder la mise en tourisme des patrimoines agricoles par l'entrée du genre. Plus largement, les études sur le genre, le tourisme et le monde agricole sont relativement restreintes si l'on prend en compte l'ampleur de l'implication des femmes dans ce domaine et les rapports de genre qui en découlent. C'est plutôt la découverte des produits de terroir dans les études sur le tourisme au sein des espaces ruraux qui occupe une place privilégiée dans la littérature. Certains auteurs s'intéressent à la place des produits de terroir et à leur découverte dans le voyage touristique à travers l'étude du tourisme gastronomique ou du tourisme culinaire (Hjalager & Richards, 2000 ; Santich, 2004 ; Csergo & Lemasson, 2008 ; Salvador-Perignon, 2012). D'autres s'intéressent aux effets du tourisme en relation avec les

produits de terroir sur le développement local des territoires (Delfosse, 2013 ; Tafani 2021). Dans la littérature francophone, les études explorent surtout les territoires marocains. Enfin, en sciences sociales, la littérature est très fournie sur les formes de tourisme qui s'articulent autour des produits de terroir et aux dynamiques territoriales qui s'y rattachent.

La mise en tourisme des produits de terroir à travers la fête.

Nous avons précédemment abordé le thème des fêtes agricoles par leur rôle dans la création mémorielle, la promotion identitaire et l'ancrage territorial montrant que les femmes en sont des actrices fondamentales. Il s'agit ici d'exposer la littérature qui permet de révéler leur rôle dans la mise en tourisme des produits de terroir et en particulier de la place qui est conféré aux femmes dans ces espaces de célébrations qui sont aussi des espaces touristiques.

Des auteurs comme Bérard et Marchenay (2004) ont montré à travers de nombreux exemples que les fêtes et foires agricoles sont des lieux touristiques. Les touristes se rendent en ces lieux pour découvrir et faire l'expérience des spécialités agricoles et éventuellement d'en rapporter dans leur valise (Etcheverria, 2016). Les auteurs donnent l'exemple de l'Escala, un village de pêcheur de Catalogne qui célèbre l'anchois annuellement à travers un festival depuis la valorisation de ce produit de la pêche par un label : « la Denominacio de qualitat » en 1989. Cet exemple de mise en tourisme à travers un festival expose un cas de revendication identitaire d'un produit à travers la mise en avant des savoir-faire comme typique. Le festival qui se réinvente chaque année, transforme les savoir-faire en expérience touristique. Cette manifestation représente l'occasion de développer de nombreuses activités autour de ce produit de terroir phare. Les usines d'anchois ainsi que les entreprises artisanales sont ouvertes aux touristes. Il est proposé aux touristes de découvrir les savoir-faire de valorisation des produits de la pêche. Cette année, cette fête a pris la forme d'une semaine gastronomique qui a impliqué tous les restaurants de la commune. Des concerts et autres prestations musicales sont aussi organisées associant le produit de terroir à l'univers folklorique de cette région de la Catalogne (Bérard et Marchenay, 2004). Cette mise en tourisme des savoir-faire participe à l'ancrage territorial du produit en défendant l'appartenance de l'anchois à ce territoire. Elle représente également un moyen de démarquer le territoire et de générer des retombées économiques.

Comme le souligne Lemasson (2006, p.3), « les spécialités gastronomiques sont progressivement reconnues et deviennent des référents identitaires des régions, des symboles forts d'appartenance communautaire, de légitimes marqueurs culturels ». La découverte des produits de terroir par la fréquentation touristique des festivals, foires et fêtes agricoles s'inscrit dans une forme de tourisme de terroir (Tafani, 2021). Aussi, consommer un produit est un moyen de s'incorporer dans la vie locale et de s'en imprégner (Delfosse, 1997). Le contexte de la fête permet au touriste, ici consommateur, une rencontre avec la culture locale (Bessière et al., 2016). La fête revêt un caractère « exotique » pour les touristes qui viennent la découvrir. Et, lorsque les touristes participent à la fête, ils découvrent non seulement le produit de terroir qui est à l'honneur mais aussi le folklore et la vie locale (Duflos-Priot, 1995).

La fête est également un lieu de mémoire. Pour les retraités par exemple, fréquenter ces lieux

est un moyen de refaire l'expérience des savoir-faire qui façonnent leur culture et plus généralement leur identité. Il s'agit d'une certaine manière de visiter le passé, des expériences de vies antérieures. Un passé souvent idéalisé mais qui participe à créer un retour des populations vers ces territoires à l'occasion de la fête. D'une certaine manière la fête rend les produits de terroir vivant permettant aux populations d'en faire l'expérience (Bétry, 2003).

Toutefois, ce qui est choisi d'être montré et célébré dans le contexte de la fête ne fait pas toujours l'unanimité au sein de la population. Ces fêtes s'inscrivent souvent dans des stratégies de valorisation territoriale politique plus large (Berriane et al.,2016). C'est un sujet qui est peu exploré par l'entrée du genre. C'est ce que souhaite analyser cette thèse à travers les rôles occupés par les femmes dans le cadre de ces fêtes à travers l'exemple du Festival des roses de Kelâat M'gouna. Les prestations des femmes qui sont données à voir lors de ces événements représentent une porte d'entrée pour étudier la place qu'elles occupent dans la mise en tourisme et la patrimonialisation de leur territoire et plus largement de son développement.

La mise en tourisme des savoir-faire de confection des produits de terroir et son apport sur l'autonomisation des femmes.

Les savoir-faire mis en œuvre pour la confection des produits de terroir dans les systèmes agraires font partie de l'expérience touristique dans les espaces ruraux. L'expérience touristique s'articule dans les milieux agricoles souvent dans les espaces liés à la production. Il y a dans ce cadre une rencontre entre les touristes et des représentants de l'organisation agricole (producteurs, coopératives, associations, musées…). Dans ce contexte, le touriste achète des produits de terroir mais il va aussi découvrir la culture agricole dont le produit est issu, le processus de fabrication, échanger avec les représentants du système de production agricole, obtenir du savoir et enfin profiter du paysage (Marcotte et al., 2006).

En tant que détentrices des savoir-faire, actrice de leur transmission et main d'œuvre principale dans les systèmes agricoles, les femmes sont très impliquées dans la mise en tourisme des produits de terroir. C'est ce que montre les recherches de (Arias-Hidalgo et Blangy, 2024) sur les activités touristiques portées par les femmes bribris, peuple autochtone au Costa Rica. Les bribris sont un peuple autochtone dont les liens de parenté sont établis par un système matrilinéaire du pays. Les femmes en tant que cheffes de famille ont instauré une solidarité des tâches domestiques. Dans ce cadre, le travail, dans ce système agricole de subsistance autour du cacao, est partagé réciproquement entre les membres de cette société sans rémunération financière (Arias-Hidalgo, 2023). En 1992, un groupe de femmes bribris ont créé une entreprise de tourisme rural communautaire nommée Stibrawpa. Ces femmes ont développé cette activité sur le territoire autochtone bribris de Talamanca qui est articulé sur la zone tampon du parc international de La Amistad situé à la frontière avec le Panama. Ce territoire est une réserve de biosphère de l'UNESCO (Arias-Hidalgo et Blangy, 2024).

La découverte de la valorisation de ce produit de terroir par les femmes ainsi que l'exploration de la filière agricole traditionnelle féminine dans laquelle il s'articule est le centre de l'expérience touristique proposée par les femmes bribris. Les femmes bribris exposent les

différentes étapes des procédés de transformation des graines de cacao en chocolat. Les femmes animent aussi des ateliers de dégustation de boissons qu'elles réalisent à base de cacao. Au cours de ces différentes activités les touristes peuvent apprendre à fabriquer leur propre chocolat ou leur propre boisson à base de cacao.

En plus d'offrir d'autres activités pour découvrir les autres aspects de la vie locale des bribris comme la vente d'artisanat ou encore les visites des fermes biologiques, Stibrawpa propose une formule d'hébergement sous la forme de séjour touristique. Cette entreprise touristique féminine est un exemple de la découverte des savoir-faire des femmes par la valorisation d'un produit de terroir, le cacao, un véritable produit touristique. Celui-ci permet aux femmes de se créer des revenus complémentaires à l'activité agricole, de valoriser la langue bribri et de participer à la sauvegarde environnementale du territoire bribri, participant en même temps à leur *empowerment* (Arias-Hidalgo et Blangy, 2024).

Dans la même lignée, le travail de Kouassou et Adou (2022), montre la place primordiale des femmes dans la mise en tourisme des produits de terroir. À Kossou, territoire rural du centre de la Côte d'Ivoire, un groupe de femmes ont créé une unité artisanale de transformation et valorisation du cacao, filière agricole phare du pays. Cette unité purement féminine participe à la mise en tourisme de la campagne de Kossou à travers la valorisation de ce produit de terroir. Elles fabriquent des tablettes de chocolat mais aussi du beurre de cacao. La création de cette unité artisanale de transformation du cacao qui avait vocation au départ de générer un revenu pour les femmes de ce milieu rural pauvre par sa commercialisation vers les villes a rapidement fait écho dans le secteur touristique. Face à cet intérêt, les femmes ont ouvert leur unité de distillation aux touristes. Elles proposent la visite des étapes artisanales de transformation des fèves en chocolat. De plus, les touristes ont la possibilité d'acheter directement le chocolat ou le beurre de cacao au sein de la structure. A Kossou, il s'agit de la patrimonialisation du cacao ivoirien par la découverte des savoir-faire des femmes dans la fabrication du chocolat.

Ces différentes études de cas, permettent de souligner l'importance du rôle des femmes et de leur savoir-faire dans la mise en tourisme du produit de terroir. Elles n'abordent pas les effets sur le statut des femmes, ni la valorisation de leur savoir-faire, ni leur implication dans le développement et non sur les relations de genre. Enfin, les effets du tourisme sur leur autonomisation est principalement abordée par l'entreprenariat et les retombées financières or la question de l'*empowerment* concernant les femmes est bien plus large. C'est ce que souhaite montrer cette thèse.

Au Maroc, la filière de l'argan a nourri la littérature concernant l'implication des femmes et de leur savoir-faire dans la mise en tourisme de ce produit de terroir. Il n'est pas démontré que les touristes voyagent à destination des territoires de l'arganier pour découvrir les produits de terroir mais il y a bien une fréquentation touristique de la filière de production de l'huile d'argan, et en particulier dans les coopératives féminines. En effet, de nombreux circuits organisés dans le sud marocain font une halte dans ces structures (Michon, 2016). L'engouement autour de l'achat de l'huile d'argan au Maroc est tellement important que de

nombreuses structures de transformation et de commercialisation d'huile d'argan se développent loin du territoire de l'arganier (Romagny,2009).

De nombreuses coopératives féminines productrices d'huile d'argan ouvrent leur porte aux touristes pour faire découvrir les procédés de fabrication de l'argan et commercialiser leurs produits. Ces coopératives féminines produisent deux catégories d'huile d'argan : l'huile destinée à un usage alimentaire qui est extraite à partir d'amandons torréfiés et l'huile cosmétique qui est issue des amandons crus. Certaines proposent aussi l'*amlou* qui est une pâte à tartiner fabriquée à partir d'huile d'argan, de miel et d'amandes concassées (Simenel et al., 2009). Les touristes peuvent donc découvrir la chaîne de production de ces trois différents produits, participer à des dégustations et effectuer des achats. Ce n'est donc pas seulement le produit qui intéresse mais bien les savoir-faire que les femmes mettent en œuvre pour la fabriquer. Ces visites touristiques sont devenues un fonds de commerce pour un certain nombre de coopératives, notamment celles qui sont situées le long des axes de communications touristiquement empruntés. Ces axes sont tellement fréquentés qu'elles prennent la forme de musée vivant (Romagny, 2009).

Les femmes et leur savoir-faire dans la production de l'huile d'argan sont progressivement devenus une attraction touristique. Dans certains villages de l'arganeraie, des coopératives mettent en scène une production qu'elles présentent comme artisanale à travers une série d'artifice destinés à ériger un véritable « storytelling ». Certaines coopératives affichent en ce sens de nombreuses photos de femmes en train de ramasser des fruits de l'argan sur le sol qui sont loin de la réalité (Simenel et al.,2009). Des femmes habillées en costumes traditionnels doivent répéter des gestes de fabrication artisanales. Elles sont présentées en train de concasser les noix ou de les moudre au moulin traditionnel à bras. Cette présentation suscite l'idée d'une production artisanale manuelle alors que l'huile qui est commercialisée aux touristes est issu d'une production mécanisée (Michon, 2016 ; Simenel et al., 2017).

C'est l'image de la femme et de ses savoir-faire traditionnels qui sont valorisée dans le cadre d'une stratégie marketing dans le champ du tourisme autour des produits de terroir de l'arganier. Cette mise en avant des femmes détourne la réalité et participe à l'effacement du rôle des hommes dans la filière de l'arganier. Les femmes font la cueillette dans l'espace des exploitations arboricoles et interviennent dans la fabrication de l'huile d'argan. Les hommes ont aussi un rôle primordial dans la valorisation des cultures de l'arganier à travers le pastoralisme, l'agriculture et l'arboriculture (Simenel et al., 2009 ; Simenel et al., 2017). Cette consommation du savoir-faire des femmes dans l'expérience touristique interroge leur folklorisation puisque dans certaines coopératives les touristes peuvent payer pour être habillé comme les productrices et être pris en photo en train de tourner le moulin à huile (Michon, 2016).

La mise en tourisme des produits de terroir à travers les femmes et leurs savoir-faire est aussi pratiquée dans d'autres territoires. À Taliouine, par exemple, un circuit nommé « pays du safran » qui associe les auberges touristiques a été mis en place et est géré par une association marocaine qui promeut des voyages solidaires. Dans l'idée de solidarité des activités autour du

safran, les auberges travaillent avec les coopératives féminines pour y amener les touristes. Et de cette manière, cette initiative favorise la commercialisation du safran et de ses produits dérivés ainsi d'autres produits tels que des plantes aromatiques et médicinales, des amandes ou encore des tapis traditionnels dont le savoir-faire est célèbre dans la région (Landel et al., 2014).

À Aït Bouguemez, dans le Haut Atlas, une dizaine d'associations et coopératives féminines (ACF) ont développé leur activité sur la fréquentation touristique de la région. Les femmes par le biais de ces ACF, valorisent leur savoir-faire domestique sur le marché touristique. Les produits de terroir y occupent une place privilégiée à travers la fabrication et la vente de produits issus des cultures arboricoles, fruiticoles, apicoles et de l'élevage caprin. À partir des fruits de la vallée, les femmes fabriquent des compotes et des confitures. Elles fabriquent aussi du fromage à raclette et du yaourt artisanal. Les touristes qui viennent dans la vallée peuvent alors découvrir les circuits de fabrication et repartir avec les produits du terroir de la vallée d'Aït Bouguemez. Les femmes proposent aussi de nombreux produits artisanaux comme des tapis qui sont issus du tissage du cheptel local. A l'exception de certaine fabrication, comme le fromage à raclette, formulés par les touristes occidentaux, toutes ces activités qui trouvent une réponse commerciale auprès des touristes, sont issues des savoir-faire des femmes initialement mobilisés au sein de l'espace domestique.

La valorisation touristique de ce savoir-faire leur a permis d'accéder à l'alphabétisation et la scolarisation qui fait défaut chez les femmes de la région. Malgré les rapports entre les femmes et les hommes étant largement asymétriques dans la région et les ACF concernant une petite partie des femmes, cette activité a permis une première percée pour renverser le statut des femmes dans la vallée. A l'origine les femmes qui intervenaient dans l'activité touristique dans la région le faisaient dans les coulisses à travers l'accomplissement de tâches ménagères ou de cuisine pour lesquelles elles étaient faiblement rémunérées. Les ACF leur permet d'être leur propre patron, de travailler directement avec les touristes et de partager les bénéfices de leur activité. En faisant cela, elles participent au développement touristique de la vallée en tant qu'actrice à part entière.

<u>Détournement de l'image des femmes pour valoriser les produits de terroir.</u>

Face à l'intérêt touristique autour des savoir-faire des femmes, et aux potentialités de revenus que cette activité suggère, il y a une véritable offre qui se constitue dans les structures de commercialisation de produits de terroir. Cette offre s'articule sur une stratégie marketing et commerciale qui témoigne d'un détournement de l'image des femmes. Cette stratégie consiste à mettre en scène le travail des femmes directement sur le produit et en l'identifiant à un lieu d'origine. Ce lien fabriqué entre les savoir-faire des femmes et le territoire dans les imaginaires collectifs contribue à conférer aux produits de terroir une dimension de pureté. La fabrication des produits par les femmes est associée à des pratiques traditionnelles, à des "recettes maison" dont les femmes détiendraient les secrets (Anthopoulou, 2008). Cette stratégie marketing participe plus généralement à construire une image idéalisée des campagnes (Ilbery et Kneafsey, 2000).

Cette association faite entre les femmes, leur savoir-faire de fabrication et l'aspect naturel des produits de terroir est liée aux représentations qui sont associées aux femmes au sein de ces campagnes idéalisées. Dans cet imaginaire, les femmes s'occupent de prendre soin de leur famille et maîtrisent en ce sens les savoir-faire alimentaire et culinaire traditionnels (Anthopoulou, 2008). Selon Little et Austin (1996), la place des femmes dans les sociétés rurales au sein des imaginaires collectifs est conventionnelle. Elle est le centre de la famille et de la communauté et c'est justement ce qui confère aux produits de terroir une dimension authentique. Un certain nombre d'auteurs se sont intéressés à la quête d'authenticité qui se traduit dans la consommation des produits de terroir dans les voyages touristiques (Myttenaere, 2012 ; Michon, 2016 ; Furt et Tafani, 2017 ; Salvador, 2018 ; Detotto et al., 2018). D'autres auteurs abordent plus généralement la place de la recherche de l'authenticité dans la motivation du voyage et dans l'expérience touristique (Bessière,1998 ; Cousin, 2011 ; Cravatte, 2013 ; Ghorbal et Temessek–Behi, 2022) ou encore sur les effets de cette forme d'authenticité sur le sentiment d'accomplissement et de réussite du voyage des touristes (Hall & Mitchell, 2005) ; (Kivela & Crotts, 2006).

Ces différentes études montrent l'importance de la mise en tourisme des savoir-faire des femmes. Cependant elles s'intéressent peu au fait que ces visites des structures de transformations sont animées par des femmes leur conférant un statut d'animatrice touristique. Et ce statut interroge le rôle des femmes dans la patrimonialisation des produits dans l'évolution du statut des femmes et les rapports de genre qui en découlent. De plus, les études se concentrent essentiellement sur le cadre des coopératives alors que la transformation a aussi lieu dans d'autres types de structures. L'activité touristique autour des produits de terroir ne se limite pas à la découverte de l'étape de la transformation. Elle s'articule aussi autour de la filière agricole dans son ensemble. En ce sens, il n'y a pas d'études à notre connaissance qui s'intéresse à l'activité touristique qui se développent au sein des exploitations agricoles autour des savoir-faire des femmes. C'est dans ces différents angles morts que notre thèse souhaite intervenir.

Au Maroc, la plupart des emballages des produits de terroir qui sont commercialisés par les coopératives auprès de la clientèle touristique font référence au « *beldi* », c'est-à-dire à ce qui provient du village, ce qui fait référence dans l'imaginaire collectif au terroir et aux traditions (Simenel et al., 2017). De plus, les produits sont aussi conditionnés dans des emballages qui affichent des dénominations qui mobilisent le terroir sans que le produit en soit réellement issu. C'est par exemple le cas avec l'eau de rose qui est commercialisée dans la région de Kelâat M'gouna où des produits affichent « L'eau de rose de Kelâat M'Gouna » ou « La Vallée des Roses » alors que la liste des ingrédients sur l'étiquette n'indique pas l'utilisation de rose. Il devient alors difficile pour les touristes qui font halte dans la région de remarquer ces détournements des produits (Michon et al., 2020).

Cette mention du village ou du terroir sur les produits vient renforcer la dimension d'authenticité déjà conférée par la présence des femmes. Pourtant, les femmes ne conservent pas nécessairement tous les procédés traditionnels et artisanaux de fabrication (Simenel et al.,

2017). Une grande partie des filières de production sont modernisées pour répondre aux exigences sanitaires et de sécurité des marchés internationaux.

La modernisation des savoir-faire des femmes et la diffusion des produits de terroir « bio ».

C'est aussi ce que montre le travail de Boulay (2011) concernant la modernisation de la chaîne de fabrication des produits de la pêche et ses effets sur les savoir-faire des femmes Imraguen. Dans le cadre d'un projet de valorisation des produits de terroir issu de la pêche de la communauté Imraguen, l'Union mondiale pour la Nature (UICN) et la Fondation internationale du Banc d'Arguin (FIBA) sont intervenus auprès des transformatrices. L'objectif était de proposer une nouvelle chaîne de fabrication afin d'aider les femmes à valoriser leur savoir-faire et d'en augmenter les débouchés commerciaux. Selon ces organismes, les bénéfices de cette démarche seraient triples car en plus de valoriser et sauvegarder les savoir-faire des femmes, elle permettrait de générer des revenus pour les femmes et participerait à protéger les ressources halieutiques de la communauté.

Ces deux organismes internationaux ont donc repensé totalement la chaîne de fabrication en construisant de nouveaux locaux et en les équipant de tables de travail et d'outils de travail modernes. Les interventions des femmes dans la chaîne de valeur ont également été repensées pour répondre aux exigences et qualités des consommateurs occidentaux. Les femmes ont dans ce cadre reçu des formations pour apprendre des gestes de tranchage du poisson standardisés qui répondent à ces normes. Elles sont aussi équipées de blouses, de gants, utilisent de l'eau de javel pour nettoyer les ustensiles. Le conditionnement aussi a été repensé pour être effectué par des machines qui mettent les produits sous vide. Tous ces changements, ont permis de répondre aux exigences des clients occidentaux, et en particulier des expatriés qui résident à Nouakchott, se fournissant auprès de ces structures féminines. Le succès touristique et commercial de ces produits a permis une valorisation des savoir-faire pour les femmes. Cependant, le nouveau revenu généré relativement limité (Boulay, 2011) a été au détriment de la sauvegarde des savoir-faire traditionnels.

Cette dynamique de normalisation et de standardisation des procédés de fabrication des produits de terroir pour répondre aux normes occidentales se généralisent dans le cadre de leur exportation. Ce phénomène est renforcé par la diffusion de la consommation biologique qui s'impose aux structures de fabrication. Pour exporter leurs produits sur les marchés occidentaux, les structures doivent répondre à un cahier des charges qui est respectivement imposé par les différents labels biologiques qui dominent sur ce marché.

C'est ce que montre l'étude de Haynes (2006) sur la fabrication de coton biologique en Inde, en Afrique de l'Ouest et au Machrek pour faire face à la crise de ce secteur. La fabrication du coton biologique s'inscrit dans la recherche de nouveaux débouchés économiques et répond à des nouveaux modes de consommation européens qui se veulent plus durables. La mise aux normes biologiques des productions de coton représente un coût d'investissement colossal pour les producteurs qui n'ont aucune garantie de réussir à écouler leur production. De plus, les producteurs n'ont pas non plus de garantie de vendre leur coton biologique à un prix de vente

qui couvrirait cet investissement et leur apporterait plus de revenu que la vente de coton conventionnel. En réalité, les produits en coton bio ne coûtent pas forcément plus cher au consommateur. Le producteur de coton bio bénéficie d'un rapport marchand similaire à celui du coton conventionnel (Haynes, 2006).

Dans la même idée, l'étude de Gardelle et Ruhlman (2009) montre que l'acquisition de labels biologiques permettrait aux produits de terroir Mongols issu du pastoralisme d'être valorisés à l'export. Les auteurs soulignent le lien qui est tissé entre l'obtention d'un label biologique et la valorisation des aspects culturel et local des produits sur le marché international. Cette nécessité du label biologique pour exporter et valoriser les produits de terroir étonne les producteurs pour qui les produits laitiers et carnés sont naturellement authentiques puisqu'ils sont issus de savoir-faire de fabrication qu'ils se transmettent de génération en génération. De plus, le respect des normes biologiques internationales impose un traitement biochimique des produits laitiers et carnés afin qu'ils puissent supporter le transport. Un traitement qui questionne alors la modification des savoir-faire de fabrication qui font la typicité de ces produits.

De nombreuses structures de commercialisation de produits de terroir tentent de surfer sur cette mode de la consommation biologique nationale et internationale en vertu de leur développement commercial. Elles affichent la dénomination « bio » au sein de leur nom commercial, sur l'enseigne de leur boutique, dans les panneaux publicitaires le long des routes pour les touristes. La dénomination bio est également largement utilisée sur des produits qui ne profitent d'aucune labellisation pour répondre à l'intérêt du bio que témoignent les touristes occidentaux (Michon et al., 2020).

Les études sur la labellisation des produits de terroir sont nombreuses au Maroc mais à notre connaissance aucune ne s'intéresse aux effets des labellisations biologiques sur la commercialisation et la mise en tourisme des produits de terroir. Lorsqu'elles existent, elles se placent surtout du point de vue du consommateur mais ne traite pas de leur consommation dans le cadre touristique (Jazi, 2014 ; Maghnaoui, Touhami ; 2024). De la même façon, il n'y a pas d'étude à notre connaissance qui porte sur l'accès aux labellisations biologiques par les structures féminines, sur le rôle de ces labels dans la patrimonialisation des produits de terroir et enfin, l'impact sur ces structures dans les rapports de domination imposés par les règles du marché occidentale. C'est ici que souhaite intervenir notre thèse. Nous souhaitons démontrer également, que le modèle de gouvernance occidental qui s'impose aux structures féminines vient intensifier les rapports de domination et inégalités de genre (Chapitre 4).

L'influence occidentale sur les pratiques agricoles traditionnelles tend à modifier les savoir-faire détenus par les femmes, participant aussi à valoriser les imaginaires occidentaux autour des femmes et plus largement de la vie locale rurale dans les expériences touristiques. La promotion de ces expériences touristiques participe à une artificialisation des patrimoines agricoles dans lequel les femmes occupent une place importante.

2. Réappropriation et artificialisation du patrimoine dans la construction des expériences touristiques dites locales.

La découverte des produits de terroir et des savoir-faire des femmes qui s'y rattachent par les touristes s'inscrit dans la construction d'une offre touristique qui met en avant l'expérience de la vie locale. L'objectif est de faire découvrir aux touristes les modes de vie, les pratiques traditionnelles et culturelles, l'architecture et plus largement le territoire duquel dépendent les produits de terroir. Il ne s'agit donc pas seulement de découvrir la filière de fabrication des produits de terroir mais aussi de faire l'expérience de la vie locale le temps d'un séjour ou d'une activité.

La place de l'authenticité dans l'expérience touristique de la vie locale.

La mise en tourisme de la vie locale s'exprime lorsqu'une « région et ses habitants deviennent un but et un décor de vacances, un objet désiré et partiellement consommé par des visiteurs extérieurs, préparés, modelés, mise en scène à leur destination […] avec toutes les conséquences environnementales mais aussi culturelles qui peuvent en découler » (Cazes, 1989, p. 103 cité par Chédimé, 2011).

Dans la littérature, la mise en tourisme de la vie locale est riche lorsqu'elle est abordée à travers la notion d'authenticité. De nombreux auteurs s'intéressent aux attentes des touristes en matière d'expérience de la vie locale et à la réponse qui est formulée par la population locale (MacCannell, 1976 ; Doquet, 2003 ; Battesti, 2009). Les sociétés qui sont visitées répondent en s'appropriant l'image qui leur est assigné et proposent une mise en spectacle de leurs coutumes et traditions dans un intérêt économique. C'est ce que montre Chétima (2011) à travers la mise en tourisme de la chefferie Oudjila au Cameroun. Face à l'intérêt de ce qui paraît ancestral exprimé par les touristes, les populations locales instrumentalisent ces attentes et mettent en scène leur us et leurs coutumes afin de générer des revenus. Le village de la chefferie Oudjila est présenté aux touristes comme un territoire préservé. Il est feint aux touristes d'accéder à la vie locale de la chefferie pour découvrir les modes de vie et les rituels ancestraux. Les maîtres de pluie Ouldémé, simule un rituel qui traduit une manipulation des pierres rituelles exagérée pour convenir aux touristes. Puis, en l'absence des touristes, le rituel est effectué selon les rites culturels et traditionnels.

La quête d'une authenticité qui correspond à des imaginaires occidentalisés du local par les touristes a aussi été abordée par la question du genre. C'est ce que montre la mobilisation des travaux de Gauguin dans la promotion touristique de la destination par les brochures touristiques de même que les souvenirs commercialisés aux touristes, tels que les tasses ou les paréos qui affichent les images des femmes polynésiennes peintes par l'artiste (Staszak, 2006). Les spectacles de danse des jeunes vahinés proposés au sein des hôtels s'inscrivent dans les attentes du voyage des touristes, en particulier masculin. Ces attentes s'expriment par la présence du public masculin et le succès que ces danses génèrent auprès de ce public grâce aux costumes qui couvrent peu le corps et aux postures suggestives des jeunes tahitiennes qui exécutent ces danses (Staszak, 2008). Ainsi, dans le cadre de l'expérience touristique,

l'authenticité serait garantie par le fait de faire l'expérience de la vie ou d'éléments de la vie de la population autochtone. La valorisation d'éléments facilement identifiables et définis comme représentants culturels. Les modes d'habillement traditionnels par exemple doivent être obligatoirement conservés et montrés car ils sont gageure d'une expérience touristique authentique réussie (Équipe MIT, 2002). Les touristes seraient donc satisfaits de leur expérience s'ils vivent de véritables expériences locales et non des expériences qui seraient partiellement ou totalement fabriquées pour eux. Pourtant l'authenticité attendue dans le cadre de l'expérience de la vahiné dépend d'un imaginaire touristique occidentalisé.

Condevaux (2010) montre aussi que la moindre trace d'évolution est jugée comme inauthentique et provoque un rejet culturel virulent de la part des touristes. Dans ce cadre, donner l'accès aux touristes à la culture locale n'est pas nécessairement accueilli comme une expérience authentique par les touristes, l'expérience qu'ils attendent étant conditionnée par leurs imaginaires occidentalisés des anciennes colonies. C'est ce que l'auteure montre à travers le malaise ressenti par la découverte du Fakapale à Tonga par les touristes occidentaux. À l'occasion de ces représentations, il est de coutume que le public récompense la beauté esthétique de la danse et la valorise par un don, le *fakapale*, adressé aux femmes pendant qu'elles dansent. Ces dons, nommés *pale* étaient, avant la colonisation, constitués d'objets locaux tels que les colliers de fleurs, aujourd'hui il s'agit de billets de banque. Les membres du public se lèvent, les uns après les autres pour mettre sur le corps de la danseuse des billets. Si le *pale* a changé, la chorégraphie, les vêtements portés et la signification du *fakapale,* eux demeurent. Pourtant, cette pratique choque et déplaît aux touristes qui la rejettent, associant à ce don de billet de banque une connotation sexuelle en accord avec les pratiques dansantes tel le striptease qu'ils connaissent dans leur territoire d'origine (Condevaux 2010).

<u>L'expérience de la vie locale dans les espaces ruraux.</u>

Dans le secteur agricole, cette découverte de la vie locale est le plus souvent abordée à travers le tourisme agricole, le tourisme à la ferme, l'agrotourisme ou l'agritourisme. L'expérience s'articule autour de la découverte des exploitations agricole, et plus généralement autour de la vie des producteurs en milieu rural (Béteille, 1996 ; Disez, 1999 ; Marcotte et al., 2006 ; Furt et Tafani, 2011 ; Furt et Tafani, 2017 ; Durrande-Moreau et al., 2017). D'autres auteurs comme Bessière et Annes (2018) s'intéressent plus spécifiquement à la rencontre entre la société civile urbaine et les populations agricoles dans le contexte touristique à travers l'exemple des marchés fermiers et l'accueil des touristes sur les exploitations agricoles. Ces rencontres sont le cadre de confrontations des imaginaires sur l'agriculture et les agriculteurs avec la réalité de ces derniers. L'accueil des touristes au sein des exploitations agricoles permettrait de montrer que l'agriculture peut être envisagée autrement que dans la vision négative d'une agriculture agro-industrielle productiviste et polluante, et de déclencher une conscience alimentaire chez les visiteurs. Les échanges au sein des marchés fermiers entre les agriculteurs et les visiteurs permettraient d'aider les visiteurs à repenser leur mode de consommation pour tendre vers des pratiques locales plus saine et respectueuse des producteurs. Bien que les femmes fassent partie de la vie locale agraire et des systèmes de production agricole qui sont mis en tourisme, à notre

connaissance, il n'y a pas d'étude qui aborde la place de celles-ci dans la création de ces expériences touristiques.

De nombreux auteurs ont montré le développement d'un tourisme rural dans les arrière-pays marocains dans lequel une place importante est accordée à la découverte de la vie locale. D'abord marginalisée par les pouvoirs publics et la fréquentation touristique qui s'articulent surtout autour des grandes villes et des stations balnéaires, les espaces ruraux ont progressivement fait l'objet d'une fréquentation touristique exponentielle. Cet engouement touristique à participer à enrichir l'offre touristique dans les espaces ruraux faisant émerger de véritables destinations d'arrière-pays (Berriane, 2014 ; Berriane et Moizo 2016). Dans ce contexte, la découverte de la vie locale passe notamment par celle des spécificités agricoles caractérisées par les produits de terroir comme nous l'avons vu précédemment mais aussi par l'artisanat (Ouazzani et al., 2015 ; Hmioui et Haoudi, 2016). L'architecture y occupe aussi une place importante (Popp et El Faskaoui, 2018 ; Naji 2018 ; Troin, 2018) ainsi que la culture et du folklore (Peyron, 1997 ; Aafir et Akdim, 2008 ; Goeury, 2011).

L'expérience de la vie quotidienne des marocains est également au centre de la découverte de la vie locale dans le champ du tourisme au Maroc. C'est ce que montre Zahra Guertaoui (2019) à travers l'exemple de l'association « le Maroc chez l'habitant » qui organisent des séjours chez les familles marocaines. L'objectif de cette association est de proposer des séjours qui privilégie la découverte des hébergements traditionnels et des modes de vie dans les espaces ruraux notamment. Les touristes peuvent alors le temps d'un séjour vivre comme les locaux et participer aux activités de la vie quotidienne à travers la pratique d'activités agricoles, de la cuisine, de la dégustation de spécialités etc. Cette pratique touristique est valorisée comme étant un moyen pour les touristes d'avoir accès aux modes de vie traditionnels en échange de contribuer à la création de revenus complémentaire pour les familles hôtes.

Artificialisation et appropriation de la vie locale dans la construction de l'expérience touristique.

Les hébergements touristiques sont aussi des portes d'entrée privilégiées pour la découverte de la vie locale, qu'ils soient érigés par des entrepreneurs locaux (Daghri et El Omari, 2015) ou par des étrangers (Oussoulous, 2017 ; 2019). Certains auteurs, ont montré que l'arrivée des résidents, investisseurs ou entrepreneurs étrangers dans les espaces ruraux s'est traduite par la construction de modèle d'hébergement touristique articulés autour de l'architecture en terre. La fascination pour ces habitats par les étrangers à donner naissance à de nombreux hébergements touristiques de ce type à travers le Maroc. Les acteurs locaux ou nationaux qui ont suivi cette tendance ont participé à renforcer le phénomène (Berriane et al., 2015). L'architecture en terre est propre aux oasis du sud du Maroc, pourtant, la passion des étrangers pour ce type d'habitat a participé à déterritorialiser cette architecture de son territoire d'origine (Berriane et Nakhli, 2011 cité par Berriane et al., 2015).

Il y a une artificialisation des modes de vie locaux dans l'expérience touristique proposée par les hébergements touristiques dans l'exemple de la Kasbah comme un type de construction

architectural spécifique très plébiscité. La présence de ce type d'habitat hors de son territoire participe à un phénomène de désancrage (Berriane et Nakhli, 2011 cité par Berriane et al., 2015) et est loin d'être conforme aux modes de vie des locaux. Ces hébergements touristiques sont aussi façonnés par les goûts personnels des propriétaires (Berriane et al., 2016) participant à détourner l'architecture et à proposer une expérience faussement locale des modes vies.

La littérature n'évoque pas le lien qui est tissé entre l'architecture et le terroir revendiqué par les propriétaires des hébergements touristiques dans les espaces ruraux. Le terroir et les produits de terroir qui font la renommée d'un territoire est un chemin d'appropriation patrimoniale très empruntée par les hébergements touristiques pour se définir en tant que destination d'authenticité et pour défendre la typicité de l'expérience. Dans ce cadre, l'artificialisation des modes de vie des populations se concrétise à travers la mise en place d'activités présentées comme typiquement locales. Cette artificialisation s'exprime aussi par la construction d'un storytelling au sein des hébergements qui est destinée à légitimer l'aspect local du séjour proposé aux touristes. C'est ce que souhaite montrer cette thèse à travers la valorisation de l'architecture des Kasbah comme patrimoine typique du territoire de la rose par les propriétaires des hébergements touristiques.

La littérature fait également l'impasse sur l'emploi des activités agricoles et traditionnelles féminines, sur l'utilisation de l'image des femmes par les propriétaires des hébergements touristiques dans la construction de ce patrimoine artificiel et de sa mise en tourisme. Pourtant, malgré le rôle des femmes dans les systèmes agraires, leur prépondérance dans les systèmes de production agricole, dans la fabrication des produits de terroir, dans le folklore et enfin dans l'imaginaire collectif autour de la tradition et des campagnes, elles occupent une place majeure dans ces expériences touristiques. De nombreuses structures touristiques proposent des expériences qui sont articulés autour d'une activité réalisée ou animée par des femmes issue de la population locale. C'est ce que cette thèse souhaite montrer à travers les différentes activités proposées aux touristes pour découvrir l'agriculture de la rose et sa valorisation dans les traditions et les modes de vie locaux par les femmes de la région de la rose.

Les femmes et les savoir-faire qu'elles détiennent en matière de confection et de valorisation des produits de terroir occupent une place importante dans la mise en tourisme au sein des espaces ruraux. La littérature, encore timide concernant l'approche par le genre, évoque le sujet à travers la folklorisation des savoir-faire des femmes, notamment dans le cadre des coopératives. Cette faible documentation sur l'implication, l'intégration des femmes et de leur savoir-faire dans la mise en tourisme ne permet pas de rendre compte des différents rôles qu'elles occupent dans la mise en tourisme des produits de terroir, tant dans l'espace de la filière de production que dans l'aspect culturelle et folklorique auxquels les produits de terroir se rattachent. De surcroît, les effets sur les rapports de genre de cette implication des femmes dans la mise en tourisme des produits de terroir sont totalement ignorés dans la littérature.

Tant les savoir-faire que la vie quotidienne sont en proie à une altération au contact de l'occidentalisation porté par la mise en tourisme des produits de terroir et de leur territoire. Les savoir-faire traditionnels sont menacés par la modernisation et la labellisation du bio

notamment, et la vie quotidienne est manipulée dans la fabrication des expériences touristiques. Pourtant, avec le développement grandissant des labels bio et leur succès sur le marché, ces labels s'imposent comme une nécessité à toutes les structures de produits de terroir. Du côté de l'expérience touristique, l'occidentalisation se matérialise par le développement des hébergements touristiques portés par les propriétaires étrangers autour de patrimoine réinventé comme la Kasbah. Une tendance qui est suivi localement par les porteurs de projet marocain. Le sujet des investisseurs/entrepreneurs/résidents étrangers est abordé dans la littérature, de même que la déterritorialisation architecturale et patrimoniale par extension. Toutefois, le lien qui est tissé entre les propriétaires des hébergements touristiques en Kasbah, le produit de terroir et la vie quotidienne locale est un sujet qui n'est pas encore traité. Enfin, l'artificialisation de l'architecture et des modes de vie est au cœur de la création d'une expérience touristique qui participe à la patrimonialisation des produits de terroir.

Conclusion du chapitre 1

L'étude de la place des femmes dans les systèmes agraires et les systèmes de production agricole a permis de montrer l'intensité de l'implication des femmes ainsi que la multidimensionnalité du travail agricole des femmes, dont les mobilisations sont au cœur des processus de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits de terroir. Les mécanismes d'invisibilisation et de discrimination du travail agricole des femmes au profit de celui des hommes, ainsi que les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre qui s'y rattachent, justifient l'intérêt d'une approche par le genre pour étudier la patrimonialisation et la mise en tourisme des produits de terroir.

L'invisibilisation du travail des femmes est fortement corrélée à la vision patriarcale et capitaliste du développement, qui est intrinsèquement liée à la séparation stricte des sphères productives et reproductives et à leur répartition genrée. Les récentes évolutions politiques internationales en faveur de l'inclusion féminine dans le développement ont contribué à amorcer un changement de cette perception. Cela s'est traduit notamment par la création de structures censées valoriser l'implication des femmes dans le développement agricole et déclencher leur autonomisation. Ces structures représentent des points de rassemblement où les femmes peuvent mettre à profit leurs savoir-faire agricoles pour générer des revenus complémentaires pour elles et leur famille, participant en même temps au développement des territoires ruraux. Au Maroc, la coopérative représente le modèle le plus répandu. Toutefois, ces structures concernent essentiellement la transformation et la commercialisation des produits de terroir. Les exploitations agricoles restent les récepteurs de modèles productivistes capitalistes occidentaux dans lesquels les femmes représentent une main-d'œuvre bon marché. Plus généralement, le modèle capitaliste et industrialisé des filières agricoles puise aussi ses origines dans un héritage colonial. Le Maroc représentait, au temps du protectorat français, un grenier de matières premières à bas coût qui alimentait copieusement le développement industriel français. Ces dynamiques de circulation de modèles de développement, qu'ils viennent d'un passé colonial révolu ou de dynamiques contemporaines, justifient l'intérêt d'une lecture par le genre des modèles de production et de valorisation des produits de terroir. Face à

l'intérêt grandissant pour les produits de terroir, ces filières agricoles se retrouvent intégrées dans le développement touristique des territoires, participant à la patrimonialisation de ces produits et à leur ancrage territorial.

Le cadre théorique, bien qu'il se caractérise par des études de cas éparses, montre que les savoir-faire agricoles pour la confection de nombreux produits de terroir à travers le monde sont largement détenus par les femmes. La maîtrise et la transmission de ces savoir-faire par les femmes en font des actrices principales de la patrimonialisation de ces produits de terroir. Le Maroc est un territoire privilégié pour cette représentation féminine dans la valorisation des produits de terroir, tant leur intervention est nombreuse à travers les différents terroirs du pays.

Les savoir-faire des femmes, identifiés dans la mémoire collective des populations, font l'objet de revendications identitaires qui participent à insérer les produits de terroir dans un processus d'enracinement identitaire. Les savoir-faire des femmes et leur transmission sont ainsi au centre des processus de création mémorielle qui entourent les produits de terroir et participent à leur ancrage territorial. La mise en tourisme des savoir-faire des femmes et leur insertion dans la construction d'une expérience touristique typique renforce l'ancrage territorial et la patrimonialisation des produits de terroir. L'instrumentalisation de ces savoir-faire, notamment à travers leur réappropriation et leur artificialisation dans le champ du tourisme, affirme l'intérêt de l'approche genre de cette recherche. L'implication des femmes dans les différents processus de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits de terroir interroge les effets sur la place des femmes, en particulier sur leur autonomisation et l'évolution des rapports de genre.

Chapitre 2. Construction de mon terrain de recherche.

Le terrain précédemment présenté découle de la méthodologie de recherche qui est à l'origine de sa construction. Le déploiement des enquêtes a permis une découverte du territoire de la rose, de ses acteurs et de leurs interactions. La méthodologie s'articule sur une démarche qualitative (Paillé, Muchielli ; 2012) et sur l'interdisciplinarité en sciences sociales (Laflamme, 2011). Le champ de la géographie est associé à celui des études de genre appliquées au contexte agricole et à celui de l'histoire à travers l'appel aux archives. En ce sens, la méthodologie de recherche s'articule autour d'une pluralité d'outils d'enquêtes qualitatives mêlant observations, visites, entretiens et cartographies.

Cette recherche a nécessité des choix méthodologiques afin d'éclairer d'une part les effets de la mise en tourisme et de la patrimonialisation de la rose à parfum sur la place des femmes dans la filière et le territoire de la rose, et d'autre part sur les rapports de genre avec les hommes. Il s'agit dans ce chapitre de présenter la construction chronologique et réflexive de ces choix méthodologiques et de celui du terrain ainsi que mon rapport à l'information collectée. La méthodologie choisie ainsi exposée permet de minimiser les biais dans l'optique de prendre du recul avec les résultats de la recherche proposée dans cette étude. C'est la combinaison de ces choix qui m'a permis de construire des enquêtes adaptées à mes hypothèses.

La première partie de ce chapitre expose le lien étroit entre la construction de la méthodologie d'enquête et celle du terrain de recherche, ainsi que les freins qu'il a fallu contourner pour déployer cette méthode. Cette partie aborde aussi le contexte géographique dans lequel s'inscrit le terrain d'étude (1). La seconde partie de ce chapitre est consacrée à la présentation et à la justification du choix des outils de l'enquête pour répondre aux différentes hypothèses de recherche (2). Enfin, la troisième partie parcourt les biais de cette recherche qui ont été réduits au minimum tout en montrant comment elle s'articule à ma propre identité de chercheuse et à mon expérience vécue du terrain (3).

I. Itinéraire de la construction du terrain de recherche.

1. Le terrain : un choix personnel.

La construction du terrain de recherche est étroitement liée à mon intérêt pour la place des femmes dans la valorisation patrimoniale et touristique des produits de terroir. Je me suis d'abord intéressée aux dynamiques patrimoniales et touristiques induites, dans les espaces ruraux à travers le monde, par la reconnaissance et la valorisation des produits de terroir. L'idée d'utiliser le patrimoine et le tourisme pour valoriser les spécificités agricoles à des fins de développement des territoires ruraux, incluant les femmes, est largement déployée. Dans cette perspective patrimoniale du développement rural, les femmes sont considérées à travers les savoirs qu'elles détiennent et les rôles qu'elles sont censées jouer dans la valorisation des spécificités agricoles et artisanales de leur localité (Chapitre 1).

C'est cet intérêt qui m'a conduit à choisir la rose de Kelâat M'gouna-Dadès comme étude de cas. Il s'agit de la rose Damascena qui fait la réputation de ce territoire du sud–est du Maroc. Elle a suscité ma curiosité scientifique par son exotisation dans le champ touristique et l'utilisation de l'image des femmes pour être promue en tant que patrimoine contribuant au développement d'un territoire

Cette part de subjectivité dans la construction du terrain montre que le lien entre l'objet de recherche et le chercheur est considérable. C'est lui qui pratique le terrain et s'y implique personnellement pendant toute la durée de la recherche, pour récolter des informations et y faire immersion afin d'en comprendre les subtilités culturelles et les mécanismes d'organisation. Ce lien réside aussi dans le fait que le terrain est une expérience solitaire pour le géographe, comme une « épreuve » ou un « rite initiatique », il constitue une « communion » ou une « identification avec les populations étudiées » (Claval, 2013, p.11). C'est « un espace-temps défini par le chercheur lui-même, qui y transpose ses interlocuteurs, les fameux "acteurs locaux" » (Collignon, 2010, p.74). Le chercheur se déplace et interroge les acteurs en relation avec l'espace géographique qu'il a délimité par rapport à un objet d'étude, ensemble ils forment le terrain. Ici les acteurs (les femmes) sont étudiés à travers leur rapport à la mise en patrimoine et la mise en tourisme de la rose et les effets sur leurs trajectoires sociales et leurs relations de genre.

Cette subjectivité du chercheur réside aussi dans le fait que par rapport à l'objet d'étude choisi, c'est également le géographe qui produit des données et procède à leur analyse. En ce sens, le terrain est une construction intellectuelle du chercheur car il le façonne selon son protocole d'enquête et ses problématiques de recherches (Calbérac, 2011). C'est aussi lui qui le délimite géographiquement, c'est pourquoi il « n'existe pas tant que le chercheur n'y est pas, et disparaît dès qu'il n'y est plus » (Collignon, 2010, p.74).

Ainsi, le terrain est une « entité spatio-temporelle et une instance épistémique où se manifeste l'attitude empirique d'un chercheur dans sa tentative d'établissement de faits scientifiques » (Lévy, Lussault, 2003, p.904), qui se concrétise à travers des outils qualitatifs et/ou quantitatifs

que sont l'observation et l'enquête (entretiens ou questionnaires) et s'adossent à des données cartographiques. Cela montre qu'en géographie, il y a une relation complexe entre le terrain et le savoir car le terrain est « à la fois le lieu et le moment du déploiement d'une méthode et d'un savoir-faire » mais aussi entre le chercheur et le terrain car c'est « le lieu et le moment d'une pratique et d'une expérience » (Lévy, Lussault, 2003, p.904).

2. Mes premiers pas sur le terrain : la pré-enquête.

L'exploration débuta à Ouarzazate. Dotée d'infrastructures d'accueil touristique et disposant d'un aéroport international c'est la ville régionale qui polarise l'espace du terrain d'étude. Installée dans un Riad durant quelques jours, je commence mon exploration par cet établissement et par la découverte de la ville. La saison hivernale et le contexte pandémique justifient la faible fréquentation de l'hôtel. Le personnel du Riad n'en est que plus disponible et accueillant ce qui me permet de tisser des liens plus facilement. D'abord avec des employés de l'hôtel puis avec de nouvelles personnes qu'ils me présentent et avec qui des premiers liens se créent. Nous partageons des déjeuners, des goûters, des balades au cours desquels nous engageons des discussions informelles qui m'ont permis d'obtenir les premières informations pratiques sur la rose et sur la région de Kelâat M'gouna.

Au cours de ces échanges, je pose des questions sur la rose et sur son contexte géographique. Je comprends qu'elle est connue à travers le territoire de « Kelâat M'gouna » car c'est par ce nom qu'elle est systématiquement désignée alors qu'il ne s'agit pas du seul endroit où elle est cultivée. « Kelâat M'gouna, c'est le pays de la rose », « A Kelâat M'gouna, il y a la rose, c'est magnifique », « C'est beau Kelâat M'gouna mais il faut y aller à la saison de la rose », « Tout est rose là-bas, même les taxis ! », « Bon là c'est le Covid, mais à la saison de la rose c'est plein, il y a le festival aussi alors les gens viennent de partout ». C'est par les représentations des habitants de Ouarzazate que j'effectue une première approche de mon territoire d'étude et que je découvre l'existence du Festival des roses.

<u>Une première idée du système de gouvernance de la rose.</u>

La ville de Ouarzazate est aussi le siège de plusieurs institutions publiques en charge du développement du territoire de la région, y compris celui de la rose. La pré-enquête a été l'occasion de me présenter ainsi que mon objet de recherche à certains représentants de ces institutions. Il y a l'Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier (ANDZOA) et l'Office Régional de Mise en Valeur Agricole de Ouarzazate (ORMVA) qui dépendent tous deux du ministère de l'Agriculture. Ces deux institutions sont impliquées dans le développement de l'agriculture de la rose mais aussi dans la promotion de la filière de la rose à parfum en accord avec les stratégies nationales de développement (Chapitre 4). Les échanges avec celles-ci m'ont également permis de collecter des informations et des documents sur la filière de la rose à parfum, le Festival des roses et sur la FIMAROSE. Dans le centre-ville de Ouarzazate se trouve également la Délégation Régionale du Tourisme de Ouarzazate (DRTO) qui correspond à un office de tourisme. À cet endroit j'ai pu récolter les

premières informations sur les activités touristiques autour de la rose, les hébergements touristiques et les acteurs concernés. Ainsi, grâce à la pré-enquête j'ai pu identifier les premiers acteurs publics, semi-publics et privés qui sont impliqués dans le développement de la filière de la rose à parfum et sa promotion touristique ainsi que celle de son territoire.

Une première approche des lieux et des acteurs de la filière de la rose à parfum.

Depuis Ouarzazate, je me suis rendue à Kelâat M'gouna. Mes premières sorties dans le centre-ville de la commune m'ont permis de découvrir une architecture construite autour de la rose avec de nombreuses boutiques de produits de rose. J'ai découvert alors que le centre-ville de Kelâat M'gouna est le siège de tout un univers de cosmétiques dérivés de la rose.

D'autres sorties aux abords du centre urbain m'ont permis de découvrir quelques exploitations agricoles qui me donnent une première image de l'agriculture familiale de la région et des lieux de culture de la rose à parfum. Cependant, la pré-enquête a eu lieu hors de la saison des roses, il n'y avait donc que des rosiers sans fleurs dans les champs à ce moment-là.

Lors de ces premières explorations, notamment le long de la route nationale 10 (N10), j'ai constaté la présence de nombreuses coopératives. La plupart étaient fermées du fait de la pandémie de COVID-19 mais j'ai pu me rendre dans celles qui étaient ouvertes. Ce fut un premier contact précieux avec des femmes et des hommes qui travaillent dans la transformation de la rose. C'est auprès des acteurs des coopératives et sociétés locales que j'ai réalisé mes premiers échanges enregistrés avec des interlocuteurs qui m'ont permis de constituer mon premier réseau de personnes-ressources. Ces explorations ont également été l'occasion de collecter les premières données cartographiques des points d'intérêt de ma recherche et d'effectuer une première délimitation et cartographie du terrain d'étude. Travail que j'ai affiné ensuite au fur et à mesure de la progression de ma connaissance du terrain.

La pré-enquête a aussi permis d'établir les premiers contacts avec plusieurs hébergements touristiques, ceux dans lesquels j'ai logé. Ce sont des lieux dans lesquels j'ai été informée sur les activités proposées aux touristes et sur le rythme saisonnier de la fréquentation touristique de la région.

Ce sont ces premiers éléments d'enquête qui m'ont donné à voir que derrière la rose cultivée dans la région de Kelâat M'gouna existe un système d'acteurs et de lieux diversifiés. À partir des éléments d'information rassemblés, j'ai conçu une méthodologie d'enquêtes spécifiques et mis en perspectives les moyens et outils nécessaires pour les mettre en œuvre. En effet, de cette pré-enquête, j'ai fait ressortir quatre dimensions de lieux et d'acteurs :

- Les exploitations agricoles dans lesquelles la rose est cultivée, où les femmes et les hommes y travaillent ;
- Les structures en charge de la transformation et de la commercialisation de la rose, et les femmes et les hommes qui y travaillent ;
- Les hébergements touristiques et les guides ;

- Les acteurs de la gouvernance de la filière de la rose à parfum.

Pour chaque catégorie de lieux et d'acteurs, j'ai construit une enquête spécifique dont le contenu est détaillé dans la deuxième partie de ce chapitre. C'est donc mon expérience du terrain qui est au cœur de la construction de cette méthodologie d'enquête. Je m'aligne ainsi sur la méthodologie géographique qui accorde une place importante à l'expérience du terrain dans la collecte et la construction de données (Ginisty, Vivet, 2008). Le terrain d'étude étant un espace d'échanges et d'interactions entre le chercheur et les enquêtés, mais aussi avec tous les autres acteurs intermédiaires. Ce sont justement ces échanges, et plus largement, l'ensemble des rapports humains dans lesquels le chercheur se meut qui constituent la source d'information, de réflexion et d'analyse. C'est tout cela qui produit le savoir (Ginisty, Vivet, 2008).

3. Un objet d'étude qui s'enrichit et un terrain de recherche qui se précise avec le développement de l'enquête.

La réalisation des observations et la diffusion des enquêtes ont donné lieu à l'intégration de nouvelles dimensions dans l'étude.
Ainsi c'est au fil des échanges avec les enquêtés que j'ai découvert l'existence du Festival des roses. L'intégration à l'enquête de son espace et des acteurs qui y participent a été centrale dans la formulation d'une réponse à la problématique. Le festival est un espace privilégié de l'introduction des femmes dans le processus d'ancrage identitaire de la rose qu'il participe à ériger comme un produit de terroir (Chapitre 7).

En parallèle, de nombreuses réponses obtenues lors des entretiens que j'effectuais faisaient référence à la présence coloniale française. L'héritage colonial se dessinait en filigrane de l'industrialisation de la rose, mais aussi autour des relations de pouvoir qui s'articulent entre les hommes et les femmes à chaque étape de la filière. C'est à ce moment qu'est apparue la nécessité d'investiguer le rôle des parfumeries de Grasse et le modèle de développement de la filière de la rose à parfum (Chapitre 3). L'influence occidentale était aussi palpable dans les choix d'utilisation de l'image des femmes dans les stratégies de patrimonialisation de la rose et de sa mise en tourisme (Chapitre 7). Ainsi, la réflexion ne portait plus uniquement sur l'étude des trajectoires des hommes et des femmes, et de leurs interactions dans le cadre du développement de la filière de la rose à parfum mise en patrimoine et en tourisme. Elle portait désormais sur les dynamiques en lien avec l'histoire coloniale, les modèles hérités de l'Occident qui circulent sur le territoire de la rose et la recontextualisation de toutes les dynamiques de développement touristique et patrimonial de la filière et de son territoire.

L'aspect historique de la filière à travers l'héritage colonial de l'industrie de la parfumerie grassoise au XXe siècle et la circulation de modèles de mise en valeur agricole à travers les produits de terroir ont nécessité de prendre en considération la dimension temporelle dans les enquêtes. Il s'agissait d'éclairer les effets de la politique coloniale sur la stratégie de développement agricole et industriel. Cela m'a demandé d'élargir la méthode d'enquête, mais aussi d'une certaine manière le terrain en m'intéressant aux archives disponibles au Maroc et en France qui contiendraient des informations sur l'intégration de la rose au système de

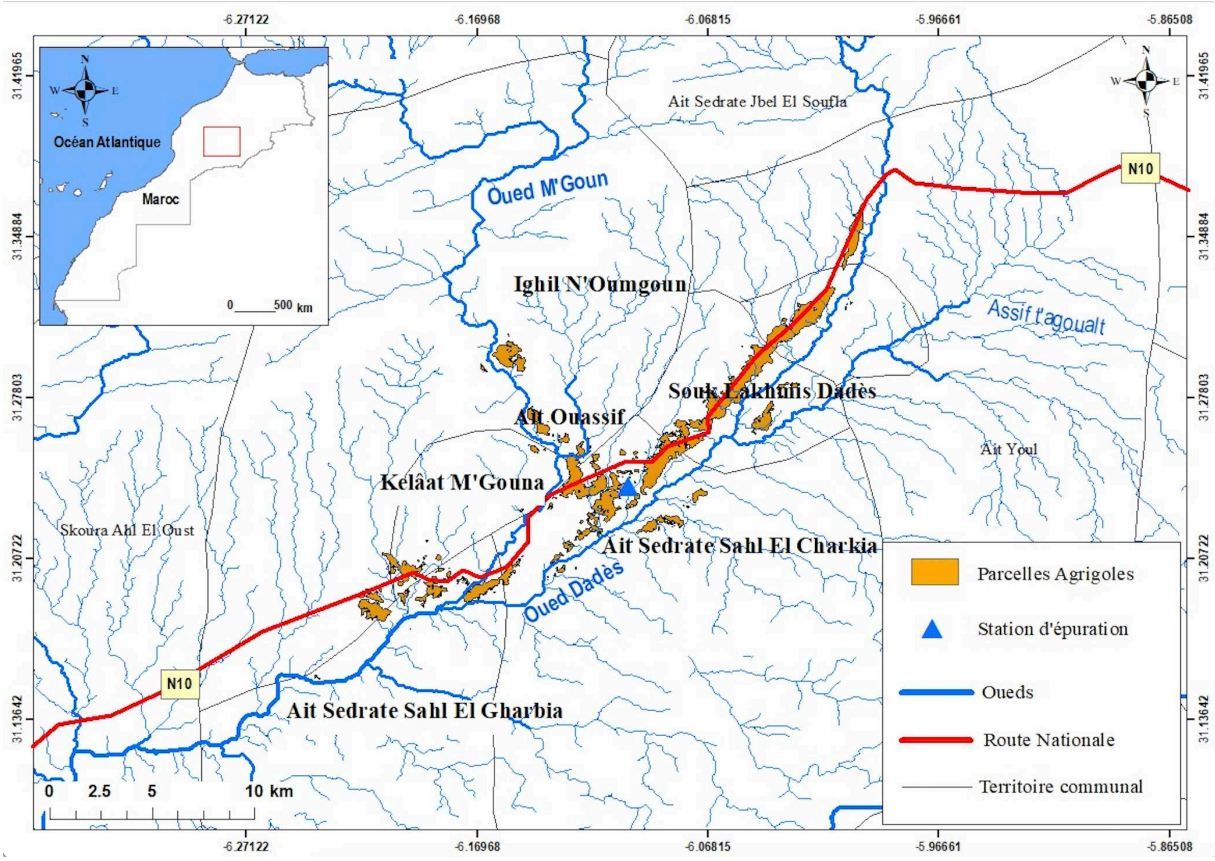
production agricole et industriel colonial. Il fallait en même temps croiser ce volet historique aux autres aspects de l'enquête pour faire ressortir les conséquences contemporaines de l'héritage colonial et de la circulation des modèles occidentaux sur le rôle des femmes et les relations de genre. Tout cela, au sein de la filière mais également dans les stratégies de patrimonialisation et de mise en tourisme de la rose comme produit de terroir. Ainsi, il m'a fallu mobiliser l'histoire et l'associer aux autres champs disciplinaires des études de genre et de la géographie, épine dorsale de cette thèse, (Chapitre 1) pour construire le protocole d'enquête dont les résultats me permettront d'argumenter et de répondre à mes hypothèses de recherches. C'est aussi l'avancée des enquêtes qui a permis de délimiter précisément le terrain de recherche.

Délimitation du terrain d'étude.

En ce sens, le terrain d'étude s'est construit sur les espaces façonnés par la rose. Cela concerne donc les espaces dont les paysages naturels et les éléments architecturaux spécifiques sont marqués par la culture de la rose. Sont aussi concernées les activités économiques ou culturelles étroitement liées à cette fleur. En ce sens, le terrain inclut l'ensemble des circuits de production, de transformation et de commercialisation de la rose, autrement dit, les territoires de la filière agricole de la rose à parfum. Ces territoires concernent plus précisément les lieux de production de la rose (exploitations agricoles), de sa transformation (unités de distillation), de sa commercialisation (coopératives et commerces), ainsi que les lieux sa célébration lors du Festival des roses.

Le terrain d'étude comprend également les territoires dont les activités s'appuient partiellement ou totalement sur la rose. Sont concernés les territoires qui accueillent les événements culturels dans le cadre du Festival des roses, les hébergements touristiques qui proposent des activités autour de la rose mais aussi les lieux dont l'architecture et l'environnement sont marqués par la rose.

De cette manière, le protocole d'enquête a précisé le terrain d'étude autour de la basse et moyenne vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès. Il s'étend d'ouest en est le long de la route nationale (N10) en provenance de Ouarzazate, depuis l'entrée du territoire communal d'Ait Sedrate Sahl El Gharbia à l'ouest de la confluence des oueds du M'Goun et du Dadès jusqu'à la commune de Souk Lakhmiss Dadès. Il s'étend ensuite vers le nord et gagne en altitude le long de la moyenne vallée du M'Goun depuis la commune de Kelâat M'gouna jusqu'au douar de Boutaghrar dans la partie sud de la commune d'Ighil N'oumgoun en passant par le territoire communal d'Ait Ouassif (Carte 2).



Carte 2 : Terrain d'étude.

Carte réalisée par H.Iaich et A.Binane, LITOPAD, Université Mohamed V de Rabat.

L'orientation agricole du territoire est caractérisée par les nombreuses parcelles agricoles qui s'étendent en largeur le long des deux oueds dominant le paysage du terrain de recherche. C'est sur ces parcelles que les roses sont cultivées. Ces parcelles agricoles sont exploitées par les habitants qui sont répartis dans des *douars* articulés le long des oueds et des axes routiers (Carte 2). Les *douars* sont des villages qui n'ont pas de frontières géographiques administratives strictement définies. Ce sont des agglomérations qui regroupent des communautés de familles ayant des liens de sang et qui intègrent aussi des liens ethniques d'origine. Ces individus sont liés au travail de la terre (Sebti, 1985). Dans l'espaces de l'oasis, les *douars* sont aussi nommés *ksours* (Naciri, 1986).

Les habitations se construisent de plus en plus autour des axes de communication, étirant l'espace des *douars* depuis les parcelles agricoles vers les routes, entrainant en même temps leur éclatement en habitats dispersés qui s'égrènent le long des axes routiers. Ce sont des indicateurs qui démontrent un processus d'urbanisation diffus et une tendance marquée chez les habitants à vouloir se rapprocher des centres pour obtenir une meilleure accessibilité aux équipements et aux services de première nécessité. Ces axes de communication constituent une ouverture des *douars* et des parcelles agricoles vers l'extérieur, ce qui représente un enjeu économique certain dans le cadre de l'exploitation de la rose. Les axes de communication relient les parcelles agricoles et les habitations aux structures qui transforment et commercialisent la rose, situées principalement le long de la route (N10). Les flux de matières

premières provenant des parcelles agricoles et ceux de la force de travail depuis les *douars* vers ces structures transformatrices montrent l'interconnexion des territoires autour de l'exploitation de la rose.

Du point de vue administratif, le terrain de recherche comprend six collectivités territoriales : Kelâat M'gouna, Ait Sedrate Sahl El Gharbia, Ait Sedrate Sahl El Charkia, Ait Ouassif, Souk Lakhmiss Dadès ainsi que la partie sud de la commune d'Ighil N'oumgoun. Ces communes sont toutes impliquées dans la gouvernance de la filière de la rose à parfum (chapitre 4) mais aussi dans une dimension culturelle et folklorique à travers le Festival des roses (chapitre 7). L'échelon communal se trouve à la base de la hiérarchie de la gouvernance marocaine Au Maroc, les communes, au nombre de 1503, sont définies comme étant « des collectivités territoriales de droit public, dotées de la personnalité morale et de l'autonomie administrative et financière » (Tafra, 2017 p.10). La commune est représentée par un conseil communal qui est présidé par un président élu pour six ans. Les communes sont encadrées administrativement par le gouverneur de la province à travers le Pachalik ou le Caïdat, selon le statut de la commune (urbain ou rural). Par exemple, le président du conseil de la commune de Kelâat M'gouna préside le conseil communal de Kelâat M'gouna qui est placé sous le contrôle administratif du gouverneur de la Province de Tinghir à travers le Pacha de Kelâat M'gouna.

Cette délimitation précise de mon terrain d'étude se justifie par la raréfaction de l'exploitation de la rose dans les territoires environnants. Au nord, après le village de Boutaghrar, le relief est montagneux, les pentes fortes et l'encaissement de la vallée de l'oued M'goun empêchent l'expansion des rosiers. Ils font une dernière apparition dans les exploitations agricoles au niveau du village d'Ouzighimt, avant de disparaître complètement des cultures dans la vallée d'Aït Bouguemez, sur le versant nord du massif du M'goun.

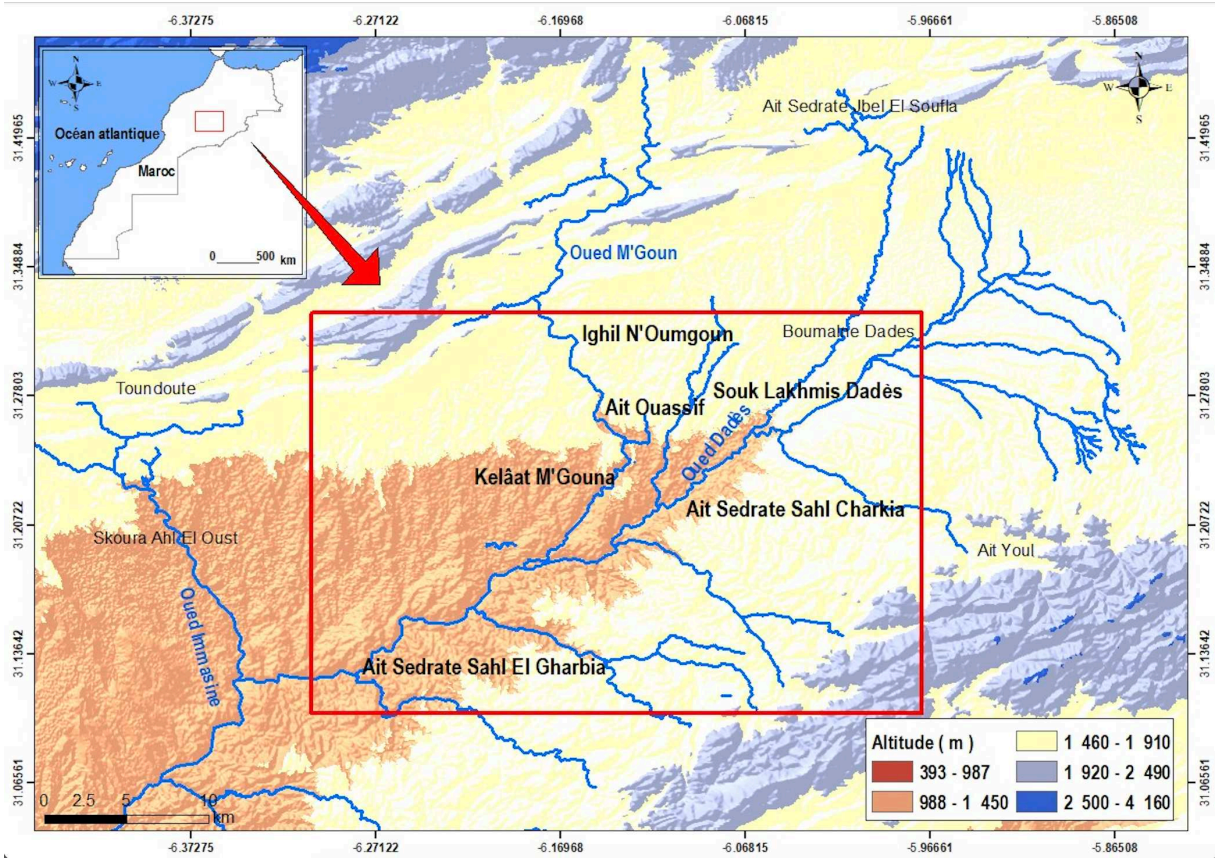
Dans la vallée d'Ouzighimt, les rosiers Damascena sont peu nombreux car le système agricole de montagne est dominé par l'élevage associé à une petite agriculture irriguée (céréales, fourrages, pommiers) (Mountasser et al., 2012 ; Barrière, 2015). Les périodes de gel intense en hiver dans cette vallée sont néfastes pour les rosiers et ceux qui survivent à ce climat offrent des roses de qualité inférieure, c'est-à-dire très peu concentrées en essence. De ce fait, il n'existe pas de structure de transformation dans cette vallée. Les roses y sont séchées et destinées à des utilisations familiales et/ou vendues sur des marchés locaux. De surcroît, l'activité touristique proposée par les hébergements touristiques de la vallée d'Ouzighimt s'articule autour de la randonnée pédestre dans les gorges d'Alemdoun, de l'ascension du Mont M'Goun et du circuit en direction de la Vallée d'Aït Bouguemez. En ce sens, les hébergements touristiques sont classés en tant que gîtes d'étape de montagne.

De la même manière, à l'est de mon territoire d'étude, après la commune de Souk Lakhmiss Dadès, en direction de la moyenne et haute Vallée du Dadès, la culture de la rose se raréfie. Plus on gagne en altitude, plus les superficies des parcelles agricoles diminuent. Les exploitations agricoles se consacrent là aussi à des cultures céréalières, maraîchères et à de l'arboriculture fruitière à des fins d'autoconsommation. Le peuplier est aussi utilisé pour la production du bois et le revenu de sa vente constitue une ressource précieuse pour les ménages

de cette région. En direction de Tinghir, dans la Vallée du Todgha, les cultures de rose ont complètement disparu, laissant la place à la culture du palmier dattier (Khardi, 2023). La rose et son influence sur l'architecture et sur les activités commerciales disparaît après la commune de Souk Lakhmiss Dadès. Il n'y a plus de structures de transformation, de boutiques de rose ou d'influences de la rose dans l'architecture. De la même manière, l'offre touristique y est tournée vers la randonnée pédestre et la visite de points d'intérêt touristique. L'espace produit par la culture de la rose est ainsi circonscrit à la basse vallée du M'goun avec des prolongements en direction de Khmis Dadès et au niveau des nouvelles terres agricoles conquises hors la vallée. Nous pouvons parler d'une rupture paysagère avec le reste de la région. Aux gorges du Dadès succèdent les gorges et la palmeraie du Todgha dont les paysages minéraux et d'oasis de montagne sont à l'origine d'une offre enracinée et structurée. À ce titre, l'offre d'hébergement touristique de la moyenne Vallée du Dadès, du fait de la notoriété du territoire et de sa proximité avec la Vallée du Todgha, vient concurrencer celle de notre terrain d'étude (Chapitre 8).

4. Contexte géographique du terrain d'étude.

Le terrain d'étude s'étend sur la partie inférieure de deux bassins hydrographiques : celui de l'oued M'Goun et celui de l'oued Dadès, dominés de part et d'autre par les crêtes du massif du M'goun (Haut-Atlas) et du Saghro (Anti Atlas) (Carte 3). Alimenté principalement par la fonte des neiges, l'oued du M'Goun prend sa source au Mont M'Goun qui culmine à 4071 mètres et termine sa course à la confluence avec l'oued Dadès qui prend quant à lui sa source dans le Haut Atlas à 2100 mètres d'altitude. Les deux oueds sont des affluents de l'oued Draa.



Carte 3 : Les bassins hydrographiques du M'goun et du Dadès.

Carte réalisée par H.Iaich et A.Binane, LITOPAD, Université Mohamed V de Rabat.

La partie basse du bassin versant du M'Goun est située entre 1600 et 1200 mètres d'altitude. Elle s'étend de Bouthgrar jusqu'à la confluence avec l'oued Dadès à Zawya Moulay Abdel Malek. La partie basse du bassin versant du Dadès, aussi appelée bassin-versant moyen du Dadès, est située dans les mêmes hauteurs, entre 1200 et 1600 mètres d'altitude. Elle s'étend de Boumalne Dadès à l'est, à la Zawya Moulay Abdel Malek à l'ouest, au niveau de la confluence de l'oued du M'goun et du Dadès. Il s'agit de deux ensembles hydrographiques interconnectés.

L'utilisation de l'eau dans le bas du bassin du M'Goun et le bassin-versant moyen du Dadès est consacrée à l'irrigation des cultures, l'abreuvement du bétail et à l'alimentation en eau potable des populations qui habitent ces territoires. Les systèmes d'irrigation sont caractérisés par les séguias et diverses formes de pompage des eaux de la nappe qui prennent de l'ampleur en lien avec l'extension de la culture de la rose (chapitre 5). Les ressources en eau sont limitées et mal réparties, en particulier dans le bassin-versant moyen du Dadès, bien qu'elles soient considérées comme un bien collectif. Le partage non équitable des ressources en eau est source de conflits entre les tribus et entre les tribus et l'État (Thaïbi, El Hanani, 2004). À cette inégale répartition de cette ressource s'ajoute le développement d'une agriculture moderne qui vient accélérer le phénomène de sécheresse menaçant alors les cultures de rosiers (Chapitre 5).

Deux tribus se partagent historiquement les territoires structurés par les oueds : les Aït M'Goun ou les M'Gouna et les Ait Sedrate Sahl, qui signifie « de la plaine ». Notre aire d'étude fait partie d'un territoire plus large caractérisé par la diversité ethnique des populations qui l'occupent. Ces dernières appartiennent à plusieurs entités tribales, historiquement confédérées dans les organisations plus larges des Ait Sedrate ou des M'Gouna (Riser et Trecolle, 1994 ; Taïbi et El Hanani, 2004). Ces tribus se partageaient les ressources des deux bassins versants du M'Goun et du Dadès, associant ainsi les terrasses alluviales des fonds des vallées aux versants et crêtes du Haut Atlas et des plaines du bassin sud atlasique dans une combinaison agropastorale variable dans le temps. Les relations historiques entre ces tribus participent aussi à faire de ces deux bassins des territoires connectés. Les oppositions écologiques entre différents terroirs constituant ces bassins ont de tout temps conditionné des vies basées sur l'agriculture irriguée des fonds de vallée et l'élevage pastoral mobile.

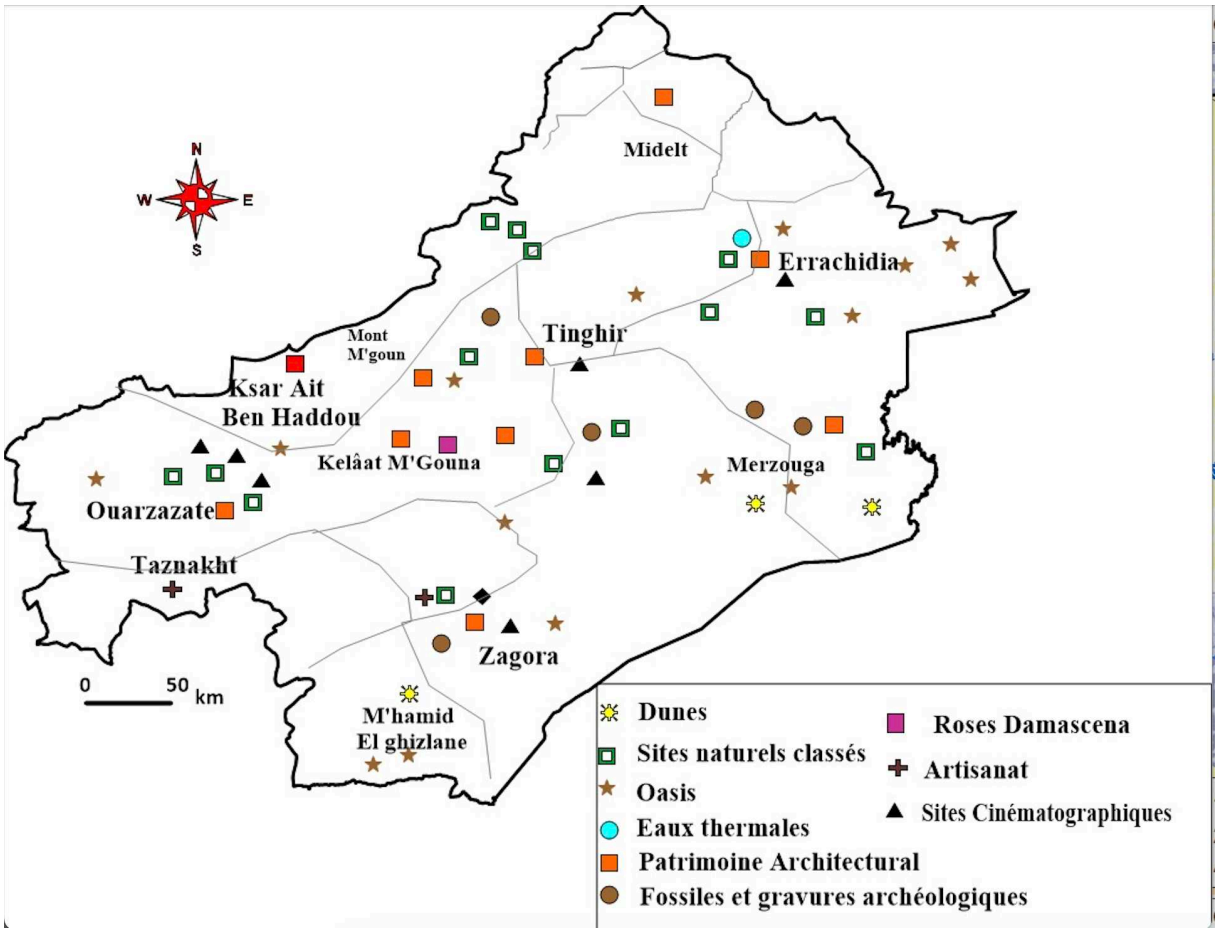
La tribu rassemble des individus qui sont liés par un sentiment d'appartenance à une communauté, construite sur l'idée qu'ils sont les descendants d'un ancêtre commun. La territorialité de la tribu est concrétisée par le double sentiment d'appartenance envers un groupe et un territoire (Aït Hamza, 2015). En ce sens, la tribu constituait historiquement une entité à la fois humaine, politique et économique liée à un territoire dont les ressources étaient administrées par une assemblée représentative la « *Jmaa* », actuellement affaiblie (Aït Hamza, 2015). En effet, l'administration et la gestion des territoires mais aussi de la population sont opérées par des administrateurs qui sont les représentants de l'autorité de l'État moderne. L'organisation communale a eu pour conséquence l'éclatement des tribus. Dans les communes de Boulmane Dadès par exemple, les Aït Atta, se retrouvent morcelés au sein de quatre communes qu'ils partagent avec les Aït Dadès et les Ait Sedrate. Ils se retrouvent aussi divisés de la même manière avec d'autres tribus à Tinghir, Msemrir et Iknioun. L'organisation communale a aussi affaibli l'unité et la solidarité de la tribu. En effet, si l'État intègre au sein de la commune des points de rencontre majeurs pour la population que sont le *souk*, l'école ou le dispensaire, ces lieux ne fournissent cependant pas l'unité et la solidarité qu'offrait la communauté pour ses membres. En outre, ces lieux symbolisent le *makhzen* car ils sont placés sous l'autorité de personnes qui n'ont aucun lien avec la communauté.

Toutefois, la sédentarisation récente et l'intégration de ces anciens territoires tribaux dans des entités administratives modernes n'ont pas effacé les appartenances communautaires des populations. C'est pourquoi les communes continuent à porter les noms des anciens segments de tribus, ce qui reflète l'opposition entre ceux qui occupent la partie aval du bassin, les Ait Sedrate Sahl, ou la partie amont Ighil N'oumgoun en référence au col du massif montagneux du même nom, ou les Ait Sedrate de la montagne centrés dans la partie amont du bassin du Dadès (Aït Hamza, 2015).

Le terrain d'étude : à la jonction de deux formes de tourisme.

Articulé sur les bassins versants du M'Goun et du Dadès, le terrain de recherche est situé sur un territoire qui est traversé par deux formes de tourisme : un tourisme de montagne et un

tourisme de circuits autour de points d'intérêt touristique. Marrakech et Agadir représentent les deux pôles émetteurs de touristes qui traversent notre terrain d'étude et plus largement le sud du Maroc (Oudada, 2006). Les touristes ont principalement pour destination les vallées du Haut Atlas (Oiry, 2013), le site dunaire et les bains de sable de Merzouga dans le Tafilalet (Gagnol, Landel, 2016) et dans une moindre mesure celui de M'hamid el Ghizlaine (Bouaouinate, Ramou, 2014) ou encore la région d'Errachidia.



Carte 4 : Points d'intérêt touristique dans les régions oasiennes du sud du Maroc

Carte réalisée par H.Iaich et A.Binane, LITOPAD, Université Mohamed V de Rabat.

De nombreux circuits de randonnées proposent de traverser la basse vallée du Dadès et la basse et moyenne vallée du M'Goun, en direction de différentes vallées du Haut Atlas. C'est ce qu'ont révélé les entretiens réalisés avec les guides et les propriétaires des hébergements touristiques. D'après Mohand, guide de randonnée et propriétaire d'un gîte à Boutghrar, ces vallées sont intégrées dans des circuits de randonnées qui s'étendent en direction de la vallée d'Aït Bouguemez, aussi connue sous le nom de « vallée heureuse ». Certains circuits proposent également de découvrir la vallée d'Ouzighimt, célèbre pour les gorges d'Alemdoun. D'autres proposent, pour les plus sportifs, l'ascension du Mont M'Goun, troisième plus haut sommet du Maroc qui culmine à 4071 mètres et qui est situé dans la partie centrale du Haut atlas (Carte 4).

D'après Mohand, ces circuits de randonnées sont porteurs pour l'économie de la région car ils sont générateurs d'emplois pour la population locale. Les touristes ont besoin d'hébergements,

ce qui permet aux habitants de travailler en restant chez eux. Des hommes de la région ont l'opportunité d'encadrer ces circuits, comme c'est le cas de Mohand. Certaines femmes sont aussi employées à participer ponctuellement à ces randonnées itinérantes pour s'occuper de la préparation des repas des touristes. En effet, les randonneurs sont le plus souvent organisés en groupes encadrés de plusieurs accompagnateurs tels que des guides et des cuisiniers, rémunérés pour assurer le service auprès des touristes randonneurs. Dans ce cadre, la basse vallée du Dadès et la basse et moyenne vallée du M'Goun représentent une étape d'hébergement de ce tourisme de montagne pratiqué dans le Haut Atlas.

Le terrain d'étude est aussi traversé par des circuits-étapes d'organisations variables. Certains incluent la route des Kasbahs, ou bien les dunes de sable de Merzouga ou de M'hamid el Ghizlaine, quand d'autres se concentrent sur les différentes palmeraies (Skoura, Todgha, Tinjdad…), (Carte 4). Le sud du Maroc représente l'une des plus importantes zones oasiennes du pays (Bouaouinate, Aït Moussa, 2015). Le terrain d'étude s'inscrit dans cette aire géographique des oasis du sud du Maroc et bénéficie dans ce cadre de la fréquentation issue du tourisme d'étape. D'après l'entretien réalisé auprès du président de l'association des guides de la région de Marrakech Safi, la Vallée des roses est une étape d'une nuit le plus souvent et dans de plus rares cas, de deux voire trois nuits. Dans ces circuits, elle est fortement concurrencée par la moyenne vallée du Dadès dans laquelle les hébergements touristiques sur la route des gorges éponymes sont privilégiés :

« *Les circuits les plus classiques partent de Marrakech et font la route de l'Anti-Atlas, avec une nuit à Ouarzazate ou Aït Ben Haddou, puis une nuit à Skoura ou dans les Gorges du Dadès, la troisième nuit se fait dans la majorité des cas à Merzouga. Ou bien, la première nuit à Ouarzazate ou Aït Ben Haddou, deuxième nuit à Merzouga et troisième nuit sur le retour dans la Vallée du Dadès, à Ouarzazate, à Skoura ou à Aït Ben Haddou. Malheureusement, Kelâat M'gouna est souvent la dernière option* », A.Q, président de l'association des guides de Marrakech-Safi, le 10 août 2021.

La situation de notre territoire d'étude à la jonction du tourisme de montagne et de circuits, met en évidence une fréquentation touristique d'étape qui rend difficile l'émergence de la Vallée des roses comme destination touristique à part entière (Michon et al., 2018).

Comme son nom l'indique, la mise en tourisme de la Vallée des roses à laquelle notre terrain d'étude se superpose, s'articule autour d'un produit agricole phare : la rose Damascena. L'intégration d'un produit agricole dans le champ du tourisme questionne à la fois la mise en tourisme de son système agraire mais aussi des dynamiques patrimoniales que cette mise en tourisme soulève. Les femmes sont des actrices clés dans le système agraire, notamment s'il est dominé par la culture de la rose pourtant, les données statistiques révèlent une invisibilisation de ce travail agricole féminin. Une invisibilisation qui accentue la précarisation qui touche déjà les femmes de la région.

<u>Le travail agricole des femmes.</u>

Dans le bassin versant du M'Goun et du Dadès l'agriculture est majoritairement familiale. Dans ce cadre, les femmes participent activement aux tâches agricoles qui sont considérées comme du travail domestique qu'elles effectuent dans l'espace du foyer (chapitre 1). La culture de la rose est un exemple révélateur de cette implication féminine dans l'agriculture, la cueillette des roses étant progressivement devenue un savoir-faire maîtrisé par les femmes (chapitre 5). Cette activité agricole des femmes n'est cependant pas prise en compte dans la mesure l'activité économique (chapitre 1). Les statistiques participent à invisibiliser le travail agricole des femmes alors même qu'il fait vivre cette activité. Cela est particulièrement le cas de la filière des roses à parfum dans laquelle les femmes représentent la main-d'œuvre majoritaire au sein des exploitations agricoles (chapitre 5), des unités de transformations et de commercialisation (chapitre 6), mais également dans la valorisation patrimoniale et touristique de la rose et de son territoire, comme nous allons le mettre en lumière tout au long de cette thèse.

Commune	Population légale	Taux d'activité (des 15 ans et plus) en %		
		Hommes	Femmes	Total
Kelâat M'gouna	16 956	71	10,8	40,4
Ait Sedrate Sahl El Gharbia	17 392	67,3	2,7	32,3
Ait Sedrate Sahl El Charkia	15 349	70,6	4,6	35,7
Souk Lakhmiss Dadès	17 045	64,9	3,6	33,3
Ait Ouassif	8 246	73,2	22,1	46,2
Ighil N'oumgoun	22 010	73,8	19,8	45,3

Tableau 1 : Activité professionnelle des femmes et des hommes dans la basse et moyenne Vallée du M'Goun et dans la basse Vallée du Dadès.

Source : RGPH de 2014, Caractéristiques démographiques et socio-économiques de la population, Direction Régionale de Drâa-Tafilalet.

Les statistiques fournies par la Direction Régionale de Drâa-Tafilalet font état de fortes disparités professionnelles entre les hommes et les femmes dans la basse Vallée du Dadès et la basse et moyenne Vallée du M'Goun (Tableau 1). À Kelâat M'gouna, 71% des hommes de 15 ans et plus témoignent d'une activité contre 10,8% des femmes de 15 ans et plus seulement. Selon ces données, le taux d'hommes actifs est sept fois supérieur à celui des femmes. Cette différence en termes d'activité se vérifie aussi dans les autres communes de notre terrain d'étude. À Ait Sedrate Sahl El Gharbia par exemple, l'écart est encore plus grand avec un taux d'activité de 67,3% chez les hommes de 15 ans et plus contre 2,7 % chez les femmes de 15 ans et plus. D'après ces données, tant dans les centres urbains comme Kelâat M'gouna que dans les communes à plus grande dominante agricole, ce sont principalement les hommes qui travaillent (Tableau 1).

Les chiffres révèlent l'exclusion des tâches domestiques des femmes dans la mesure de l'activité économique alors même que celles-ci sont indispensables à son développement. De plus, seules les activités des hommes qui participent à la sphère productive sont considérées (chapitre 1). De nombreuses femmes effectuent un travail agricole rémunéré mais non déclaré, que ce soit au sein des exploitations ou dans la cueillette des roses ou des autres cultures

(Chapitre 5), mais aussi dans les unités de transformations de rose (Chapitre 6). Ainsi, le travail agricole des femmes rémunérées est autant invisibilisé que le travail agricole non rémunéré.

Cette invisibilisation participe à dégrader la situation des femmes dont le profil social est déjà très précaire. L'analphabétisme frappe sévèrement les femmes et vient creuser les inégalités de genre. En effet, les femmes sont les plus touchées dans toutes les communes de notre territoire d'étude. Le taux d'analphabétisme est par exemple, de 56,2% chez les femmes de 10 ans et plus à Ait Sedrate Sahl El Charkia contre 27,2% chez les hommes. Il affecte donc presque deux fois plus les femmes. La situation est similaire dans les autres communes, y compris dans le centre urbain puisque 43% des femmes de 10 ans et plus sont analphabètes à Kelâat M'gouna contre 15,5% des hommes de 10 ans et plus (Tableau 2).

Commune	Population légale	Analphabétisme (des 10 ans et plus) en %		
		Hommes	Femmes	Totale
Kelâat M'gouna	16 956	15,5	43	29,4
Ait Sedrate Sahl El Gharbia	17 392	29,2	58,2	44,6
Ait Sedrate Sahl El Charkia	15 349	27,2	56,2	42,4
Souk Lakhmiss Dadès	17 045	15,00	49,7	32,9
Ait Ouassif	8 246	26,2	57,9	42,7
Ighil N'oumgoun	22 010	47,8	68,8	58,8

Tableau 2 : Analphabétisme chez les femmes et les hommes de 10 ans et plus dans la basse et moyenne Vallée du M'Goun et dans la basse Vallée du Dadès.

Source : RGPH de 2014, Caractéristiques démographiques et socio-économiques de la population, Direction Régionale de Drâa-Tafilalet.

Bien que les personnes des deux sexes sont touchées par un faible niveau d'éducation, la population masculine reste nettement plus éduquée que la population féminine. À cela, s'ajoute les statuts de veuvage et de divorce qui touchent plus les femmes que les hommes, accentuant davantage la précarisation de certaines catégories de femmes (Tableau 3).

Commune	Sexe	Célibataire (en%)	Marié (en%)	Divorcé (en%)	Veuf(ve) (en%)
Kelâat M'gouna	Masculin	44,7	54,0	0,7	0,5
	Féminin	29,7	55,3	5,0	10,1
	Total	**37,1**	**54,6**	**2,9**	**5,4**
Ait Sedrate Sahl El Gharbia	Masculin	41,1	57,1	0,8	0,4
	Féminin	29,7	57,3	3,2	9,7
	Total	**35,2**	**57,2**	**2,1**	**5,5**
Ait Sedrate Sahl El Charkia	Masculin	44,7	54,3	0,4	0,5
	Féminin	32,8	54,6	3,5	9,1
	Total	**38,4**	**54,5**	**2,0**	**5,1**
Souk Lakhmiss Dadès	Masculin	47,7	51,3	0,6	0,3
	Féminin	29,9	53,7	4,4	12,0
	Total	**38,5**	**52,5**	**2,6**	**6,3**
Ait Ouassif	Masculin	43,8	55,1	0,5	0,7

	Féminin	31,7	55,9	2,3	10,1
	Total	**37,4**	**55,5**	**1,4**	**5,6**
Ighil N'oumgoun	Masculin	43,5	55,4	0,4	0,8
	Féminin	33,9	54,8	1,6	9,8
	Total	**38,4**	**55,1**	**1,0**	**5,5**

Tableau 3 : La situation matrimoniale de la population par sexe.

Source : RGPH de 2014, Caractéristiques démographiques et socio-économiques de la population, Direction Régionale de Drâa-Tafilalet.

Les femmes veuves sont plus nombreuses que les hommes, témoignant ainsi d'un isolement plus important. À Kelâat M'gouna par exemple, 10,1% des femmes sont veuves contre 0,5% des hommes. La situation est similaire dans les autres communes comme à Souk Lakhmiss Dadès où 12% des femmes sont veuves contre 0,3% d'hommes veufs. La surreprésentation des femmes parmi les individus en situation de veuvage souligne la possibilité des hommes veufs à se remarier tandis que les femmes veuves restent seules.

Les femmes divorcées sont aussi plus nombreuses que les hommes divorcés et ce dans toutes les communes du territoire d'étude. Les femmes divorcées représentent selon les communes entre 1% (Ighil N'oumgoun) et 5% (Kelâat M'gouna) de la population tandis que les hommes représentent entre 0,4% (Ighil N'oumgoun et Ait Sedrate Sahl El Charkia) et 0,8% (Ait Sedrate Sahl El Gharbia). À l'image de la situation des hommes en situation de veuvage, la faible part d'hommes divorcés s'explique par leur tendance à se remarier tandis que les femmes divorcées se remarient rarement. Dans ces situations, les femmes se retrouvent à subvenir seules aux besoins de leur foyer. C'est la raison pour laquelle certaines coopératives de rose s'emploient à recruter uniquement des femmes dans cette situation (Chapitre 6).

Ainsi, l'étude des données sur l'activité professionnelle, l'analphabétisme et la situation matrimoniale de la population de la basse Vallée du Dadès et de la basse et moyenne Vallée du M'Goun permet de mettre en évidence la situation sociale des femmes de cette région. Il s'agit d'une situation d'invisibilisation et d'exclusion révélatrice de discrimination sociale envers les femmes. L'étude de l'insertion de la rose Damascena dans un processus de patrimonialisation et de mise en tourisme dans lesquelles les femmes jouent un rôle important permet d'éclairer l'évolution de leur situation sociale mais aussi des relations de genre. C'est pourquoi nous considérons que l'enquête de terrain doit couvrir les activités et les espaces attachés à l'exploitation directe ou indirecte de la rose Damascena.

5. Composer avec les difficultés de mise en œuvre de l'enquête de terrain.

La recherche étant articulée autour de la rose à parfum il était nécessaire de pouvoir effectuer les enquêtes au cours de sa période de floraison, à savoir en avril et mai. C'est aussi à cette période qu'a lieu le Festival des roses. À cette contrainte temporelle naturelle s'est ajoutée une difficulté, celle de la pandémie de COVID-19 qui a affecté le déploiement des enquêtes sur le terrain.

En décembre 2019, dès la première période de recherche, mes directeurs et moi avons mis en place un calendrier afin de répartir efficacement les phases d'enquête sur le terrain au Maroc et de travail de recherche documentaire en France. Le calendrier décomposait la réalisation d'un protocole d'enquête en trois phases distinctes, faisant chacune l'objet d'un voyage dans la région de Kelâat M'gouna au moment de la récolte des roses et du Festival des roses, c'est-à-dire entre avril et mai.

La première phase, consacrée à l'exploration du terrain et à l'identification des acteurs, était prévue pour les mois d'avril et mai 2020. La seconde phase était prévue pour avril, mai et juin 2021 et consistait à déployer le protocole d'enquête auprès des femmes et des hommes acteurs de la production agricole et des unités de transformation de la rose. Enfin, la troisième phase était prévue pour avril, mai et le début du mois de juin 2022. Cette phase consistait à déployer le protocole d'enquête auprès des acteurs des hébergements touristiques, du Festival des roses et de sa fonction territoriale. Toutefois, ce calendrier a été bouleversé principalement par la pandémie de COVID-19, responsable des confinements qui se sont succédés en France, mon pays de résidence, et par les fermetures successives et totales des frontières marocaines (Figure 1).

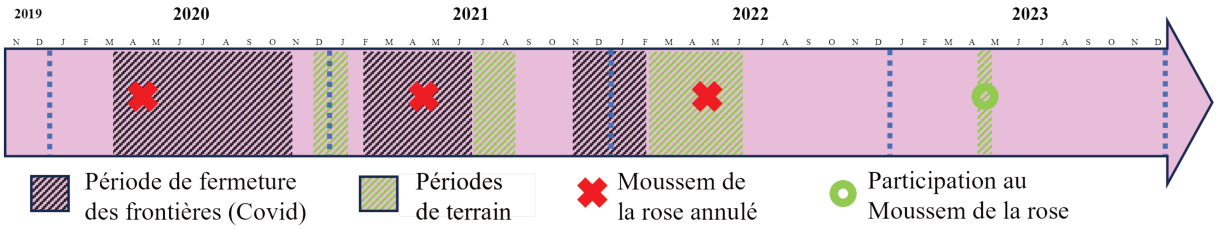


Figure 1 : Frise chronologique des périodes d'enquête sur le terrain.

Tout d'abord, c'est la pré-enquête qui a été touchée par le contexte de la pandémie de COVID-19. Les frontières marocaines ont été fermées à partir du mois de mars 2020 jusqu'à la fin de cette même année, période à laquelle elles ont fait l'objet d'une ouverture exceptionnelle pour les ressortissants marocains. Ayant la double nationalité franco-marocaine j'ai pu me rendre au Maroc, et ai donc effectué la pré-enquête en décembre 2020 et janvier 2021 au moment de la réouverture des frontières françaises et marocaines et non en avril et mai 2020 comme c'était initialement prévu (Figure 1).

À cette période, il n'y avait pas de rose dans les exploitations. La plupart des coopératives et autres unités de transformation, ainsi que les établissements d'hébergement touristique étaient fermés. De plus, lorsqu'une de ces structures était ouverte, les ressources humaines étaient réduites à leur minimum. Cette situation a aussi biaisé l'ambiance du terrain de recherche qui était vide d'activité touristique, ce qui compliquait l'analyse de cette dimension de la filière de la rose. L'évènement culturel et folklorique clé du territoire de la rose, le Festival des roses, a aussi été suspendu jusqu'en avril 2023. Cette suspension a repoussé la réalisation de l'enquête au sein du festival jusqu'à cette date.

Les frontières ont été ensuite de nouveau fermées y compris pour les ressortissants marocains. À leur réouverture, j'ai pu réaliser le deuxième terrain lors des mois de juillet et d'août 2021, cette fois donc après la saison des roses. De nouveau fermées en novembre 2021, les frontières ont rouvert en février 2022. J'ai pu alors me rendre sur le terrain de fin février à juin 2022, assistant finalement à la saison des roses mais toujours pas au Festival qui a été annulé en 2020, 2021 et 2022. En parallèle, j'ai effectué un voyage de deux jours à Grasse en septembre 2022 pour y consulter les archives du Musée International de la Parfumerie.

Enfin, j'ai effectué un dernier terrain d'une semaine du 24 au 30 avril 2023 pour assister au Festival des roses et y effectuer mon enquête. J'ai aussi pu compléter mes précédentes enquêtes sur les exploitations agricoles en réalisant une visite de l'exploitation agricole des Domaines Agricoles qui m'a finalement été autorisé. Je me suis ensuite rendue à Meknès pour observer la commercialisation des produits de rose par les coopératives au Salon International de l'Agriculture Marocaine (SIAM). Comme le Festival des roses, celui-ci était annulé depuis 2020. Au total ce sont 7 mois et 1 semaine de terrain qui ont été effectués.

II. Des outils de collecte variés pour couvrir la multi dimensionnalité de l'objet d'étude.

1. De l'observation flottante à l'observation ethnographique.

L'observation a été le premier outil d'enquête que j'ai déployé sur le terrain et ce dans tous les espaces, c'est-à-dire dans les exploitations agricoles, les hébergements touristiques, les unités de transformations de rose, le Festival des roses, etc. L'observation m'a permis de créer un cadre propice à la diffusion des entretiens que j'aborderai un peu plus loin. En effet, c'est un outil privilégié dans mes enquêtes car il m'a permis de m'introduire et de créer un premier contact avec les différents espaces et les différents acteurs qui y sont associés.

L'observation consiste à recueillir, décrire et interpréter des pratiques spatiales relevées en étant soi-même sur le terrain. Cette approche permet, par la présence régulière et active du chercheur sur le terrain, de s'imprégner des ambiances sociales qui s'y développent. L'observation, familière aux géographes, est une technique intéressante pour comprendre « les usages sociaux » du territoire et les « interactions sociales » qui se meuvent en son sein (Morange, Schmoll, 2016, p.62).

L'observation permet de s'introduire auprès des acteurs par le biais de rencontres et d'échanges. L'observation dite « flottante » fut le premier type d'observation utilisé. C'est une méthode d'analyse de terrain mobilisée en anthropologie qui « consiste à rester en toutes circonstances vacant et disponible, à ne pas mobiliser l'attention sur un objet précis, mais à laisser "flotter" afin que les informations pénètrent sans filtre, sans *a priori*, jusqu'à ce que des points de repère, des convergences apparaissent et que l'on parvienne alors à découvrir des règles sous-jacentes » (Pétonnet,1982, p.39).

Sur le terrain, cette méthode consistait à regarder et écouter les acteurs sans interagir avec eux. Les premières visites effectuées dans les coopératives étaient caractérisées par l'application de cette méthode. Je me présentais et demandais à rester au sein de la coopérative. Une fois la demande acceptée, je m'installais sur une chaise et j'observais les femmes travailler, interagir avec les clients jamais intervenir.

Dans le cadre de l'observation flottante, j'ai aussi effectué des visites (Tableau 4). Ce fut pour moi l'occasion de découvrir des lieux emblématiques de la filière de la rose à parfum, de sa mise en tourisme et plus généralement du territoire de la rose. Ces visites ont aussi été le cadre d'échanges informels et parfois d'entretiens avec des acteurs qui sont attachés à ces lieux. Les échanges informels étaient précieux lorsque des entretiens ne pouvaient pas être réalisés.

Nom	Type de lieux	Localisation	Dates
Domaine Imlil	Exploitation agricole	Ait Sedrate Sahl El Gharbia	17-avr-22
Domaines Agricoles	Exploitation agricole	Kelâat M'gouna	29-avr-23
Ard Guisser	Exploitation agricole et entreprise	Kelâat M'gouna	17-avr-22
Visite exploitation agricole avec groupe touristes français	Exploitation agricole	Ait Ouassif	08-mai-22
Visite exploitation agricole avec groupe touristes italiens	Exploitation agricole	Ait Sedrate Sahl El Gharbia	21-avr-22
Les Arômes du Maroc	Entreprise	Kelâat M'gouna	18-mai-22
Salon International de l'Agriculture Marocaine	Événement professionnel	Meknès	5,6 et 7 mai 2023

Tableau 4 : Liste des visites réalisées.

Progressivement, la méthode d'observation a naturellement basculé du mode « flottant » au mode « ethnographique ». L'observation ethnographique se traduit par une immersion prolongée du chercheur sur le terrain au sein d'un espace où tout le monde se connaît. L'observation ethnographique nait des relations personnelles que développe le chercheur avec les individus observés et par sa participation à leur vie quotidienne. Cet aspect fortement personnel rend cette méthode unique dans le sens où elle ne peut pas être standardisée et reproduite par une autre personne à l'identique (Broqua, 2009). L'intérêt de cette approche ethnographique est l'absence de limite à l'immersion du chercheur car il ne se restreint pas à un nombre d'interlocuteurs fixe, il vit véritablement au gré du contact et des échanges qui se présentent à lui (Morange, Schmoll, 2016).

La présence longue sur le terrain a permis l'application de l'observation ethnographique. Suivant un planning prédéfini en fonction de la disponibilité des acteurs, je me rendais dans les lieux où l'observation flottante avait été déjà réalisée, au sein d'un établissement

d'hébergement, d'une coopérative, d'un champ, d'une exploitation agricole ou d'une unité de transformation, etc. De ce fait, l'observation ethnographique prit la suite de l'observation flottante.

Prenons l'exemple des coopératives. J'ai commencé par appliquer l'observation flottante lors de ma ou mes premières venues dans les coopératives. Une fois que les membres de la coopérative avaient accepté ma présence et qu'une forme de confiance s'était installée, je passais à l'observation ethnographique. La transition de l'observation flottante à l'ethnographique s'est faite plus ou moins rapidement selon les coopératives, parfois dès la deuxième visite, dans d'autres cas lors de la troisième ou quatrième. Pour appliquer la méthode de l'observation ethnographique, je proposais aux femmes de les assister dans leur travail, ce qu'elles acceptaient volontiers en me permettant de participer au tri des roses, au conditionnement des produits, à leur étiquetage, ou encore à la vente. Cette participation était appréciée des femmes et a facilité mon immersion dans leur lieu de travail. Les femmes sollicitaient ensuite naturellement mon aide lorsque j'étais présente à la coopérative ou elles me téléphonaient pour des besoins précis.

Grâce aux observations flottantes puis ethnographiques, j'ai pu tisser des liens privilégiés avec des hommes et des femmes des différents milieux dans lesquels j'avais prévu de réaliser les enquêtes et ai pu nouer des relations de confiance avec eux. Les observations et les entretiens sont fortement corrélés dans la méthodologie d'enquête.

2. Le rôle de l'entretien à composante biographique dans la constitution d'un réseau d'enquêtés.

L'entretien à composante biographique.

L'entretien consiste à recueillir le discours ou l'expérience d'un ou de plusieurs enquêtés sur un ou des sujets donnés. L'entretien, comme l'observation, produit des données qualitatives mais, contrairement à l'observation, c'est l'enquêté qui produit les informations et non le chercheur. Il offre aux interrogés l'opportunité de s'exprimer plus librement et leur permet de s'impliquer davantage dans la direction de l'échange. De plus en plus utilisé en géographie, l'entretien permet d'analyser au sein d'un ou plusieurs groupes d'acteurs leurs représentations et pratiques d'un espace, leurs mobilités géographiques, les savoir-faire, etc. (Morange, Schmoll, 2016).

Le but de ma recherche étant d'étudier les effets de la mise en tourisme d'un patrimoine agricole sur la place des femmes et sur les rapports de genre, le choix du type d'entretien s'est orienté vers l'entretien à composante biographique. Il m'a semblé être la forme d'entretien la plus pertinente pour étudier, d'une part, le travail agricole des femmes et des hommes, les relations qu'ils entretiennent dans les différents espaces liés à la rose, leur implication dans la patrimonialisation et la mise en tourisme, et d'autre part, les représentations de genre et les constructions sociales qui en sont l'origine. En effet, l'entretien à composante biographique permet de collecter des descriptions et des explications objectives sur des sujets, des

expériences, des souvenirs autobiographiques et une compréhension subjective sur la manière dont l'enquêté a vécu ces faits. En outre, l'entretien à composante biographique permet de donner une interprétation sur la manière de raconter des enquêtés à travers la mise en récit des différents faits ou événements relatés (Dubar, Nicourd, 2017).

L'entretien à composante biographique confère la parole aux interviewés pour raconter de manière approfondie des épisodes ou des expériences de leur vie, il revêt donc un aspect très personnel qui m'a semblé pertinent pour comprendre les rapports sociaux entre les femmes et les hommes. Ce qui va importer, ce n'est pas seulement l'exactitude des souvenirs racontés mais la manière dont ils vont être relatés et contextualisés dans la vie de celui ou celle qui témoigne. Le narrateur va sélectionner les parties du récit qui sont importantes pour lui, il va les raconter en lien avec sa vie, son histoire, de sorte que cela prenne un sens. Il va exposer le monde dans lequel il a vécu et qui fait le monde dans lequel il évolue car « raconter, c'est construire un point de vue sur le passé », c'est « développer une version plausible qui est un possible parmi les autres » (Demazière, 2007, p.95). Ce partage d'épisode ou d'expérience de vie fait de l'entretien biographique une reconstitution augmentée du parcours de l'interviewé.

Reconstitution augmentée de certains entretiens biographiques par le récit de vie.

Certains entretiens biographiques ont été reconstitués sous la forme de récits de vie, c'est-à-dire des « témoignages significatifs au service d'un objet de connaissance qui est celui du chercheur » (Orofiamma, 2002, p.2). Le récit de vie s'inspire du récit autobiographique qui raconte l'histoire de la personne interviewée. Dans le domaine de la recherche, la pratique du récit autobiographique est complexe car elle obligerait à se concentrer sur un seul individu. C'est pourquoi le récit de vie est une option plus souple car « [i]l y a du récit de vie dès lors qu'un sujet raconte à quelqu'un d'autre, chercheur ou pas, un épisode quelconque de son expérience vécue. Le verbe "raconter" (faire le récit de) est ici essentiel : il signifie que la production discursive du sujet a pris la forme narrative » (Bertaux, 2016, p. 39). Appliqué aux sciences sociales, le récit de vie est une méthode biographique qui propose « une analyse d'un récit par un acteur sur des événements qu'il a vécus. Le discours est provoqué par le chercheur. L'acteur reste libre de la formulation des faits et des interprétations qu'il en donne » (Wacheux, 1996, p.162). Cette méthode m'a permis de mettre en valeur la trajectoire de vie de certaines femmes qui sont des acteurs clés de l'*empowerment* féminin dans certaines coopératives et sociétés locales. C'est la mobilisation de leur parcours de vie au sein de ces structures qui fait évoluer le statut des femmes et leur rôle dans la valorisation de la filière de la rose à parfum ainsi que les rapports de genre qui en découlent (Chapitre 6).

S'impliquer pour mieux enquêter.

L'entretien a composante biographique est aussi un « outil de recueil de données qualitatives dans le cadre d'une interaction de recherche sur la trajectoire, la carrière et le cheminement d'un ou plusieurs enquêtés » (Dubar, Nicourd, 2017 p.72). Le succès de l'entretien, dans le cas de celui à composante biographique, est donc lié à l'engagement subjectif de l'enquêté qui met des mots sur son parcours (Demazière, 2007). Dans ce cadre, le chercheur joue un rôle

important car son interaction avec l'enquêté est au centre de cette méthode d'entretien. Cela m'a paru pertinent du fait que cette technique d'entretien s'associe parfaitement avec l'observation ethnographique que réalisée juste avant. Une fois qu'une relation de confiance était installée grâce à l'observation ethnographique, le cadre relationnel était propice au déploiement de l'entretien à composante biographique.

La manière dont les entretiens vont être menés par le chercheur et les relations qu'il va entretenir avec les interviewés jouent aussi un rôle dans leur capacité à se confier (Demazière, 2007). Le lieu avait une place prépondérante pour gagner la confiance des enquêtés et favoriser le récit autobiographique. C'est la raison pour laquelle je laissais le choix du lieu de l'entretien aux enquêtés. Par exemple, les hommes préféraient généralement le faire sur leur lieu de travail ou dans un café, plus rarement à leur domicile. Les femmes choisissaient plutôt l'espace de repos de leur lieu de travail ou leur domicile. L'interrogé qui se trouve dans sa zone de confort est plus à l'aise pour raconter son histoire.

Cette configuration relationnelle et spatiale de l'entretien à composante biographique induisait aussi mon implication sociale auprès des acteurs que j'interrogeais. Par exemple, le plus souvent, après ou avant l'entretien, j'acceptais une invitation à déjeuner, dîner ou un goûter avec l'enquêté, soit à son domicile soit dans un lieu tiers. Ces moments privilégiés créaient une proximité qui permettait de sortir de la relation chercheuse/enquêté au profit d'une ambiance plus conviviale.

Enfin, le caractère individuel des entretiens était un élément important pour mettre à l'aise les enquêtés et les inviter à se confier. Résultat d'une interaction entre enquêté et chercheur, l'entretien doit se faire dans des conditions efficientes. C'est au chercheur de mettre en place des conditions favorables à l'échange notamment pour que son interlocuteur puisse s'ouvrir surtout lorsqu'il s'agit de récits autobiographiques (Morange, Schmoll, 2016). Dans ce but, les entretiens collectifs ont été quasiment abandonnés au profit d'entretiens individuels. Quelques exceptions ont dérogé à cette règle. La première exception est la présence d'un traducteur lorsque l'entretien se faisait en *tachelhit (amazigh)*, la langue locale que je ne parle pas. La seconde exception est la réalisation d'un entretien sur le lieu professionnel de l'enquêté en présence de ses collègues. Cette méthode m'a été imposée et a été réalisée une seule fois du fait de la censure de certaines opinions par l'enquêté. J'ai également tenté une fois l'entretien de groupe auprès de femmes au sein d'une usine mais il fut marqué par une auto-censure dans les discours des enquêtés. Le protocole d'enquête décrit jusqu'ici à travers les différentes techniques énoncées m'a permis une immersion forte sur le territoire et de créer un réseau d'enquêtés.

Toutes ces conditions et configurations qui impliquent la subjectivité des enquêtés mais aussi celle du chercheur montrent que l'entretien à composante biographique s'articule sur l'expérience du chercheur. Pour ce type d'entretien, il n'existe pas de protocole standardisé pour construire ou mener l'entretien (Olivier de Sardan, 2005). C'est donc sur mon expérience personnelle du terrain et des acteurs que cette méthode d'enquête s'articule. C'est avec cette expérience personnelle du terrain et des acteurs, à travers les observations ethnographiques et

la diffusion d'entretiens à composante biographique, que je suis parvenue à créer un réseau d'enquêtés. En effet, j'ai pu avoir accès aux réseaux de connaissance des premiers interviewés, puis des seconds, suivant la méthode boule de neige (Lequin, Métral, 1980).

3. Construire un réseau d'enquêtés grâce à la méthode « boule de neige ».

La méthode dite « boule de neige » m'a aidé à contourner les difficultés que j'ai rencontré du fait du contexte de la pandémie du COVID-19, notamment le bouleversement du calendrier de l'enquête. Mes deux premiers terrains ont dû être effectués entièrement ou en partie en dehors de la saison de cueillette des roses alors que de nombreux acteurs travaillent seulement à cette période. Je n'ai pas pu procéder par type d'acteurs comme prévu initialement, c'est donc la méthode boule de neige qui m'a permis d'entrer en contact avec les personnes appartenant à différentes catégories d'acteurs dès lors qu'elles étaient identifiées et disponibles. Cela signifie que j'ai procédé en suivant le réseau des enquêtés, et que je pouvais aussi bien interroger une cueilleuse, qu'un propriétaire d'hébergement touristique, un membre de coopérative, etc.

La méthode boule de neige m'a aussi permis de faire face à certains premiers contacts qui se sont révélés complexes. Me présenter seule et m'introduire dans une structure de transformation ou une exploitation agricole n'était pas fructueux. De nombreux acteurs étaient méfiants et tenaient des propos expéditifs, ne permettant pas une collecte de données optimale.

Ainsi, c'est la constitution d'un réseau de connaissances grâce à la méthode boule de neige qui m'a donné l'occasion de m'introduire facilement dans de nouveaux espaces et auprès de nouveau acteurs. Une fois réalisé l'accès aux réseaux de mes enquêtés, j'effectuais une liste de personnes potentielles à contacter en les soumettant à une sélection préalable selon deux critères. Le premier était celui de la représentativité par rapport aux profils des acteurs recherchés. Le second critère concernait la parité par sexe des acteurs. Le genre et ses dynamiques étant au cœur de l'étude, il était nécessaire d'interroger, autant que possible, les femmes et les hommes. Bien que les femmes aient une place prépondérante dans cette étude, je voulais les étudier aussi à travers le discours des hommes. Cette démarche m'a paru nécessaire pour éclairer les rapports de pouvoir qui s'expriment entre les deux sexes. Une fois la liste d'acteurs effectuée, je les rencontrai puis de réseau en réseau mon échantillon s'est constitué (Figure 2).

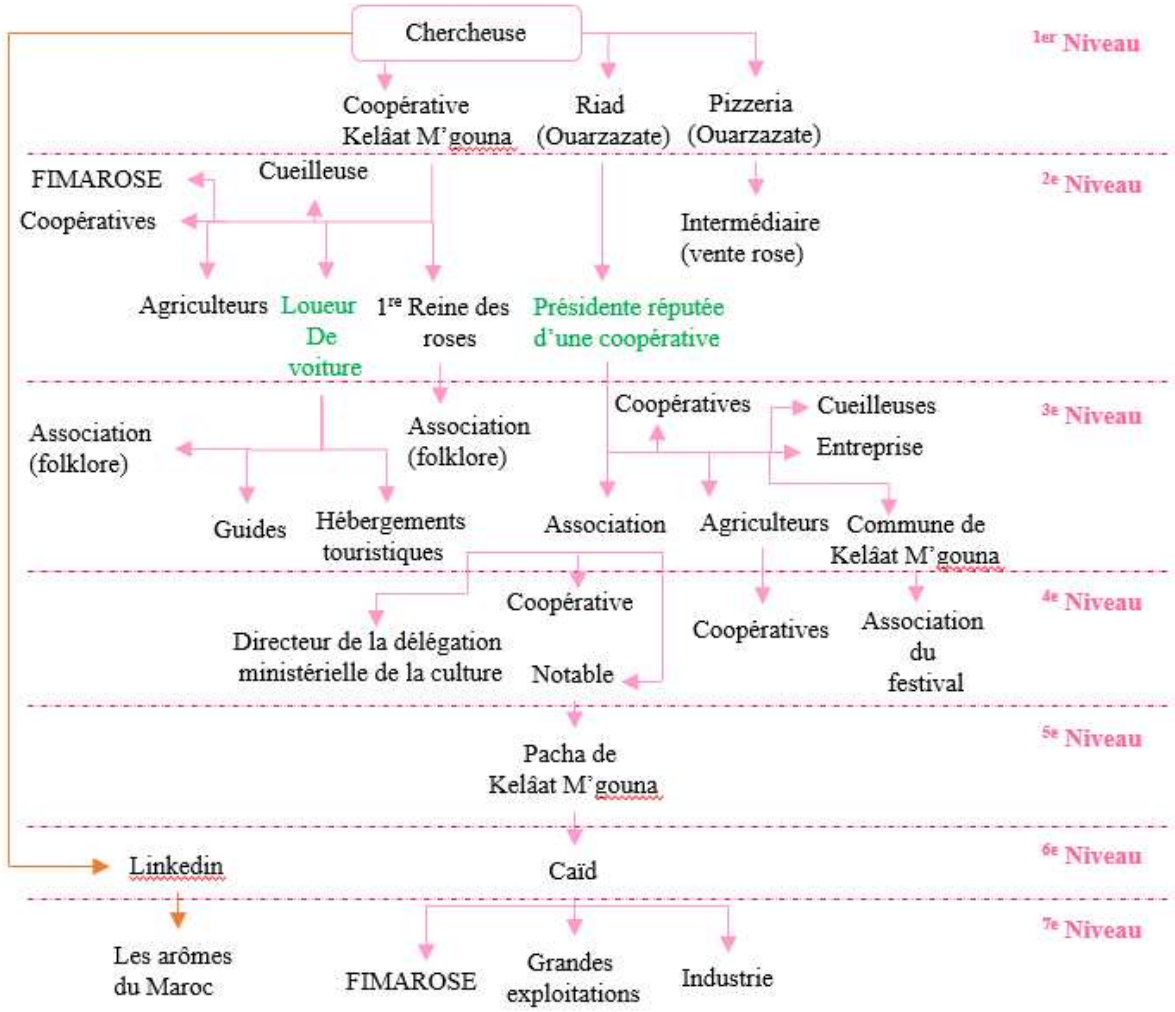


Figure 2 : Schéma du réseau d'acteurs de l'enquête de terrain : l'effet boule de neige.

Le premier niveau représente les premiers acteurs rencontrés. Ceux-ci ont été rencontrés par hasard. Le Riad est celui où j'ai résidé et la pizzeria le lieu où je me suis restaurée. La coopérative est la seule que j'ai trouvée ouverte à Kelâat M'gouna durant la pandémie. Ce premier réseau est un réseau de « circonstance », c'est-à-dire que ces structures et les acteurs auprès de qui j'étais en contact n'ont pas été choisis en suivant des caractéristiques précédemment définies, ils sont le fruit des circonstances. Il est important de noter que les observations et les entretiens ont été menés uniquement avec les personnes qui étaient concernés par l'enquête. Par exemple, au premier niveau, des observations et des entretiens ont été menés avec les acteurs de la coopérative tandis que de simples discussions se sont déroulées avec les employés du Riad et de la pizzeria de Ouarzazate. Ces deux derniers étaient importants pour rencontrer des acteurs. Certains acteurs sont primordiaux pour l'avancement de l'enquête mais il n'est pas nécessairement intéressant de mener des entretiens avec eux car ils n'entrent pas en résonnance avec le sujet de la recherche (Figure 2).

Le deuxième niveau présente les enquêtés rencontrés grâce aux réseaux des acteurs du premier niveau. Certaines de ces rencontres débouchent sur un nouveau palier avec un nouveau réseau. Il est aussi possible de rencontrer des acteurs qui ne font pas « grossir la boule de neige » mais

qui mettent fin à la chaîne de réseaux. Ce deuxième niveau révèle également qu'une rencontre de circonstance, ici la coopérative Kelâat M'gouna, peut permettre la rencontre de nombreux enquêtés. Deux acteurs apparaissent en vert, ce sont tous deux des acteurs clés de la boule de neige. Le loueur de voiture était une rencontre commerciale qui n'avait pas pour but de déboucher sur la création d'un nouveau réseau. Pourtant, au cours de la transaction de la location, le sujet de la recherche a été abordé et il s'est avéré qu'il connaissait de nombreux acteurs notamment des propriétaires d'hébergements touristiques. Dans le même ordre d'idée, il s'est avéré qu'un employé du Riad, en vert également sur le schéma, était originaire du même village qu'une présidente de coopérative réputée qui m'a donné à son tour accès à de nombreux enquêtés et ainsi de suite (Figure 2).

Du 3e au 6e niveau, le protocole d'enquête s'oriente vers des personnalités politiques en charge du développement du territoire. Tous n'ont pas fait l'objet d'un entretien systématique mais ils ont été des vecteurs clés de la méthode boule de neige et ont permis d'accéder à des acteurs qu'il n'aurait pas été possible de rencontrer sans leur influence ou de mener des entretiens approfondis avec des acteurs comme ceux de la FIMAROSE (7e niveau), (Figure 2). Le schéma présente également une flèche orange qui part de moi et arrive directement au 7e niveau. Cette étape est particulière car j'ai moi-même entrepris la démarche de contacter des individus via la plateforme professionnelle LinkedIn (Figure 2). Grâce à la méthode boule de neige, 84 entretiens ont pu être réalisés (voir tableau Annexe 1).

Les 84 entretiens se décomposent en 33 entretiens de femmes, 44 entretiens d'hommes et 4 entretiens mixtes (Tableau 5). Les entretiens mixtes sont des entretiens qui ont été réalisés avec une femme et un homme qui y participaient ensemble, liés par un statut familial et un projet. Par exemple, trois entretiens ont été réalisés avec des couples et un avec une mère et son fils. Tous travaillent ensemble, c'est pourquoi ils ont été interrogés conjointement. Un détail est à préciser pour les entretiens individuels : j'ai choisi de comptabiliser comme entretien individuel même ceux où un traducteur était présent car celui-ci était choisi ou connu par l'enquêté et n'intervenait pas pour donner son avis.

	Entretiens individuels spontanés enregistrés	Entretiens individuels spontanés non enregistrés	Entretiens individuels classiques enregistrés	Entretiens individuels classiques non enregistrés	Entretiens collectifs spontanés enregistrés	Entretiens collectifs classiques enregistrés
Femmes	3	0	21	4	1	6
Hommes	6	11	17	10	0	0
F + H	1	0	3	0	0	0
Sous Totaux	10	11	41	14	1	6
Total général	84					

Tableau 5 : Typologie des entretiens et répartition par sexe.

Il est important de spécifier que les entretiens ont été anonymisé grâce à des prénoms inventés. Cette anonymisation a été demandée par les enquêtés pour préserver leur identité et leur témoignage. Sans cette anonymisation, de nombreux enquêtés n'acceptaient pas de répondre à l'enquête. Pour préserver le secret des témoignages, je n'ai pas précisé les lieux des entretiens (structure, douar ou commune). Dans un certain nombre de cas, mentionner le lieu, permet d'identifier facilement la structure et les enquêtés, en particulier les établissements de transformation. Grâce à cet engagement d'anonymat et au déploiement de la méthode boule de neige, j'ai pu déployer l'enquête au sein de 2 grandes entreprises, 6 sociétés locales et 11 coopératives (Tableau 6).

NOM (Traduit en français)	**Type d'unité de transformation**	**Type d'enquête effectuée**	**Période de l'enquête**	**Localisation**
Arôme du Maroc	Grande entreprise	Échanges informels avec Kabour et Toufik (prénoms changés), des employés lors d'une visite confidentielle	Mai 2022	Kelâat M'gouna
ARD GUISSER	Grande entreprise	Échanges informels avec des employés qui souhaitent garder l'anonymat, la visite étant confidentielle	Avril 2022	Ait Sedrate Sahl El Charkia
Oul	Société locale	Entretien avec la manager, une visite de la boutique et de l'atelier de fabrication	Juillet 2021	Kelâat M'gouna
Dar el Kelaa	Société locale	Échanges informels avec le propriétaire et avec un employé, visite de la boutique uniquement	Décembre 2020	Kelâat M'gouna
Dar al ward al baldi	Société locale	Échanges informels avec le propriétaire, visite de la boutique uniquement	Janvier 2021	Kelâat M'gouna
Florose	Société locale	Entretien avec la manager, visite des ateliers et observation du travail des femmes	Janvier 2021, Août 2021	Kelâat M'gouna
Elixir du M'goun	Société locale	Entretien avec un des associés, visite de l'atelier de fabrication	Mars 2022	Ait Sedrate Sahl El Gharbia
Flora Sina	Société locale	Entretien avec la propriétaire, visite de l'atelier et observation du travail	Février, avril et mai 2022	Ait Sedrate Sahl El Gharbia
Rosa Mgoun	Coopérative	Entretien avec le propriétaire, la main d'œuvre, observation participante	Juin, Juillet et Août 2021	Ait Sedrate Sahl El Gharbia
Taytmatine	Coopérative	Échanges informels avec deux membres du bureau	Mars 2022	Souk Lakhmiss Dadès
Les Femmes du Dadès	Coopérative	Entretiens avec les membres du bureau et d'autres membre de la coopérative, observation participante	Juin, Juillet et Août 2021	Souk Lakhmiss Dadès
Roh al nabta	Coopérative	Visite de la boutique et bref échange avec un membre du bureau	Avril 2022	Kelâat M'gouna

Assif Hdida	Coopérative	Échanges informels avec les membres du bureau et d'autres membre, visite de la boutique et de l'atelier. Participation à des activités évènementielle de la coopérative	Mars 2022	Ighil N'oumgoun
Soffi Lintaj ou taktir al ward	Coopérative	Entretien avec un membre du bureau et visite de la boutique	Février 2022	Kelâat M'gouna
El warda Dimachkia	Coopérative	Entretien avec la présidente, visite de l'atelier de fabrication	Avril et Mai 2022	Ait Sedrate Sahl El Gharbia
Rosaland	Coopérative	Échanges informels avec le président, entretien avec une employée, visites des boutiques	Avril et Mai 2022	Kelâat M'gouna
Coopérative Talourdt	Coopérative	Entretien avec la présidente, visite de la boutique et de l'atelier de fabrication	Août 2021	Kelâat M'gouna
Coopérative Agricole Nissa Taddagte	Coopérative	Échanges informels avec la présidente et visite de la boutique	Mars 2022	Ighil N'oumgoun
Coopérative agricole Ajdig n dadès	Coopérative	Entretien avec le président, visite de l'atelier de fabrication	Août 2021	Ait Sedrate Sahl El Gharbia

Tableau 6 : Détail des enquêtes menées dans les structures transformatrices de rose.

4. La collecte de données cartographiques et photographiques.

Je me suis ensuite orientée vers un travail de collecte de données cartographiques sur le terrain à travers le recueil de coordonnées GPS (Annexe 3). Le but était d'avoir des données exploitables par un logiciel de cartographie tel que *Cartes & données* afin de représenter le territoire et les phénomènes géographiques qui s'y rattachent sur des cartes.

Ce travail a consisté à se déplacer sur le terrain, sur les lieux clés de la recherche et, en l'absence d'instrument spécifique pour les relevés de terrain type Garmin, à relever leurs coordonnées GPS grâce à une application mobile. Des relevés ont été ainsi effectués dans les établissements d'hébergements touristiques, les coopératives, les associations, les boutiques, les entreprises, les restaurants touristiques, les parcelles agricoles, etc. Au total, 208 points GPS ont pu être relevés (Annexe 3) sur un terrain de 31,5 km à 45 km de long selon les axes empruntés.

Ce travail de relevés GPS a le plus souvent été associé aux visites des lieux ou à la réalisation d'entretien avec les acteurs de ces lieux. En ces occasions, des clichés photographiques ont été pris afin d'illustrer les différents phénomènes observés sur le terrain.

La collecte des points GPS (associé à la méthode boule de neige) m'a permis de me rapprocher des hébergements touristiques. J'ai pu mener 10 entretiens associés avec une visite de l'établissement sur les 27 établissements hôteliers que j'ai relevé dans la région. J'ai aussi séjourné dans certains de ces hôtels, ce qui m'a permis de partager des repas avec les touristes sans pour autant effectuer des entretiens mais plutôt des discussions informelles.

Sur le terrain, les points GPS ont été relevés grâce à l'application mobile pour Android « Mes coordonnées GPS ». Les données ont été extraites de l'application en format GPX avant d'être converties en format XLS, pour être retranscrites sur un tableau Excel. La colonne code site est destinée au référencement cartographique. On retrouve ensuite le nom du lieu puis une catégorie qui lui est attribuée selon le type d'établissement dont il s'agit et enfin ses coordonnées GPS, longitudinale et latitudinale. Le tableau Excel a été formaté pour être traité directement sur un logiciel de cartographie (Tableau 7). Les cartes ont été réalisées sur le logiciel de cartographie *Cartes & données* avant d'être mises en page sur le logiciel graphique *Inkscape*.

Code Site	Nom	Catégorie	Longitude (X)	Latitude (Y)
C1, C2, C3, C4 etc.	Hôtel Mandar Saghrou	Hébergement touristique	X	Y

Tableau 7 : Modélisation du référencement GPS.

La collecte des points GPS m'a aussi permis de remarquer les mutations du territoire d'étude en lien avec l'évolution de la production de la rose. Ces changements ont été analysées grâce aux visites de fermes agricoles au cours desquelles j'ai pris des photos et par l'étude de photos satellites entre 2008 à 2023. Ces éléments seront présentés directement dans le corps de l'étude.

5. Constitution d'un corpus documentaire : du terrain aux archives.

A) Le corpus documentaire.

Une partie de la collecte et de la production de données s'est faite par la consultation d'un ensemble de documents sur le terrain et de leur analyse : études et rapports officiels de l'administration publique (commune, province, ministère, etc.), fascicules, brochures et dépliants de l'administration publique, des coopératives, des associations mais aussi d'anciennes photographies auprès des enquêtés. Des documents numériques sur le festival ont été rassemblés pour servir de matériel d'analyse de cette manifestation annulée en raison de la pandémie de COVID-19, durant les premières années de réalisation de la thèse. Un documentaire en langue amazigh traduit en arabe par une femme de la région et des vidéos des précédentes éditions du festival ont été rassemblés, visionnés et étudiés.

C'est au cours des rencontres avec les acteurs du développement des territoires communaux et régionaux, que s'est déroulée la collecte des rapports officiels et contrats-programmes, faisant état de données générales sur la région. De la même manière, les déplacements au sein des associations, des coopératives, mais aussi des établissements hôteliers ont été l'occasion d'obtenir des documents iconographiques et des ouvrages. Les passages à l'université Mohamed V à Rabat au cours de l'étude ont permis de recueillir un certain nombre d'ouvrages et des mémoires de recherches.

Ce travail a été complété par un travail de recherche historique au sein des Archives du Maroc à Rabat et des archives du centre de documentation du Musée International de la Parfumerie à Grasse en France.

B) Les archives.

Ce travail d'enquête se justifie par l'héritage colonial qui marque la mémoire du territoire. Les enquêtés évoquaient régulièrement la présence française passée et présente sur le territoire. De la même façon, certains articles ou ouvrages qui traitent du territoire évoquent le rôle de l'héritage français dans la construction du patrimoine local et dans son développement économique sans pour autant s'attarder sur l'histoire coloniale. Il m'apparut alors nécessaire d'explorer cet aspect de l'histoire de la région sur lequel les récits de la population ou la documentation ne cessaient de revenir. Quand les Français se sont-ils intéressés à la rose ? Pourquoi ? Qu'ont-ils développé sur le territoire ? À quelles fins ? De quel type d'acteurs s'agissait-il ? Privé ou public ? Nombre de questions dont les réponses ont permis de faire le lien avec la présence coloniale française régulièrement évoquée par les enquêtés et d'étayer ainsi les hypothèses de recherche.

Les archives nationales du Maroc à Rabat.

Deux journées ont été consacrées à la consultation des archives nationales marocaines situées à Rabat. La consultation s'est articulée sur la recherche de documents témoignant d'échanges entre la France et le Maroc au sujet de la rose de Damas, durant la période du Protectorat (1912-1956). Le thème de cette recherche étant trop précis pour faire ressortir informatiquement les documents des archives qui évoquent uniquement la rose, il m'a fallu effectuer des recherches sur des thématiques plus globales pour trouver des documents qui concernent ce sujet. Ne trouvant de documents qui traiteraient de Kelâat M'gouna, j'ai par exemple dû consulter ceux qui concernaient des régions voisines comme Marrakech ou Telouet, commune de la région du Drâa-Tafilalet.

Enfin, j'ai consulté toutes les boîtes des archives qui se rapportaient à l'agriculture durant le protectorat. J'ai pu y découvrir des télégrammes échangés entre des membres du gouvernement colonial basés en France et au Maroc traitant de la production agricole de la colonie marocaine et de l'exportation de denrées agricoles, dont la rose, vers la métropole. Ces télégrammes évoquaient aussi les nombreuses « Exposition du Maroc » qui avaient lieu en France ainsi que les foires qui se déroulaient au Maroc (Marrakech, Meknès…). Des coupures de la presse française et des ouvrages français datés de l'époque du Protectorat témoignent de la présence de ces événements avec des descriptions et des photographies.

Ces événements qui avaient lieu en France et au Maroc étaient destinés aux colons français, ce qui a soulevé la question du tourisme autour des produits agricoles et artisanaux exposés lors des foires organisées au Maroc. Toutes les boîtes de documents évoquant le tourisme durant le Protectorat ont été consultées : guides de voyage, cartographie touristique, photographies de paysages et de vacanciers, articles de journaux français sur le tourisme au Maroc, etc. Les nombreux documents trouvés confirmaient la piste de la forte implication française dans la construction du territoire de la région de Kelâat M'gouna tel qu'il est connu aujourd'hui. En

revanche, les documents survolaient le sujet de la rose bien qu'ils abordaient la question des foires agricoles, des expositions et du tourisme.

De retour sur le terrain pour poursuivre le protocole d'enquête, la présence française est de nouveau évoquée au cours de visites et d'entretiens. La visite de l'usine des Arômes du Maroc, entreprise marocaine du secteur de l'agroalimentaire dépendante de la société mère SIGER située à Kelâat M'gouna, a permis d'avoir un témoignage sur les traces de la présence française. L'usine, réhabilitée aujourd'hui, a été érigée par les Français sous le Protectorat. Un héritage dont l'architecture est le témoin. L'une des chaudières dont la cheminée est visible de l'extérieur du bâtiment, qui date du Protectorat et n'est plus utilisée aujourd'hui, a été conservée en l'état. Au cours des entretiens, des personnes parlant du Festival des roses évoquent un Festival des roses français et citent le groupe Yves Rocher et la commune de La Gacilly. Cette information ne pouvant pas être argumentée n'a pas été prise en considération. D'autres entretiens évoquent l'héritage français dans l'industrialisation de la rose qui était destinée à alimenter les parfumeries de Grasse et le nom de la Compagnie Africaine des Plantes à Parfum (*CAPP*) est évoqué. Une piste solide qui m'a amené à poursuivre la recherche dans la ville de Grasse.

Les archives du Musée International de la Parfumerie à Grasse en France.

De retour en France, j'ai contacté le centre de documentation du Musée International de la Parfumerie (MIP) en présentant mon étude et ma quête de réponses sur le lien entre Grasse et la rose Damascena marocaine. Le MIP m'a expliqué posséder des archives, consultables sur rendez-vous, susceptibles de répondre à ces interrogations. En octobre 2022, j'ai consacré deux journées à la consultation des archives du centre de documentation du MIP. Ce travail au sein des archives du MIP m'a permis de découvrir des articles et ouvrages d'époques différentes qui reviennent sur la genèse de l'industrialisation de la rose de Damas marocaine, et surtout sur le rôle du Protectorat Français. Ce travail a été également l'occasion de trouver des traces historiques des festivals français de la rose évoqués par les enquêtés. Les documentés collectés sur le terrain ou au sein des archives ont été classés par thématiques et seront présentés et étudiés directement dans le corps de l'étude.

III. Les biais de l'enquête de terrain.

1. Les éléments de définition identitaires.

Faire du terrain en géographie implique d'utiliser mes sens tels que par exemple la vue (Ginisty, Vivet, 2008). J'ai une manière de porter mon regard sur ce que j'observe qui m'est propre (Ginisty, Vivet, 2008). Ce que je déduis de ce que je vois m'est propre. Dans le même ordre d'idée, lorsque je vais recueillir un témoignage, je vais entendre des propos qui vont évoquer chez moi une interprétation et générer des sentiments qui me sont personnels. Ces mêmes paroles n'évoqueraient pas substantiellement la même interprétation chez tous les individus. La culture, l'éducation, le rapport à l'altérité, conditionnent les descriptions que font les individus

de la réalité (Ginisty, Vivet, 2008). C'est pourquoi il convient de souligner les biais qui m'incombent mais aussi ceux dont mes interlocuteurs peuvent faire l'objet. Je suis née et j'ai grandi en France avec une mère née au Maroc, un père né en Algérie, conférant un contexte multinational et multiculturel à mon éducation.

Les éléments qui définissent l'identité du chercheur qui a mené l'enquête sur le terrain, tels que le sexe et l'âge, orientent les propos des interrogés (Fournier, 2006). Les réponses des enquêtés qui ne sont pas toujours identiques d'un enquêteur à l'autre influencent l'enquête. Détailler ces caractéristiques est donc nécessaire pour nourrir la réflexion du lecteur concernant le contexte des informations et des données collectées sur le terrain de recherche.

Née en France, de nationalité franco-marocaine, fille d'une mère marocaine originaire de la ville d'Oujda au Maroc, les enquêtés m'identifiaient en tant que marocaine bien que cette partie du Maroc m'était inconnue. Cette situation faisait tomber la barrière relationnelle et facilitait nos échanges. Je me présentais comme étant étudiante en France, un parcours d'excellence pour nombre d'entre eux. Régulièrement, je recevais des compliments et des prières pour que « Dieu m'accompagne vers la réussite de mes études ».
Ayant grandi au sein d'une famille marocaine, comprendre et m'exprimer en *darija*, l'arabe marocain, n'était pas un problème. La maîtrise de cette langue a elle aussi facilité ma présentation auprès des enquêtés. Cependant, en raison bien souvent d'une absence de scolarisation, toute la population marocaine ne parle pas l'arabe marocain. Lee terrain de recherche se situant en région berbérophone et ne parlant pas *le tachelhit*, l'arabe marocain ne me suffisait pas à créer systématiquement une proximité avec les acteurs du terrain.

La religion, l'Islam, était aussi un moyen d'identification pour les enquêtés. Étant de confession musulmane, cela constituait un point commun entre les interrogés et moi-même. Lors des contacts avec les enquêtés, si l'appel à la prière du muezzin retentissait, une pause était prise pour faire ensemble les ablutions et la prière. Cela contribuait à créer une proximité qui facilitait les échanges.

Mon sexe et mon identité de genre féminin, quant à eux, conditionnaient les relations chercheuse/enquêtés avec les femmes et dans une plus forte mesure avec les hommes. Les femmes et les hommes étant le plus souvent séparés dans des espaces distincts cela créait une proximité plus importante avec le sexe féminin puisque de fait, je pénétrais les espaces réservés aux femmes. En ma présence elles pouvaient se mettre à l'aise, se dévêtir ou s'allonger par exemple, ou encore m'inviter chez elles, ce qui n'est pas possible face à un individu de sexe masculin, en raison des normes culturelles et sociales. Ces conditions, bien que non systématiques, permettaient d'offrir un espace confortable aux échanges avec les femmes. Cela aurait été plus compliqué si cette étude avait été réalisée par un individu de sexe masculin, ce dernier aurait dû trouver d'autres moyens de créer une relation de proximité. Le sexe féminin privilégiait et enrichissait les échanges avec les femmes, tandis que mon statut marital et social de femme intriguait.

Une jeune femme marocaine, musulmane et mariée qui voyage, qui sait conduire, qui loge à l'hôtel, seule, sans son mari pendant plusieurs mois, n'est pas en adéquation avec les normes sociales et culturelles locales. Cela suscitait de la surprise, de l'interrogation et sans doute d'autres sentiments chez les enquêtés. Les femmes avaient tendance à me poser des questions d'ordre personnel, marquant une distance et une différence importante entre ma réalité quotidienne de femme et la leur.

Avec les hommes, si la religion, la nationalité et la langue rapprochaient également, le sexe et le genre posaient question. Les hommes pouvaient avoir un comportement inopportun, lié à l'absence du mari. Les représentations du sexe et du genre féminin des femmes résidant en Occident pouvaient développer chez certains hommes un intérêt non réciproque qui complexifiait ma position de chercheuse vis-à-vis des hommes sur le terrain. Les avances verbales et écrites, pouvant aller jusqu'au harcèlement, conditionnaient mon attitude vis-à-vis des hommes, interrogeant nécessairement ma subjectivité en tant que chercheuse.

Ainsi, mes origines marocaines, ma maîtrise du *darija* et ma religion ont pu être génératrices de rapprochement et de lien social. Cependant, les normes culturelles et sociales relatives au sexe et au genre engendraient des différences. De surcroît, les éléments de définitions identitaires me concernant, mes origines, mes nationalités, les langages maîtrisées, ma formation universitaire, mon sexe et les interprétations du genre que je représentais pour les enquêtés impliquaient des biais dans les rapports.

2. Éclairage sur la subjectivité dans la recherche.

Ma présence physique quotidienne sur le terrain auprès des enquêtés questionne car elle induit une implication personnelle de ma part (Charliac, 2014). Cette implication personnelle et sentimentale doit être prise en compte pour que le travail puisse conserver sa crédibilité scientifique tout en évitant une objectivation excessive qui éloignerait mon travail de la réalité (Charliac, 2014). Ma subjectivité, intrinsèque à mon implication sur le terrain, doit être prise en compte par le lecteur.

L'observation directe et participative qu'a exigé la réalisation de ce travail de recherche a nécessité que je partage le quotidien des enquêtés afin d'appréhender leur réalité et nourrir les analyses de recherche. Cette présence quotidienne a fait naître une proximité avec les enquêtés, permettant à ces derniers de s'ouvrir et de partager avec moi des récits de vie sincères. Cela les amenait souvent à parler de moments difficiles de leur existence, les poussant à revivre des souvenirs douloureux. Face aux confidences sincères et aux larmes de certains enquêtés, j'ai aussi ressenti des émotions telles que l'empathie et la tristesse, créant ainsi un lien émotionnel entre les parties.

Ma présence relativement longue sur le terrain (7 mois) m'a permis d'interroger un échantillon d'acteurs composé d'hommes et de femmes et d'approfondir certaines de ces relations grâce à des liens émotionnels plus forts, questionnant ainsi ma subjectivité. Celle-ci est aussi interrogée dans la motivation de mon choix de sujet de recherche. Mon intérêt et mon engagement certain

pour le Maroc et pour les questions de genre et de tourisme justifient ici mon choix de thème de recherche.

Reconnaître le caractère inéluctable de la présence d'une forme de subjectivité dans la recherche se matérialise par le partage des biais identifiés. En ce sens, je me dois d'éclairer le lecteur concernant les éléments qui caractérisent mon identité, mon sexe, mon genre, mais aussi mes positions à propos des questions traitées dans le cadre de ma recherche, afin qu'il puisse situer les données produites dans mon analyse (Hancock, 2007).

3. Réalisation du terrain en tant que femme…

Mon éducation familiale et scolaires m'ont apporté un regard croisé sur les questions du sexe, du genre féminin et des rapports de pouvoir entre les femmes et les hommes. J'ai dû déconstruire ce regard pour pouvoir étudier objectivement le genre dans un contexte rural et marocain dans le cadre de cette recherche universitaire.

Avant mon départ, il n'y avait pas d'appréhension de ma part concernant les conséquences de ma position de femme sur les relations que j'entretiendrais avec les femmes et les hommes sur le terrain ou sur la collecte des données. Une fois sur place, ma position de femme a rapidement été soulignée par le comportement de certains hommes. Dans la rue, les interpellations et les sifflements se sont vite fait entendre.

Il m'est arrivé que des hommes de tout âge me suivent ou m'encerclent dans la rue. À cela se sont ajoutés des comportements violents de la part de certains individus masculins. Un adolescent m'a jeté des pierres, une autre fois de jeunes garçons ont craché sur la poignée de ma porte de voiture. Au-delà des incivilités dans l'espace public j'ai été confrontée à des rapports de genre au sein même de mon espace personnel, se matérialisant par un harcèlement constant de la part du réceptionniste d'un hôtel dans lequel j'ai logé, m'obligeant à changer d'hébergement.

J'étais aussi confrontée à des rapports de genre complexes avec les enquêtés de sexe masculin. L'intérêt scientifique que je portais à leur égard représentait, pour certains des hommes interrogés, sans distinction d'âge, mariés ou non, une opportunité d'ordre personnel. Certains des enquêtés formulaient leurs attentes personnelles oralement après les entretiens. Cela se traduisait par des propositions de rendez-vous ou par des compliments physiques. Cela s'est également manifesté sous la forme d'appels réguliers sans respect d'horaires ou de l'envoi de SMS. J'ai reçu un soir un SMS d'un enquêté me demandant ce que je portais. Les témoignages de l'intérêt de certains hommes pouvaient se traduire par un geste physique. Par exemple, un enquêté m'a caressé la cuisse sous la table. Pourtant, je glissais dans la conversation que j'étais mariée, pensant que cela pourrait évoquer auprès des hommes un statut social réservé, mais cela s'est avéré le plus souvent inutile. De la même façon, le statut d'homme marié ou de père ne constituait pas nécessairement une raison suffisante pour empêcher ces comportements, contrairement à ce qu'énoncent les normes sociales, culturelles et religieuses locales.

Je craignais que ces situations, qui ont pu me faire ressentir un sentiment d'indignation et d'insécurité, aient des effets négatifs sur le déroulement de mon enquête auprès des hommes et sur mon analyse des dynamiques de genre. J'ai décidé de partager mon expérience avec certaines femmes et certains hommes interrogés sur le terrain. Ces expériences ont révolté tant les hommes que les femmes avec qui je les ai partagées, toutefois, les femmes expliquaient que les hommes de la région sont « comme ça ». Elles disaient que les « hommes de Kelâat M'gouna sont sales et mal élevés ». Elles faisaient part d'expériences similaires et expliquaient que cela arrive surtout aux jeunes femmes et que c'est pour cela qu'il vaut mieux être accompagné. J'ai alors découvert que certaines femmes de la région étaient confrontées à des situations similaires, parfois plus graves. Cela m'a placée dans une situation d'égale avec les femmes et même de proximité en tant que victime de comportements masculins importuns. Ce partage d'expérience sincère et la proximité qui en a découlé ont encouragé les femmes à s'ouvrir davantage dans leur récit, me permettant d'exploiter positivement le rapport de genre.

J'ai décidé de faire la même chose avec les hommes. Le résultat variait selon les cas. Certains, comme les femmes, étaient révoltés et condamnaient ces comportements. Ils me dévoilaient alors plus facilement leurs opinions et leurs expériences sur les rapports de pouvoir. D'autres encore étaient protecteurs, faisaient preuve d'empathie et décidaient de m'aider dans la réalisation de mon enquête. Ce soutien a été précieux et a fait beaucoup avancer mon travail. Enfin, dans des cas plus isolés, les hommes allaient dans le même sens que ces comportements, malgré le partage de mon expérience et de mon indignation. Par exemple, un enquêté a dit qu'il comprenait ces comportements, car je ne me rendais pas compte à quel point j'étais belle. Par conséquent, cela justifiait d'après lui les comportements auxquels je faisais face. Ce partage d'expérience difficile et bien que déplaisant, m'a permis de tisser des liens forts avec certains des enquêtés, femmes et hommes, et d'analyser à la fois l'expression des rapports de pouvoir de genre et leur construction sociale.

4. … musulmane…

De confession musulmane, je partageais la même religion que les enquêtés. L'islam constituait un point commun et une ressemblance d'un point de vue identitaire qui facilitait les échanges avec les enquêtés. Cela pouvait néanmoins marquer aussi une distanciation car nos pratiques différaient. En effet le respect de l'islam pouvait signifier pour les femmes et les hommes des pratiques spécifiques, notamment concernant la tenue vestimentaire appropriée aux femmes selon les enquêtés. Il est arrivé que des femmes m'interrogent sur ma tenue vestimentaire, car bien que je sois musulmane, je ne portais pas une tenue similaire à celles portées localement. Les femmes pouvaient, par exemple, me conseiller de porter des vêtements longs jusqu'aux cuisses et aux avant-bras et larges pour couvrir mon corps. Les pratiques de l'islam se mélangeaient aux représentations et aux pratiques sociales et culturelles. Dans ce cadre, la question du vêtement est intéressante car, bien qu'ils aient un cadre islamique dans le sens où ils couvrent le corps féminin, les vêtements portés par les femmes respectent les traditions culturelles locales.

Dans le même ordre d'idée, mon statut marital était un sujet d'interrogation qui revenait souvent chez les hommes et les femmes de la région. Je suis mariée mais j'étais seule sur le terrain. Être sans mon mari, impliquait de loger à l'hôtel, de me déplacer seule en voiture d'un quartier à l'autre, ce qui y est rare pour une femme. L'absence de mon conjoint impliquait d'être seule en permanence et d'être en contact avec des hommes, ce qui, en tant que femme, est étranger des pratiques habituelles locales.

« Ça ne se fait pas pour les femmes », « C'est étrange », « Ton mari te laisse faire ? » sont des exemples de commentaires que l'on me faisait. Il était difficile de donner un cadre à ces remarques qui pouvaient revêtir des raisons religieuses car ma présence solitaire impliquait des cas où je pouvais être seule avec un ou plusieurs hommes dans des espaces privés. Ces remarques pouvaient aussi relevés de raisons culturelles et sociales car il n'était pas dans l'habitude des femmes de voyager seules dans un territoire inconnu, hors famille, ou pour les hommes d'envisager qu'une femme puisse voyager seule sans son mari. Le respect de ces règles semble préserver la sacralité de la femme, de l'homme, ainsi que celle du couple, ce qui me plaçait hors de ce cadre.

Ce comportement hors cadre conduisait certains enquêtés à remettre en cause la véracité de mon statut marital. D'autres m'interrogeaient quant à la nationalité de mon conjoint. Lorsque j'ai révélé que mon conjoint était français, non marocain, cela semblait plus compréhensible pour les femmes et pour les hommes. Ils acceptaient alors mieux mes choix et mon comportement, et les justifiaient par le fait que le conjoint soit un « *gaouri* », c'est ainsi que mon mari était désigné. Au Maghreb, ce terme, au pluriel « *gouers* », désigne l'Occidental, l'Européen, le Chrétien et parfois dans un cadre plus religieux, le mécréant (El Houssi, 2007). Cette analyse se justifie par les commentaires des enquêtés sur la nationalité française de mon conjoint car, bien qu'il soit musulman, son occidentalité supplantait ses autres caractéristiques identitaires.

« Tu as eu raison de choisir un "*gaouri*", c'est mieux qu'un Marocain », « Les "*gouers"*, ils respectent les femmes, ce n'est pas comme ici », disaient certaines femmes. « Un Marocain ne t'aurait jamais laissé faire ce que tu fais », disaient certains hommes. Certaines enquêtées m'ont même demandé de leur trouver un mari « comme le mien ». L'occidentalité de mon conjoint l'emportait sur les normes religieuses, sociales et culturelles si importantes dans les discours des enquêtés. Cela allait parfois même jusqu'à des compliments ou jusqu'à dire que les « *gaouris* » sont meilleurs que les Marocains.

5. … franco…

Il est nécessaire de contextualiser l'écriture de cette thèse qui se fait en France, en langue française, et qui s'appuie sur des ouvrages majoritairement français ou traduits en français. Au biais de la ressource documentaire s'ajoute celui de mon statut de franco-marocaine résidant en France. Sur le terrain, cela générait des biais qui s'ajoutaient à ceux d'être femme et étudiante universitaire, inscrivant les rapports chercheuse/enquêtés dans les dimensions post et décoloniale de cette recherche. L'imaginaire de certains enquêtés à propos de la France, et plus

largement de l'Europe et de l'Occident, d'une part, et d'autre part, des Marocains qui se sont installés en France, semble aller dans ce sens. Cet imaginaire prenait la forme d'un Eldorado européen, plaçant le rapport chercheuse/enquêté dans un rapport de domination Nord/Sud.

Le comportement de certains enquêtés allait dans ce sens. Certains partageaient leurs opinions en disant qu'en Europe il y a tout alors qu'au Maroc il n'y a rien. Ils me faisaient part de leur rêve d'aller en France pour y gagner beaucoup d'argent. Il est arrivé que je doive donner de l'argent à la fin d'une interview. Il est aussi arrivé que des hommes me demandent en mariage ou que des femmes expriment leur volonté de me marier à leur fils dans le but de pouvoir aller en France pour y gagner leur vie car il ne leur est pas possible d'évoluer localement.

L'idée d'une opportunité pécuniaire était également exprimée par certains hommes dans leur proposition de s'associer en affaires avec eux pour qu'ils puissent développer une activité économique comme la création d'un hébergement grâce aux touristes français que je serais en mesure d'attirer sur le territoire en raison de ma nationalité.

Pour sortir de ce rapport de domination, je valorisais leur témoignage, leur activité et leur vie de femme ou d'homme. Je révélais aussi une partie de ma vie privée, les moments difficiles notamment, pour déconstruire leur imaginaire d'une France développée et d'un Maroc sous développé de manière que les interrogés puissent s'identifier à moi. Je partageais avec eux une partie de mon enfance en leur révélant, par exemple, que j'étais issue de l'immigration, élevée dans une cité de banlieue parisienne par une mère célibataire, femme de ménage. Il ne s'agissait pas de rentrer dans un cliché mais plutôt de révéler des éléments d'une vie modeste pour déconstruire cette idée d'un Eldorado français. Il m'arrivait aussi d'évoquer mon implication au sein d'une association qui offre un soutien alimentaire aux sans-abris et aux personnes vivant sous le seuil de pauvreté en France. Cela permettait de les inviter à déconstruire leurs imaginaires et de réduire quelque peu les conséquences du rapport post-colonial d'une chercheuse française riche et d'un interrogé marocain pauvre dans la collecte des données.

6. …marocaine.

Dans les discours des enquêtés, il y a plusieurs types de Marocains : ceux qui sont nés au Maroc, y ont grandi et y résident avec une qualité de vie modeste, et ceux qui font partie de la diaspora et qui habitent le « *kharij* », c'est-à-dire l'étranger occidental. La description des Marocains résidant à l'étranger (MRE) par les enquêtés était double. D'un côté, les MRE représentent une aide précieuse pour certains enquêtés car leur soutien financier les aide au quotidien. D'un autre côté, le discours des enquêtés envers les MRE est plus négatif, dénonçant une forme d'arrogance du fait de la mise en valeur de leur patrimoine immobilier important dans la région à travers des maisons à plusieurs étages qui jouxtent des espaces de pauvreté. Ils se distingueraient aussi par des comportements tels que le port de vêtements à la mode, la location de voitures dernier cri, qu'ils conduisent en passant de la musique à plein volume, le tout dans une présence estivale ou épisodique dans l'année.

Cette description évoquait à certains égards mes vacances « au bled » lorsque j'étais enfant et que je me rendais avec ma famille dans le village de ma mère, tout de neuf vêtue, les bras et valises chargés de présents. Il s'agissait d'un comportement que ma famille et moi n'adoptions jamais lorsque nous étions en France. Lorsque j'interrogeais ma mère sur cette attitude, elle expliquait que c'était nécessaire lorsqu'on venait de France, qu'il fallait montrer sa réussite sinon c'est « l'*hachouma* », la honte. Il y avait une volonté de répondre positivement aux imaginaires de richesse européenne des locaux. Pour certains membres de ma famille qui résidaient au Maroc, la venue de la famille qui résidait en France et tout ce qui en découlait était une fierté qu'ils affichaient dans le village.

Mes efforts pour gommer cette catégorisation dont découle un rapport de domination pouvaient se faire sentir par moments à travers les enquêtés : « Toi, tu n'es pas comme les autres Marocains de l'étranger qui viennent ici », « Toi, tu es simple, tu es comme nous ». Cependant mon accent français, mes tenues vestimentaires occidentales facilement identifiables sur le territoire ainsi que les sollicitations financières et matérielles dont je faisais l'objet, me classaient *de facto* dans la catégorie MRE.

7. Les aléas de la traduction.

Le dernier biais sur lequel je souhaite revenir est linguistique. Je ne parle ni ne comprends le *tachelhit*, qui est la langue amazighe parlée sur le territoire de recherche. Bien qu'elle ne soit pas la seule utilisée, elle y est la langue dominante, celle qui est le plus largement employée. Je maîtrise uniquement la *darija*, l'arabe marocain. Ce dernier était compris et parlé par la plupart des enquêtés mais certains ne le comprenaient que partiellement voire pas du tout. Cette situation concernait surtout les femmes car ce sont elles qui sont les plus touchées par l'analphabétisme et qui quittent rarement la région, voire l'espace du douar, même si cela a concerné aussi certains hommes.

J'ai donc dû recourir dans certains cas à des traducteurs, ce qui m'empêchait d'avoir une relation directe avec les enquêtés. Pour que ces derniers se sentent à l'aise et soient rassurés, je choisissais un acteur du territoire de même sexe qu'eux. Pour éviter la censure qui pouvait être générée par la présence d'un tiers, un traducteur proche ou connu de l'enquêté était choisi.

Le recours aux traducteurs impliquait également une perte de données car, d'après eux, tous les mots en *tachelhit* n'ont pas d'équivalent exact en *darija*. Une fois le propos traduit en *darija*, je proposais une traduction en français. Ainsi, à l'exception d'un nombre très réduit d'entretiens qui ont eu lieu en langue française, un travail de traduction des entretiens a été effectué, du *tachelhit* vers le français en passant par la *darija* ou de la *darija* vers le français, générant une double perte d'information, la sémantique des mots étant très différente d'une langue à l'autre.

Conclusion du chapitre 2

La définition et l'explication du protocole d'enquête mettent en exergue le choix d'une méthodologie qui fait appel à des outils d'enquête appliqués par d'autres disciplines proches de la géographie. Un choix qui s'explique par le fait que cette recherche mobilise des concepts pluridisciplinaires, s'inscrivant dans les champs de la géographie, du tourisme, du patrimoine et des études de genre.

La présentation de la méthodologie d'enquête montre son lien avec la définition et la délimitation de l'objet et du terrain d'étude. Il y a une co-construction progressive de la méthodologie d'enquête et du terrain de recherche dans le sens où les deux s'affinent ensemble au fur et à mesure du déploiement des enquêtes. De la même manière, les choix des outils d'enquêtes ont évolué pour contourner les freins générés par le contexte de la pandémie de COVID-19 et la complexité du terrain. La méthodologie est passée d'une organisation fine en trois étapes à la création d'un réseau d'enquêtés qui s'appuie sur la méthode boule de neige. Cette évolution de la méthodologie au fur et à mesure de l'avancé des enquêtes, de la découverte du territoire et de la précision du terrain de recherche a permis de prendre en compte l'aspect colonial de l'industrialisation de la rose révélé par les enquêtes. En effet, c'est cette adaptabilité qui a ouvert la méthodologie sur une enquête historique dans les archives de Rabat et du Musée International de la Parfumerie à Grasse.

Enfin, l'exposition du protocole d'enquête et de la construction du terrain de recherche montre aussi une dimension subjective importante de cette recherche qui est inhérente aux outils déployés, à l'instar de l'observation ethnographique et de l'entretien à composante biographique. Cette recherche repose donc sur une méthodologie où mon expérience relationnelle avec les enquêtés et celle du terrain est prépondérante. C'est la raison pour laquelle elle comporte des biais mais qui ont toutefois été minimisés.

Chapitre 3. Héritages du modèle de production colonial de la parfumerie grassoise et développement de la filière de la rose à parfum à Kelâat M'gouna.

Au cours des entretiens menés auprès des cueilleuses, des unités de transformation, de l'actuelle usine des *Arômes du Maroc* et du tissu associatif, la présence française a été évoquée plusieurs fois. Ces références nous ont conduit à découvrir l'implantation de deux usines à Kelâat M'gouna durant le Protectorat consacrées à la transformation de la rose Damascena pour alimenter les parfumeries de Grasse. Il est important de préciser que la culture de la rose et sa commercialisation n'ont pas commencé sous l'impulsion de l'implantation de ces usines françaises à l'époque coloniale. Néanmoins, l'arrivée de ces deux usines dans la région a influencé le système de production déjà en place, les pratiques sociales et culturelles ainsi que la stratégie de mise en tourisme.

L'objectif de ce chapitre est de comprendre la manière dont le modèle de travail industriel grassois a été transplanté dans la région de Kelâat M'gouna et s'est adapté avec le système déjà en place. Puis d'analyser l'influence contemporaine de cette transplantation sur le travail agricole féminin dans la filière de la rose à Kelâat M'gouna. Enfin, de comprendre si les nouvelles formes de travail des femmes issues de cette influence encouragent *l'empowerment* féminin et des rapports de genre plus juste dans la filière de la rose. Nous étudierons également l'influence du modèle promotionnel industriel grassois sur la manière dont l'image des travailleuses est utilisée à Kelâat M'gouna dans la stratégie de mise en tourisme de son patrimoine agricole et industriel. Il s'agira alors de comprendre si cette stratégie de mise en tourisme du travail agricole des femmes tend vers une matrimonialisation du travail agricole ou si cette stratégie s'inscrit dans une logique d'instrumentalisation de l'image des travailleuses qui renforce les rapports de domination de genre et à fortiori la dimension patriarcale du patrimoine.

Pour ce faire, nous nous appuyons sur des publications et photographies historiques recueillies au sein des archives du Musée international de la Parfumerie à Grasse. Ces sources d'archives permettent de retracer l'implantation des deux usines coloniales à Kelâat M'gouna. En 1946, sous le Protectorat français, un ingénieur industriel français, Georges Igolen, fut envoyé à Kelâat M'gouna afin de mener une étude sur les caractéristiques de la rose Damascena par la famille industrielle grassoise Chiris. Cette famille domina le marché de la parfumerie grassoise et participa au rayonnement de la France dans ce domaine durant près d'un siècle. Ce sont les recherches de Georges Igolen qui ont permis l'installation de l'usine *Aromag* des Chiris à Amednagh, un village près de Kelâat M'gouna, en 1947. Ses écrits sont aussi notre source principale concernant l'installation de la première usine coloniale à Kelâat M'gouna en 1937, la *Société Florale de l'Atlas* appartenant à la *Compagnie Africaine des Plantes à Parfum (CAPP)*.

Nous complétons l'analyse de ces données d'archives avec les travaux des historiennes Mathilde Cocoual et Colline Zellal qui s'est intéressée pour la première à l'expansion coloniale de la famille Chiris et pour la deuxième à la place des femmes dans l'industrie de la parfumerie grassoise au cours de la seconde moitié du XX^{e} siècle. L'ensemble de ces données historiques

serviront à éclairer les données recueillies sur le territoire de la rose de Kelâat M'gouna. Il ne s'agit pas de faire une comparaison entre le travail des femmes à Grasse et à Kelâat M'gouna mais bien d'analyser l'influence du transfert de modèle de production et de promotion de ce patrimoine industriel sur les rôles investis par les femmes au sein de la filière de la rose marocaine et de sa mise en tourisme.
Dans ce chapitre composé de deux parties, nous retracerons d'abord l'introduction du Maroc dans l'industrialisation coloniale française (1). Cela à travers l'étude de l'expansion de l'industrie de la parfumerie Chiris dans les colonies, en particulier dans la région, de Kelâat M'gouna avant d'éclairer la manière dont la filière de la rose à parfum continue d'être sous la domination de l'industrie de la parfumerie de luxe (2).

I. La rose de Kelâat M'gouna dans l'industrialisation de la parfumerie grassoise.

1. L'intégration des plantes à parfum marocaines dans la stratégie coloniale capitaliste des entreprises à parfum grassoise.

L'introduction des deux établissements industriels à Kelâat M'gouna que sont la *Société Florale de l'Atlas* de la *CAPP* et *Aromag* de la famille Chiris s'est faite dans un contexte de conquête coloniale capitaliste sur lequel il convient de revenir. Cette contextualisation historique permet de comprendre comment la rose de Kelâat M'gouna, son territoire, et plus largement le Maroc à travers ses plantes à parfum, ont été intégrés à la stratégie capitaliste et coloniale de l'industrie de la parfumerie française.

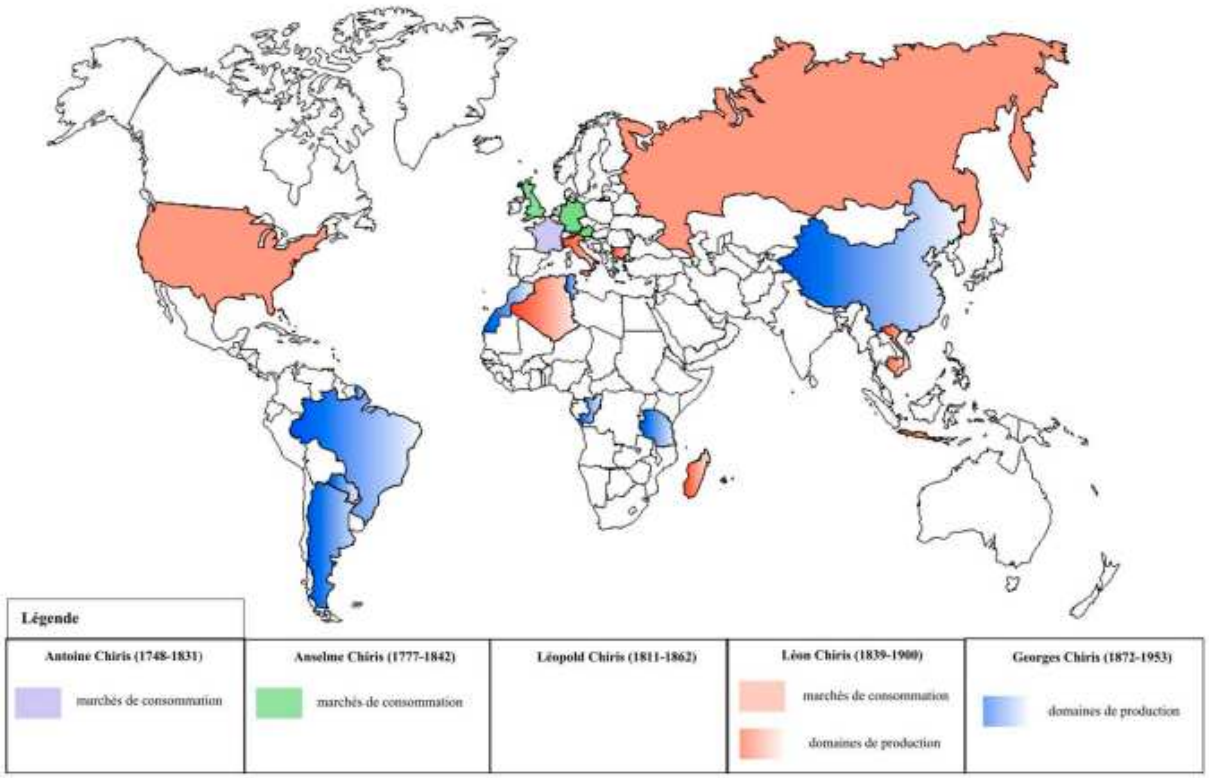
<u>La conquête des plantes aromatiques, médicinales et à parfum : une ambition coloniale.</u>

En 1830, Charles X (1824-1830) lance une stratégie de conquête coloniale mondiale des matières premières qui constitua la base du développement industriel de la parfumerie à Grasse qui permit à la France de s'imposer mondialement dans ce domaine (Perrin, Baumann, Butner, 2016). Cette stratégie coloniale répond à plusieurs ambitions économiques et commerciales. Elle permet à la France d'être approvisionnée en matières premières naturelles, comme les plantes à parfum, sans dépendre des cours et des variations du marché. Mais aussi de se défaire des intermédiaires et des producteurs, d'avoir un moyen de pression sur les producteurs en les menaçant de se fournir ailleurs et d'avoir accès à des parcelles agricoles et à une main-d'œuvre à moindre coût. Ainsi, plusieurs sociétés grassoises, notamment les établissements *Chiris*, ont introduit des fondés de pouvoir ou des domaines de production dans les colonies. Ces implantations participent à expliquer la diminution des surfaces agricoles dans le bassin grassois.
L'historiographie consacrée aux parfumeries grassoises s'est peu penchée sur les questions de leur extension agricole et industrielle coloniale. C'est ce que montre la thèse de Mathilde Cocoual (2017), et avant elle d'autres auteurs comme Eliane Perrin (2005) dans son livre consacré aux établissements *Antoine Chiris*. C'est aussi ce que j'ai remarqué lors de mon travail bibliographique et mes recherches dans les archives de Rabat et du Musée International de la

Parfumerie à Grasse. Les données qui éclairent l'introduction des établissements industriels à Kelâat M'gouna-Dadès sont peu nombreuses. De ce fait, nous n'avons pas pu éclairer la trajectoire historique de *la Société Florale de l'Atlas* de la *CAPP* après son installation à Kelâat M'gouna mais nous avons pu le faire pour la société *Aromag.*

Le développement industriel de la parfumerie grassoise grâce aux plantes aromatiques, médicinales et à parfum des colonies : l'exemple des établissements Chiris.

Les membres de la famille Chiris qui dirigent successivement le patrimoine industriel familial sont fortement impliqués dans la vie économique et politique française, de 1768 à la chute de son empire industriel en 1968, année au cours de laquelle les sociétés sont vendues. Les héritiers de la famille se sont succédé à la tête de cet empire développant successivement la logique industrielle capitaliste et coloniale. C'est dans ce contexte d'attachement et d'engagement au projet colonial que la famille Chiris s'est ralliée à la stratégie de conquête des matières premières lancée par Charles X. Pour ces derniers, l'industrie de la parfumerie grassoise doit participer à l'ambition colonisatrice de la France à travers la valorisation agricole et industrielle car elle permettrait l'équilibre économique de ces nouveaux territoires français. Cette vision se rallie au patriotisme, au paternalisme et au progrès scientifique commun aux parfumeurs grassois.



Carte 5 : Évolution de la présence des établissements grassois Chiris dans le monde de 1768 à 1968.

Source : Thèse de doctorat, Mathilde Cocoual, *Aux sources des parfums : Industrialisation et approvisionnement de la parfumerie grassoise (milieu XIXe – milieu XXe siècle)* (2017).

Les établissements Chiris possédaient déjà une dimension internationale. Elle avait commencé avec l'élargissement des relations commerciales en Europe avec le Royaume-Uni, la Province rhénane, l'Allemagne et Vienne notamment (Carte 5). Mais le développement industriel se fait véritablement avec la conquête des plantes à parfum dans les colonies. C'est la conquête coloniale qui permet vraiment aux Chiris de créer leur empire industriel.
Dans ce cadre, l'Afrique du Nord représente une zone géographique de prédilection. Ces implantations produisent les matières premières et pratiquent l'extraction par solvants volatils pour alimenter l'entreprise familiale à Grasse. L'exploitation des matières premières dans les colonies par l'industrie Chiris débute avec le domaine Sainte-Marguerite en Algérie implanté sous l'égide de Léon Chiris suivant la volonté de son prédécesseur (Carte 5).
« Léopold Chiris eut les premières vues sur les ressources en plantes à Parfum de l'Algérie, où le génie colonisateur français allait faire surgir un magnifique jardin » (MAZUYER Gabriel,1931, p.249 cité par Mathilde Cocoual, 2017).
L'installation du domaine de Sainte-Marguerite en Algérie dans les années 1860 (Cocoual, 2016) a représenté un véritable tournant pour le développement économique et industriel des établissements Chiris. C'est aussi un épisode important pour la région grassoise et plus largement pour la France qui, à partir de cet évènement, commence à obtenir une place et une renommée importante sur le marché mondial de la parfumerie. Il est important de souligner que l'implantation du domaine de Sainte-Marguerite a été permis par l'acquisition coloniale de l'Algérie par la France en 1830 montrant clairement comment le développement industriel de la parfumerie grassoise s'est inscrit dans le sillon du projet colonial français.
D'ailleurs, les différents héritiers et dirigeants des établissements Chiris étaient impliqués dans la stratégie coloniale de la France pas seulement dans leur engagement patriotique et politique, mais aussi à travers l'occupation de postes diplomatiques en parallèle de leur travail dans l'industrie familiale. Ils étaient respectivement maire, sénateur, conseiller général ou encore délégué au sein du Conseil supérieur des colonies (Cocoual, 2016). La famille Chiris valorisait l'expansion de l'installation d'usines dans les colonies à travers leur propre revue : *Les Parfums de France*. Ces publications vantaient leur contribution au projet colonial de la France en même temps qu'elles participaient à la propagande nationale autour du fait colonial. Ces dynamiques soulignent une articulation politique et économique dans la famille qui est propre à cette époque.

C'est sous Georges Chiris que la conquête coloniale des plantes aromatiques, médicinales et à parfum atteint son apogée. Il pousse la stratégie plus loin, en achetant ensuite de nombreuses concessions et en créant des compagnies à travers le monde. D'abord en Tunisie en 1880, au Maroc en 1912 avant de poursuivre ce développement en Afrique subsaharienne, en Asie et en Amérique Latine (Carte 5). En 1914-1918, le ravitaillement en matière premières des établissements Chiris à Grasse est principalement colonial alors qu'ils étaient jusque-là dépendants de Londres et de Hambourg (Carte 5).

« La France, depuis 1880, devenue une puissante nation coloniale, il était naturellement dévolu à une grande industrie de transformation d'aller quérir ses matières premières partout d'abord où flotte le drapeau national. C'est l'honneur de Georges Chiris de s'être assigné un vaste

programme colonial et de l'avoir réalisé avec cette ténacité patiente qu'il faut déployer aux affaires des tropiques. » Nicole RENOIR (2009), citée par Mathilde Cocoual (2017, p.277).

Au Maroc, les industries de la parfumerie se sont installées à partir des années 1920. Avant cette date, seuls des échanges commerciaux sont relatés concernant la marjolaine et les racines d'Iris notamment entre 1912 et 1915. La première ferme expérimentale de plantes à parfum est installée à Marrakech dans les années 1920, puis à Meknès pour la culture de la rose et à Fès pour le géranium. D'autres essais sont déployés dans le pays comme la menthe poivrée et la lavande vraie à Meknès, El Hajeb et Azrou, le narcisse à Dar Bel Aamri ; mais également la sauge sclarée, le basilic, le vétiver, la citronnelle, la marjolaine et le néroli qui fut introduit et développé par une usine moderne dans le Gharb (Cocoual 2017).

La Seconde Guerre mondiale (1939-1945) n'arrête pas les ambitions d'expansion de Georges Chiris qui s'installe à Marrakech, où il vit dans une somptueuse villa. Il poursuit ses projets en s'intéressant à la rose Damascena de la région de Kelâat M'gouna ce qui a débouché sur l'implantation de l'usine de transformation et d'extraction de rose *Aromag,* en 1947 à Amednagh dans la vallée du Dadès (Cocoual, 2016 ; Perrin, Baumann, Buttner 2016). L'intégration de la rose marocaine au projet colonial capitaliste est donc arrivée bien plus tard soulignant la difficulté pour les Chiris, et plus largement pour la France, de pénétrer et de s'installer dans le Sud Marocain.

2. L'installation des deux usines d'extraction grassoise dans la vallée du M'goun et du Dadès.

Une implantation industrielle qui s'appuie sur les explorations de Charles de Foucauld dans le Sud Marocain.

L'installation de l'usine la Société Florale de l'Atlas en 1937 et de celle *d'Aromag* en 1947 intervient après de longues recherches effectuées sur la rose par les industriels grassois. Avec l'aide de la documentaliste des archives du Musée international de la Parfumerie, j'ai pu retracer certaines de ces recherches grâce à des articles de revues spécialisées, un rapport de conférence, des rapports d'entreprises et des extraits de journaux. Ces documents présentent les connaissances récoltées par des industriels grassois ainsi que les sources d'informations qui ont été utilisées pour servir leur travail. Une grande partie de ces documents ont été produits par les établissements Chiris.

Une conférence a été organisée et animée par les industriels des établissements Chiris sur la rose de Kelâat M'gouna, qu'ils nommaient « rose du Dadès ». Elle a eu lieu à Milan à l'occasion du 23e Congrès de Chimie le 18 septembre 1950. D'après le rapport de cette conférence, ce sont les écrits de Charles de Foucauld qui ont permis aux industriels grassois de s'intéresser à la rose du Dadès car ils ont constitué leur première source d'information. Ceux-ci font état de la présence de rosiers dans le Sahara algérien, dans l'oasis d'El Goléa, à 800km au sud de la ville d'Alger mais aussi au Maroc. Les rosiers sont observés dans les oasis et vallées du versant sud du Haut Atlas dans le sud du Maroc parmi lesquelles celles du M'goun et du Dadès. Selon le

récit de ses explorations, les rosiers étaient cultivés par des populations qui se sont sédentarisées autour de ces oasis (Benezet, Favro, Igolen, 1950).

Charles de Foucauld est un explorateur français, anciennement militaire, qui a été rendu célèbre pour les voyages qu'il a menés en Afrique du Nord au cours de la fin du XIXe et du début du XXe siècle. Les observations de son voyage au Maroc (1883-1884) sont rapportées dans son journal *Reconnaissance au Maroc.* Ils ont constitué une ressource essentielle à la France pour servir la conquête coloniale du Maroc. A ce titre, il a reçu la médaille d'or de la Société de Géographie de Paris et les palmes académiques à la Sorbonne en 1885 (Antier, 2019). D'après son récit d'exploration, plusieurs régions du Maroc, notamment le sud, étaient impossibles d'accès pour les Européens et les chrétiens à cette époque du fait de la crainte d'une invasion. Grâce à l'aide d'un rabbin, Charles de Foucault se fit passer pour un juif et a été accepté par les populations locales. Voyager sous cette fausse identité juive lui a permis d'être le premier Européen à traverser le col de Tizi n'Telouet et d'explorer la région du Tafilalet jusqu'au Haut Atlas (Frémeaux, Nordman, 2017). Ce serait donc à travers cette expédition que les premières observations des rosiers Damascena du sud du Maroc ont été rapportées en France. Devenu un homme d'Église, les travaux de Charles de Foucauld ont pris une dimension religieuse. Après avoir été ordonné prêtre, il poursuivit ses recherches sur les Touaregs dans le Sahara algérien où il est décédé en 1916. D'après Georges Igolen (1970), c'est en partant des écrits de Charles de Foucauld que les industriels de la parfumerie ont lancé différentes recherches sur les rosiers au cours du Protectorat français au Maroc (1912-1956).

Des recherches menées par les industriels qui ont débouché sur l'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

Sous le Protectorat français (1912-1956), les rosiers marocains ont fait l'objet de nombreuses études réalisées successivement par des ingénieurs chimistes et botanistes. Ces derniers ont effectué ces études pour le compte de différentes sociétés de l'industrie de la parfumerie grassoise, telle que la société *Chiris* à travers l'expédition de Georges Igolen. Pour ces industriels, l'objectif était de trouver une variété de rosier qui offrirait plus de rendement que la rose de mai déjà présente dans le bassin Grassois pour la fabrication des parfums. Avant de se concentrer sur la Vallée du Dadès et du M'goun, de nombreuses recherches et tentatives de cultures ont été pratiquées sur des rosiers dans les grandes villes du Maroc mais sans succès.
Les premiers essais de culture de rosiers furent réalisés par l'industriel Tornezy à Marrakech et par Egret à Amizmiz, mais n'ont pas donné de résultats probants, de même que les 21 000 boutures de roses de Marrakech plantées près du Cap Spartel dans la région de Tanger pour sa proximité avec l'Europe. De nouveaux essais de culture de roses industrielles ont été mis en place par les ingénieurs chimistes P. Gentien et G. Gradis et J. Gattefossé. Ensemble, ils ont créé la « Roserai de l'oued Yquem » en 1927 dans la région de Casablanca, mais le climat atlantique chaud et humide fut dévastateur pour les plantations de rosiers. C'est ensuite la Compagnie Africaine des Plantes à Parfum (*CAPP*), créée en 1930 par P. Gendis et G. Gradis, qui a pratiqué de nouveaux essais de culture du rosier dans la région de Meknès à Sabaa Aïyoun. Là encore, ces cultures se sont soldées par un échec cuisant avec des rosiers totalement ravagés par la rouille (Benezet, Favro, Igolen, 1950 ; Igolen, 1970).

Face à ces échecs, dans les années 1930, Jean Gattefossé (1899-1960) s'intéressa aux cultures de rosiers des vallées du M'goun et du Dadès. Surtout connu pour la création de jardins botaniques en France et au Maroc, ce fut un personnage-clé dans l'installation des industriels grassois dans la région car ce sont ses écrits qui leur ont servi de base de travail. D'après ses recherches, les cultures de rosiers s'étendaient de Kelâat M'gouna à Boumalne Dadès. Il décrit les rosiers comme florifères, nombreux et grands. Certains des rosiers atteignaient des hauteurs qui allaient jusqu'à 2 mètres. Il est important de souligner que dans les documents que nous avons consultés dans les archives, il n'y a pas de distinction claire entre les vallées du M'goun et du Dadès. Les deux espaces géographiques sont à tort rassemblés sous l'intitulé « vallée du Dadès ». C'est sûrement la raison pour laquelle la rose de cette région y est nommée « rose du Dadès ».

A ce titre, la définition de la variété du rosier Damascena de la région a fait l'objet de nombreux débats jusqu'à la moitié des années 1960. D'abord nommé rosier « El Goéla », en référence aux travaux de Foucauld, il fut défini comme étant de type Damascena par des spécialistes du Service botanique de l'Algérie et du Muséum d'Histoire naturelle. Jean Gattefossé et Emmanuel Miège, spécialiste du Centre Agronomique de Recherche du Maroc, reviennent sur cet avis et le définissent comme étant de type Centifolia. Ce sont les analyses menées par M. Jardin, directeur de la Roseraie de l'Haÿ-les-Roses en région parisienne, qui mettent fin au débat en 1965. A partir des échantillons de tiges et de boutons issus de différents endroits de la vallée du M'goun et du Dadès, il a démontré l'appartenance des rosiers à la variété Rosa x Damascena (Igolen, 1970).
En plus de déterminer la variété du rosier de la région, il s'agissait pour les parfumeurs de définir la qualité du rosier du Dadès. En ce sens, le spécialiste en cosmétique N. Nikolov démontra en 1955, par des analyses chimiques, la qualité supérieure du rosier x Damascena. Selon lui, cette qualité supérieure s'explique par le climat favorable des vallées du M'goun et du Dadès. Le climat continental de la région, c'est-à-dire froid en hiver puis sec et chaud en été avec des températures saisonnières extrêmes, est très favorable pour les plantations de rosiers et joue un rôle essentiel dans sa qualité. D'après lui, il confère aux rosiers des qualités olfactives impressionnantes qui promettent des rendements conséquents en matière d'essence de rose notamment, ce qui est le plus recherché par les parfumeurs (Igolen, 1970).

Ainsi, la rose Damascena marocaine a été privilégiée par les parfumeurs à la rose Centifolia, aussi appelée « rose de mai » célèbre dans la région grassoise pour sa concentration de parfum de rose supérieure. Les rendements, la qualité et la concentration en rose de l'huile essentielle, de la concrète et de l'absolue sont nettement supérieurs avec la rose Damascena marocaine. Celle-ci offre également, en plus d'un parfum fleuri, une fragrance de fond rosée tenace et ainsi qu'une odeur poivrée très recherchée des parfumeurs comme en témoigne Benezet, Favro, Igolen, (1950) et Igolen, (1970).

Utilisation et commercialisation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès avant l'installation des usines coloniales.

Il est important de préciser que la rose Damascena marocaine était déjà exploitée et commercialisée avant les recherches menées par les colons français et l'installation des industries de parfumerie grassoises dans la vallée du M'goun et du Dadès.
Sur le plan international, avant le Protectorat français, le Maroc occupait une place importante dans le commerce international de la rose. Dans les documents produits par les industriels de Grasse, le Maroc est d'ailleurs décrit comme étant l'un des seuls producteurs et exportateurs de rose. En effet, la rose du Dadès contrairement aux roses des autres pays pouvait être séchée sans être détériorée par la moisissure liée à un climat humide. Les roses étaient acheminées depuis les vallées du Dadès et du M'goun pour être exportées depuis le port de Safi en passant par Marrakech. La France importait d'ailleurs des roses séchées au Maroc. En 1909, 23 931 kilos de boutons de rose séchées ont été exportés en France puis 20 589 kilos en 1910, soulignant qu'il s'agissait d'un commerce régulier (Igolen, 1970).
La rose était aussi commercialisée au Maroc à l'échelle nationale sous sa forme séchée mais également sous sa forme fraîche pour servir la distillation. Elle était commercialisée à Marrakech, ville commerciale centrale, où les Marocains les achetaient pour servir une distillation familiale. L'eau florale de rose faisant partie intégrante du rituel de beauté des femmes et des usages culinaires. Si l'essence de rose était rarement préparée par les Marocains, l'huile essentielle de rose était, elle, soigneusement récoltée et était nommée « l'âme de l'eau » (Igolen, 1970).
Enfin, elle était commercialisée localement dans les marchés des vallées du M'goun et du Dadès, soulignant une commercialisation multiscalaire qui précédait la présence coloniale française, et qui s'est poursuivie sous le Protectorat français avant l'installation des parfumeurs. Les écrits de Jean Gattefossé que nous avons évoqués précédemment vont dans ce sens. Selon lui, la commercialisation de roses séchées était largement répandue. Il explique d'ailleurs que plusieurs qualités de roses se sont distinguées sur les marchés : les « Entifa » et les « Glaoua » de qualités inférieures d'une part, les « Scoura » et surtout les « Dadès » d'autre part qui sont de qualités supérieures. Ce sont ces deux dernières variétés qui ont le plus grand succès commercial dans les marchés des villages et qui sont vendues à un coût plus élevé (Sabetay, 1953 ; Benezet, Favro, Igolen, 1950). Les observations de Georges Igolen lors de son expédition pour le compte des sociétés Chiris s'inscrivent également dans cette lignée (Figure 3).



Figure 3 : Vente de roses séchées sur le marché dans la vallée du Dadès avant 1950.

Source : L. Benezet ; L. Favro ; G. Igolen, Les roses du Dadès, conférence à l'occasion du 23e congrès de Chimie industrielle de milan, 1950. Date précise de la photographie inconnue, nous estimons qu'elle a été prise avant 1950. Conservé au Musée International de la Parfumerie.

Les observations dans les marchés locaux ont permis aux industriels de s'informer sur les usages que les populations locales faisaient des roses. Jean Gattefossé souligne que les roses étaient surtout destinées au séchage. Les populations sédentaires faisaient sécher cinq kilos de roses fraîches pour obtenir un kilo de roses séchées (Sabetay, 1953 ; Benezet, Favro, Igolen, 1950 ; Igolen, 1970). Georges Igolen souligne, quant à lui, que les roses sèches étaient utilisées par les populations pour fabriquer une eau de rose de qualité inférieure qui servait à un usage ménager dans la confection de pâtisseries, de confiseries et pour parfumer les lessives. Elles étaient également utilisées dans ce qui était appelée par la France la « pharmacopée indigène » comme collyre pour les affections nasales, auriculaires et vénériennes (Benezet, Favro, Igolen, 1950).

Il n'est pas fait mention de commercialisation de la rose fraîche dans les écrits que j'ai consultés aux archives. Cela s'explique certainement par le fait que les observations des industriels se sont centrées sur la commercialisation qui était faite au sein des marchés des villages. En effet, pour des raisons de conservation, les roses fraîches ne peuvent pas être exposées dans les étals des marchés comme la rose séchée (photographie 59). Mes observations de terrain dans les marchés s'inscrivent dans ce sens. Les roses séchées sont présentes dans les marchés tandis que les roses fraîches empruntent un autre circuit commercial, celui de la distillation. La rose séchée est commercialisée par les hommes toute l'année dans les souks des différents villages par exemple, au *Souk al had* (marché du dimanche) à Ait Sedrate Sahl El Gharbia, au souk *larabaa* (marché du mercredi) à Kelâat M'gouna ou encore souk *al khemis* (marché du jeudi) dans la ville qui porte son nom Souk Lakhmiss Dadès. Hommes et femmes se rendent au marché pour acheter des roses soulignant que cette pratique est toujours au cœur de la vie des villageois. Une

dynamique qui montre combien la rose a depuis toujours fait partie de la vie quotidienne des habitants de la région.

Installation des deux usines dans la région de Kelâat M'gouna et localisation contemporaine.

Grâce à la collecte de toutes ces informations sur le rosier x Damascena de la région, les deux usines d'extraction évoquées au début du chapitre ont pu être implantées. Premièrement, la *Société Florale de l'Atlas (CAPP)* qui fut inaugurée en 1937 au centre de la commune de Kelâat M'gouna par Armand de Dampierre et Max-Henri Bégouën. L'usine, dont il ne reste que des vestiges, est actuellement occupée par l'entreprise *Les Arômes du Maroc,* que nous présenterons un peu plus loin dans ce chapitre (Figure 4).

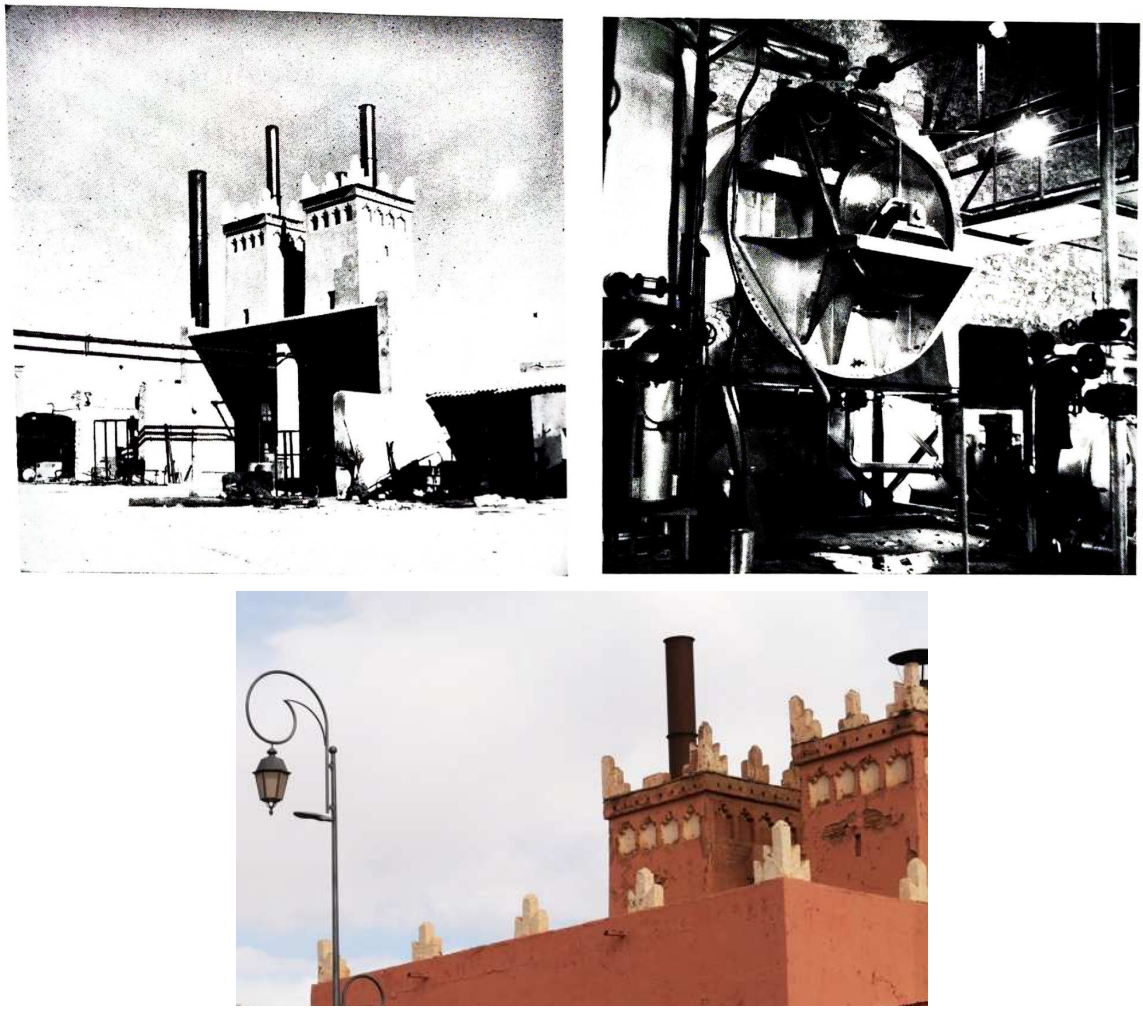


Figure 4 : Usine d'extraction de la Société Florale de l'Atlas avant 1970, Usine des Arômes du Maroc en 2023.

Source : Photo 1 et 2 : G. Igolen, *La France et ses parfums,* n°70, 1970. Photographie prise avant 1970. Conservé au Musée International de la Parfumerie. Photo 3 : Chaudière des *Arômes du Maroc* © NM, 2023

Deuxièmement, l'usine d'*Aromag* en 1947 à 10 km de Kelâat M'gouna dans le village d'Amednagh qui dépend de la commune de Souk Lakhmiss Dadès sur la route nationale (N10).

Cette usine, dont le bâtiment a été conservé, est actuellement occupée et utilisée par l'entreprise française Biolandes depuis 1998 (Figure 5). L'entreprise Biolandes est spécialisée dans la production d'extraits naturels de plantes. D'après leur site internet, l'usine d'Amednagh est dédiée à la transformation de la rose et de l'armoise (Site internet de Biolandes, consulté le 22 août 2023).



Figure 5 : Usine Chiris, Aromag en 1948, vers 1950, Usine Biolandes à Amednagh en 2022.

Source : Photo 1 : L. Benezet ; L. Favro ; G. Igolen, Les roses du Dadès, conférence à l'occasion du 23e congrès de Chimie industrielle de milan, 1950. Photographie prise en 1948. Conservé au Musée International de la Parfumerie.
Photo 2 : Mathilde Cocoual (2023). Photo 3 et 4 : © NM, 2022.

3. Introduction d'un nouveau modèle de production à Kelâat M'gouna et mutations du système agricole traditionnel.

Alors que la rose de Kelâat M'gouna-Dadès était déjà commercialisée sur le marché international sous sa forme séchée, l'installation des deux usines coloniales l'introduit dans un nouveau marché mondial, celui de la parfumerie de luxe. Cela l'intègre dans un système de production qui s'appuie sur un modèle productiviste et capitaliste mondialisé qui est venu modifier les logiques locales. En effet, son introduction dans la chaîne de valeur industrielle coloniale grassoise a bouleversé le système de production agricole déjà en place ainsi que les dynamiques socio-spatiales associées à ce modèle agricole traditionnel.

A travers cette nouvelle exploitation industrielle et coloniale, de nouveaux débouchés sont associés à la culture de la rose. Les deux usines que sont Aromag (Chiris) et la Société Florale de l'Atlas (CAPP) utilisent les roses fraîchement cueillies localement afin de produire les ingrédients de base nécessaires à la fabrication des parfums qui sont ensuite expédiés dans les industries à Grasse. Ces ingrédients sont l'eau de rose, l'huile essentielle de rose, la concrète de rose et l'absolu. L'acquisition de ces précieux ingrédients à moindre coût grâce à une chaîne de valeur industrielle coloniale permet à la Parfumerie grassoise de s'imposer sur la scène internationale. Et, en même temps, cette ascension économique de la parfumerie grassoise participe à faire rayonner la France en tant que puissance économique mondiale.

Établissement d'un nouveau modèle de production industrielle.

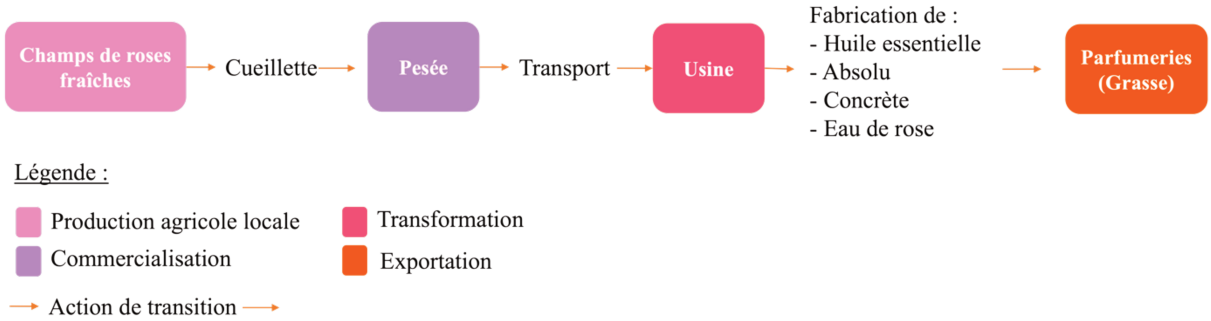


Figure 6 : Schéma de la filière industrielle coloniale d'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

Dans cette nouvelle chaîne de valeur, les roses demeurent cultivées par les agriculteurs locaux dans les champs traditionnels familiaux. Elles sont ensuite cueillies par les soins des agriculteurs et des membres de leur famille, parmi lesquels les femmes (épouse, fille), (Figure 6). La cueillette étant considérée dans les sociétés paysannes comme relevant de l'espace domestique, elle fait partie du travail agricole féminin. Dans l'objectif d'obtenir de meilleurs rendements, les femmes cueillent les roses très tôt le matin. En effet, c'est avant l'apparition des premiers rayons du soleil que les roses sont les plus intéressantes chimiquement. L'analyse de Carlo Lozzi en 1920 montrait déjà la nécessité de cueillir les roses tôt le matin sans quoi les fleurs qui restaient jusque l'après-midi pouvaient perdre 50% de leur teneur en essence et en huile essentielle alors au cœur des besoins de la parfumerie grassoise (Igolen, 1970). Cela a donc demandé aux agriculteurs de s'adapter à la qualité exigée par les usines.

Une fois les roses cueillies, elles sont acheminées par les familles aux différentes entrées des villages pour être vendues aux usines coloniales : c'est la pesée (Figure 7). La pesée est effectuée par des hommes, les chefs de poste, qui installent respectivement une balance aux différentes entrées des villages (Figure 7). C'est là une nouvelle fonction créée par les usines (Igolen, 1970). Ces chefs de poste sont recrutés localement par les usines coloniales pour acheter les roses auprès des différentes familles qui les cultivent dans les villages de la région de Kelâat M'gouna. Ils ont alors la charge de réceptionner les fleurs, de vérifier la qualité, d'effectuer la pesée, de rémunérer les agriculteurs et de stocker soigneusement la marchandise pour qu'elle soit acheminée vers l'usine à posteriori. Le peseur est une figure locale importante

car la fonction donne à son titulaire le rôle d'intermédiaire entre la population locale marocaine et les usines françaises, elle doit être portée par une personne digne de gagner la confiance de tout le monde. Ce poste était très important pour les deux compagnies, car c'est à travers la personne qui l'occupe qu'elles obtenaient les roses et qu'elles pérennisaient leur installation (Igolen, 1970).



Figure 7 : Illustration d'une pesée dans un village dans les années 1950.
S. Sabetay, Industries de la Parfumerie, vol. 8, n°7, juillet 1953. Conservé au Musée International de la Parfumerie.

Il est important de souligner que la pesée représente la création d'un nouvel espace commercial et social qui n'existait pas avant l'installation des usines, les roses étant principalement vendues dans les marchés locaux. La commercialisation de la rose à la pesée représente aussi un nouveau débouché financier pour les agriculteurs et leurs familles qui justifie de développer leurs cultures de rose respectives. Des transporteurs, recrutés par les usines également, se chargent d'acheminer les roses fraîches dans les usines pour qu'elles soient transformées. Les produits fabriqués par les usines sont ensuite directement expédiés à Grasse.

Structuration d'un territoire rural traditionnel par le système agricole productiviste.

L'installation des usines et à fortiori de cette nouvelle chaîne de valeur industrielle a participé à amorcer la transformation du paysage rural de la région de Kelâat M'gouna vers un paysage rural productif et compétitif. Le rapport de Benezet, Favro et d'Igolen (1950) décrit le territoire de la région de Kelâat M'gouna avant l'installation des usines comme une zone désertique dépourvue d'infrastructures. L'établissement de telles usines de production, aux équipements d'extraction de pointe, représentait pour le territoire à cette époque un événement et un élément paysager inédit. Les champs qui s'étendent à perte de vue et l'absence de routes et d'équipements n'étaient pas adaptés au modèle de production industrielle française. Il fallut

alors acheminer des véhicules à moteur depuis la métropole coloniale pour desservir le territoire de la rose et ainsi répondre aux besoins des usines.
Selon le rapport, l'absence de routes rendait difficile l'acheminement des marchandises depuis et vers les usines. Ces descriptions permettent d'imaginer un territoire rural qui a dû être progressivement mis au pas de l'industrialisation coloniale en transformant considérablement son paysage. Par exemple, en passant de la seule présence d'animaux qui tractent (ânes, chevaux), comme moyen de transport non pédestre, à l'apparition des véhicules motorisées bruyants utilisés par les colons (Figure 8). Ou encore le passage de l'usage des Kasbahs à des fonctions d'habitation ou de stockage à des fonctions industrielles d'extraction et de transformation (Figures 4 et 5).



Figure 8 : Piste à la sortie de l'usine d'Aromag entre 1947 et 1950.

Source : L. Benezet ; L. Favro ; G. Igolen, Les roses du Dadès, conférence à l'occasion du 23e congrès de Chimie industrielle de milan, 1950. Date précise de la photographie inconnue, nous estimons qu'elle a été prise avant 1950, lors de l'installation de l'usine *Chiris, Aromag.* Conservé au Musée International de la Parfumerie.

Les champs des agriculteurs se transforment également avec la progression en nombre de cultures de rosiers tout autour des cultures traditionnelles céréalières, fourragères, maraîchères et arboricoles. En effet, les nouveaux débouchés commerciaux suscités par l'arrivée des deux unités de transformation ont poussé les agriculteurs à produire davantage de roses pour des raisons économiques, participant là aussi à modifier le paysage rural. Selon le rapport de Benezet, Favro et d'Igolen (1950), au moment de l'installation, les usines estiment la présence de 400 à 500 tonnes de roses. Cela correspondait selon ce rapport à la totalité des récoltes. Selon les écrits d'Igolen consultés dans les archives (1970), en 1968, les cultures de roses ont atteint plus de 3 kilomètres. Les cultures de rosiers Damascena ont alors progressivement gagné la moyenne vallée du M'goun, dépassant alors le village de Taberkhacht, en direction de l'amont, vers la localité de Boutghrar. Les industriels estiment alors la production de 3000 tonnes de roses fraîches. En 1970, les industriels français *d'Aromag* font une nouvelle estimation et expriment la présence de plus de 5000 producteurs et de plus de 1200 hectares de roses (Igolen, 1970).

L'augmentation de la production agricole répond à la demande grandissante des deux unités industrielles qui elles-mêmes accompagnent le développement considérable de la parfumerie grassoise qui s'impose face à la concurrence européenne sur le marché mondial. Ainsi, de 1937, date de l'installation de *La Société Florale de l'Atlas*, à 1940 le tonnage de roses transformées passe de 12 à 15 tonnes. Il grimpe de façon importante puisqu'en 1946 le tonnage est 11 fois supérieur avec 175 tonnes de roses transformées. L'année 1947, qui marque l'installation de la société *Aromag*, déploie une seconde vague de développement qui s'est poursuivie de façon considérable faisant passer la transformation industrielle de 380 tonnes en 1947 à 2500 tonnes de roses fraîches en 1968 (Tableau 8). Les volumes de production de la rose de Kelâat M'gouna dépendent des évolutions de la demande du marché international. Plus les besoins en matières premières de parfumerie (huile essentielle, concrète, absolue, eau de rose) à Grasse augmente, plus les deux unités doivent produire et donc acheter plus de roses localement, et plus les agriculteurs développent les cultures de roses pour répondre à cette demande et gagner plus d'argent.

Période	**Transformation de roses fraîches (en tonne)**
1938 à 1940	12 à 15
1941 à 1943	60 à 80
1944 à 1946	120 à 175
1947 à 1949	380 à 400
1950 à 1952	500 à 600
1953 à 1955	700 à 800
1959 à 1961	1100 à 1200
1962 à 1964	1400 à 1600
1965 à 1968	1800 à 2500

Tableau 8 : Évolution de la transformation des roses de 1938 à 1968.

Source : G. Igolen, Les roses du Dadès, La France et ses parfums n°70, 1970.

En effet, l'augmentation des cultures de rose s'explique aussi par l'augmentation du prix d'achat de kilo de roses fraîches car il devient plus intéressant financièrement pour les agriculteurs de cultiver des rosiers Damascena (Tableau 9). L'année de l'installation de la première usine en 1938, la rose fraîche était achetée auprès des producteurs pour 3 francs le kilo. L'augmentation est minime, l'industrie étant impactée par la Seconde Guerre mondiale (1939-1945) mais progresse d'année en année jusqu'à l'installation de la seconde usine après la guerre. Le prix augmente alors de 4 francs passant de 8 à 12 francs le kilo. Il chute brusquement en 1949, mais connaît une ascension fulgurante en 1951, pour une raison inconnue, puis chute de nouveau en 1955. Cette période est traversée par des perturbations politiques qui ont abouti à l'indépendance du Maroc en 1956.

Après cette date, le prix fluctue mais augmente progressivement, en écho avec la récolte qui progresse (Tableau 8) passant d'un prix de 35 francs le kilo et d'un traitement de 1100 tonnes en 1959 à un prix de 64 francs le kilo et d'un traitement de 2500 tonnes en 1968 (Tableaux 8 et 9) hissant le Maroc à la place du troisième exportateur mondial de roses derrière la Bulgarie et la Russie (Igolen, 1970).

Période	Prix au kilo (francs)
1938-1943	3
1944	4
1945	5
1946	8
1947	12
1948	14
1949	12
1950	12-14
1951	20-30
1953-1954	50
1955-1956-1957-1958	40
1959	35
1960-1961	40
1962	50
1963	48
1964	53
1965	58
1966-1967	60
1968	64
1969	65

Tableau 9 : Variation des prix du kilo de roses fraîches de 1938 à 1969.

Source : G. Igolen, Les roses du Dadès, La France et ses parfums n°70, 1970.

L'installation des deux usines, l'évolution exponentielle de la production agricole et de la transformation des roses sont aussi accompagnées d'une transformation de la vie locale. Les populations de la région de Kelâat M'gouna devaient s'adapter à l'organisation du travail développée par les deux usines. L'éclosion des roses et à fortiori leur transformation par les usines n'avait lieu qu'une fois par an. C'était donc une activité saisonnière pour les industriels français qui y travaillaient uniquement durant la saison de la rose, les usines étant fermées le reste du temps. Le territoire était rythmé par l'activité des usines pour une durée de 30 jours par an. Les usines ouvraient leurs portes dès l'arrivée des premières fleurs amorçant le début de la cueillette chez les producteurs. A cette période le territoire était en effervescence, la population s'activait car il fallait récolter le maximum de roses pour les vendre aux usines. C'était aussi l'arrivée de la reprise du travail saisonnier pour les peseurs, les transporteurs et autres locaux employés par l'usine. Il s'agissait d'une opportunité économique annuelle pour les populations qui a permis de créer un contact régulier et continu entre les agriculteurs et les industriels qui dépendaient alors l'un de l'autre. La clôture de la saison de travail marquait aussi l'arrivée de réjouissances folkloriques organisées par les usines coloniales qui seront présentées dans le chapitre 8.

Ainsi, c'est dans le cadre de la conquête des matières premières dans les colonies que le territoire de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès, et plus largement celui du Maroc, s'est vu investi par les ambitions capitalistes de l'empire colonial français. C'est dans cette logique que le territoire de la rose s'est vu intégré à une nouvelle logique de production agro-industrielle pour alimenter les parfumeries de Grasse. Avec l'installation des deux usines coloniales de transformation et d'extraction de la rose Damascena locale, le système agraire et les dynamiques socio-spatiales qui s'y rattachent ont été considérablement modifiés. La rose, son territoire et les deux usines s'adaptent mutuellement dans une logique d'interconnexion à travers cette nouvelle chaîne de valeur pour produire les ingrédients de base de la parfumerie jusqu'alors inconnus sur le territoire. En effet, suivant la loi de l'offre et de la demande, la rose Damascena est devenue une opportunité économique et une ressource financière précieuse pour les habitants en même temps qu'elle est nécessaire pour le développement de la parfumerie grassoise. Cette nouvelle dynamique influence aussi le rapport au travail lié à la rose : les femmes cueilleuses adoptent une logique commerciale à travers la pratique de la pesée, et les hommes, à travers l'occupation de nouveaux postes saisonniers créés par les usines, se soumettent aux règles du travail salarié

La rose en tant que système agro-industriel s'est progressivement enracinée sur le territoire devenant une précieuse source de développement local. Avec l'indépendance du Maroc, le territoire de la rose devient une ressource économique nationale, poursuivant son exploitation industrielle et capitaliste en introduisant une nouvelle logique de domination.

II. Le territoire de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès, à l'ombre de l'expansion du marché de la parfumerie de luxe.

1. Indépendance et réappropriation du marché de la rose par de nouveaux géants de l'industrie.

<u>Les usines de Kelâat M'gouna intégrées au processus de décolonisation après l'indépendance du Maroc.</u>

A partir de la prise de son indépendance en 1956, le Maroc entre dans un processus de décolonisation dans lequel il récupère progressivement les propriétés coloniales. C'est un phénomène qui se fait sur le temps long. Dans ce cadre, les sociétés d'extraction et de transformation coloniale de Kelâat M'gouna se sont vues intégrées à ce processus de décolonisation. Concernant l'usine *Aromag,* je n'ai pas trouvé d'information dans les archives sur ce qu'elle est devenue après l'indépendance du Maroc et je ne suis pas parvenue à entrer en contact avec l'usine sur le terrain. En revanche, nous pouvons affirmer que l'intégralité des sociétés Chiris furent vendues en 1968 et que l'usine d'Aromag a été reprise par le groupe Biolandes en 1998. Elle reste donc entre les mains d'un groupe français qui y pratique la transformation de la rose Damascena et de l'Armoise (Site internet de Biolandes, consulté le 24 août 2023).

L'usine de la *Société Florale de l'Atlas* de la *Compagnie Africaine des Plantes à Parfum* fut, à travers un long processus de décolonisation, réappropriée par *Les Arômes du Maroc*, filiale de

l'entreprise royale Les Domaines Agricoles. D'après l'entretien mené avec un des employés de l'usine, la présence française s'est perpétuée au sein de l'usine jusqu'à la fin des années 1990. En outre, il explique que la France représente un des principaux pays receveur des exportations de matières premières fabriquées par l'usine. Il cite notamment l'entreprise Firmenich dont l'entité basée à Grasse réceptionne des matières premières du monde entier pour la fabrication de parfums (Site internet de Grasse expertise, consulté le 24 août 2023). Mais aussi le nom de grandes marques de parfumerie que nous avons pu aussi relever dans la salle d'exposition de la Maison de la rose à Kelâat M'gouna. Parmi ces marques, Yves Saint Laurent, Dior et Kenzo.
La continuité dans les échanges commerciaux témoigne de la permanence de l'héritage colonial relatif à l'industrialisation de la rose qui continue d'influencer le modèle de développement industriel poursuivi par *Les Arômes du Maroc.* A ce titre, sur leur site internet, l'entreprise précise « le meilleur de la nature depuis 1938 », date du début de l'installation de l'usine coloniale de la *Société Florale de l'Atlas* (Figure 9), soulignant ainsi l'héritage colonial du savoir-faire des industriels français en matière d'extraction et de transformation.



Figure 9 : Page d'accueil du site internet des Arômes du Maroc.
Source : Site internet des Aromes du Maroc (https://lesaromesdumaroc.com/ , consulté le 24 août 2023).

Plus précisément, c'est avec Grasse que le lien historique est tissé. En effet, la page de présentation de la filiale sur leur site internet nous informe que :

« *Grâce à leur savoir-faire en matière de production de plantes aromatiques, les Arômes du Maroc sont fournisseurs de la haute parfumerie mondiale. Depuis plus de 70 ans, nous jouissons d'une renommée internationale acquise année après année grâce à la collaboration étroite avec les maîtres grassois.* » (Site internet, Les domaines agricoles, consulté le 24 août 2023).

Cet extrait souligne l'importance du rôle qu'ont joué les industriels français dans le développement de l'entreprise marocaine depuis son indépendance et du lien qui a été conservé avec Grasse, et la France plus largement. Le terme de « collaboration » qui est employé montre que l'entreprise souhaite donner l'image d'un travail collectif qui a permis de créer un véritable savoir-faire local en matière d'extraction et de transformation de la rose. *Les Arômes du Maroc* soulignent d'ailleurs la qualité des connaissances des Grassois en la matière, les nommant honorifiquement « maîtres grassois ». Il y a là une dimension marketing évidente qui se traduit par l'utilisation de la référence grassoise dont la réputation est mondialement reconnue et dont

les savoir-faire liés au parfum sont inscrits sur la liste du Patrimoine Culturel de l'Humanité de l'Unesco.

Conservation du modèle de monopole industriel institué par les colons.

Après l'indépendance, la chaîne de valeur industrielle et l'organisation du travail mises en place par les colons ont été conservées. La production agricole de roses fraîches est écoulée exclusivement vers les usines qui monopolisent le rôle de transformateur et exportateur des produits de rose (huile essentielle, concrète, absolue…). Une dynamique qui témoigne de l'enracinement du modèle d'un monopole industriel et capitaliste dominant construit sous la période coloniale. En effet, l'appropriation progressive de l'usine de la CAPP, par l'entreprise royale *Les Arômes du Maroc* montre le passage progressif d'un monopole colonial à un monopole national du marché de la rose à parfum.

Dans ce cadre, les agriculteurs de la région cultivaient la rose fraîche pour la commercialiser au profit des usines, et notamment aux *Arômes du Maroc*. Cette situation a continué d'alimenter la relation de dépendance des agriculteurs vis-à-vis des usines reproduisant des pratiques imposées du temps de la colonisation. En même temps, elle renforce la présence de l'État marocain dans le marché de la rose. Plus le prix d'achat de roses fraîches au kilo proposé par les usines aux agriculteurs progresse, plus ces derniers augmentent leur production et cultivent plus de roses dans leurs champs. En ce sens, les revenus proposés aux agriculteurs ont suivi une courbe de progression pour passer de 2 dirhams (0,20 euros) en 1990 à 13 dirhams (1,30 euros) en 2013 (Figure 10) et à presque 30 dirhams (3 euros) en 2023 selon notre enquête de terrain.

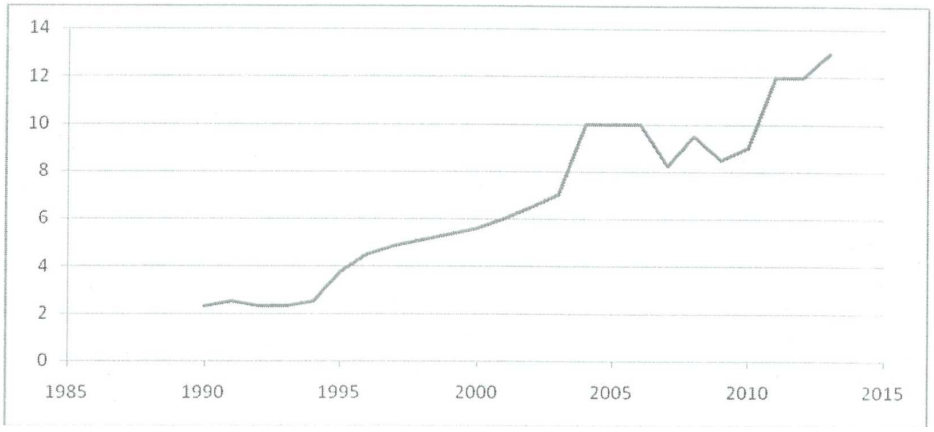


Figure 10 : Variation des revenus des plantations de rosiers x Damascena au kilo de 1990 à 2013 (en dirham).

Source : Données rapportés par Kabbal, 2013 et fournies par l'ORMVA.

A l'inverse, les entretiens menés avec les agriculteurs évoquent que lorsque les prix n'étaient pas satisfaisants, ils ne développaient pas la culture de la rose. Certains ont même expliqué qu'ils ont retiré les roses de leurs champs car c'était financièrement plus intéressant de planter d'autres cultures commercialisables et/ou destinées à l'autoconsommation.

« Les revenus de la rose variaient, parfois c'était 3dh le kilo, parfois 2,5 dans les années 80. Quand l'usine a baissé les prix, la rose ne rapportait plus d'argent alors on avait enlevé les roses pour privilégier les autres cultures. Puis les prix ont recommencé à monter, 5dh dans le début des années 2000, puis 6 dh jusqu'à dépasser les 20dh. » Nasser, agriculteur, le 13 avril 2022, Vallée du Dadès.

A partir des années 2000, la chaîne de valeur agro-industrielle de la rose a pris un nouveau tournant, celui de la diversification. Les agriculteurs ont donc vu de nouveaux débouchés commerciaux s'ouvrir pour écouler leur récolte en rose Damascena, ce qui alimente davantage le développement de sa culture.

« C'est entre les agriculteurs qu'on se donne les bons plans, on va vendre là où le prix est le plus élevé. Avant on ne pouvait pas faire ça, historiquement il n'y avait qu'une usine qui achetait alors on n'avait pas le choix que de leur vendre au prix fixé, 5dh ou 10dh mais maintenant qu'il y a de la concurrence avec les coopératives et les entreprises on a un meilleur prix. » Abdelhakim, agriculteur, le 3 août 2021, Vallée du Dadès.

Transformation de la chaîne de valeur : entrée en scène de nouveaux acteurs.

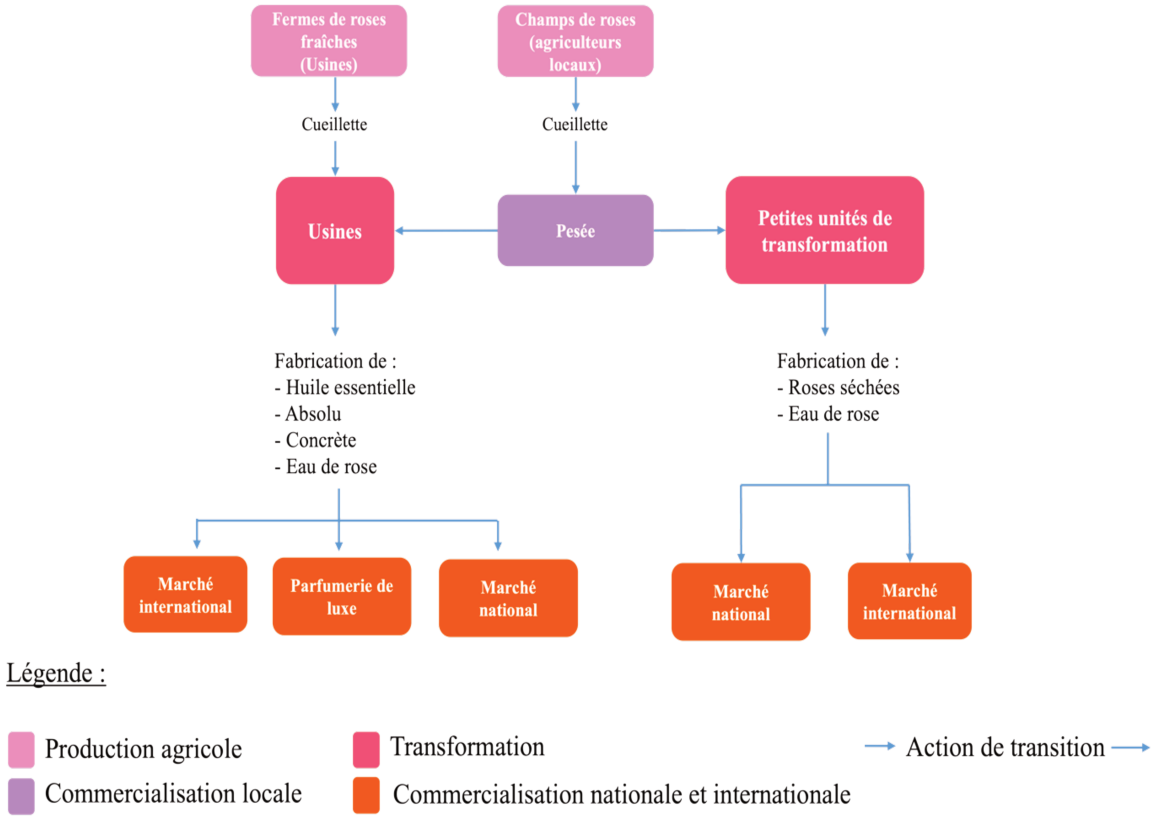


Figure 11 : La filière de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

La diversification de la filière de la rose à parfum se fait à travers l'apparition de petites unités de transformation encouragées par le développement du Plan Maroc Vert (2008-2020), (Figure 11). Ces petites unités de transformation représentées par des coopératives et, dans de plus rares

cas des entreprises, viennent diversifier les acheteurs sur le marché de la rose fraîche. L'apparition de ces nouvelles petites structures de transformation, ainsi que le développement des *Arômes du Maroc* et l'apparition de nouvelles usines (Biolandes, Ard Guisser), a poussé les agriculteurs à planter plus de rosiers, augmentant ainsi sa présence sur le territoire et engendrant des mutations importantes des territoires agricoles au niveau des modes de cultures et de l'organisation du travail pour les hommes et les femmes. Il est important de souligner ici que les quantités achetées et donc transformées varient considérablement entre les petites unités de transformation (centaines de kilos) et les usines (plusieurs tonnes), creusant donc un écart entre les acteurs sur le marché des roses fraîches.
La pratique de la pesée s'est aussi généralisée, avec l'apparition de nouveaux peseurs qui travaillent de façon indépendante de l'usine. Certains achètent pour le compte des usines comme c'était le cas sous la colonisation, et d'autres achètent en tant qu'indépendants et commercialisent les roses aux petites unités de transformation en ajoutant leur commission au prix. La pesée a pris une ampleur considérable sur le territoire de la rose. Elle s'est développée en nombre, et autour de celle-ci s'articulent d'importants enjeux financiers et commerciaux. La diversification des acteurs au niveau de la pesée traduit une forme d'appropriation locale de cette étape de la filière. En effet, si la fonction de peseur demeure assurée par des hommes, les femmes prennent aussi une part plus importante dans ces espaces en tant que vendeuses de rose. Nous reviendrons sur cette étape de pesée plus en détail dans le chapitre 6.

Une fois les roses achetées et acheminées dans les usines ou les petites unités de transformation, elles sont utilisées pour fabriquer différents produits de rose qui ne sont pas les mêmes entre les usines, les coopératives et les entreprises. Ces produits sont ensuite commercialisés sur différents types de marchés, soit à l'international soit à l'échelle du pays (Figure 11). Une fois encore, on observe un écart considérable entre les usines et les petites unités de transformation, le marché de la parfumerie de luxe étant un marché uniquement occupé par les usines. Cela crée des inégalités énormes entre les transformateurs qui n'ont de fait pas accès aux mêmes parts de marché. Cette dynamique souligne le passage d'une domination coloniale capitaliste à une domination capitaliste marocaine. En outre, ces inégalités questionnent l'influence et l'accaparement de la filière de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès par l'industrie de la parfumerie de luxe étrangère.

2. La domination de l'industrie de la parfumerie de luxe étrangère sur les ressources du territoire : un héritage colonial.

Domination des ressources par des acteurs extérieurs au territoire de la rose.

Les *Arômes du Maroc*, *Biolandes,* et *ARD GUISSER* sont les trois usines qui ont le monopole de la production de l''absolu'' et de la ''concrète''. J'ai obtenu cette information grâce à mes visites au sein de l'usine des *Arômes du Maroc* et d'*ARD GUISSER*. Mais aussi grâce aux entretiens que j'ai effectués auprès des petites unités de transformation et de la FIMAROSE qui sera présentée dans le chapitre suivant. D'après les entretiens et discussions informelles et anonymes avec des employés de ces usines, ces trois entreprises se partagent les parts de marché

de la parfumerie de luxe. D'après les employés interrogés, la concurrence qui existe entre ces trois usines justifie leur grande discrétion sur leur activité. En effet, lors des visites il m'a été demandé de ne révéler aucune information sur les quantités que j'ai pu apercevoir et de garder la plus grande discrétion sur l'identité de mes interlocuteurs. J'ai aussi dû montrer mes notes et je n'avais pas le droit de prendre de photo au sein de l'usine *Les Arômes du Maroc*. Il m'a été également demandé de nombreuses fois de prouver que je n'avais aucun lien avec une autre usine de production marocaine ou étrangère.

Du fait de cette grande discrétion sur leur activité, il ne m'a pas été possible d'obtenir des données exactes sur la quantité de roses transformées par les différentes usines, ni sur le volume de produits de rose fabriqués ou bien la liste détaillée des pays destinataires des exportations, seulement des bribes.

Toutefois, au cours de ces échanges, il m'a été communiqué que ces trois usines représentent à elles seules les exportations des matières premières de parfumerie car ce sont les seules à détenir les moyens financiers et matériels pour les produire. L'huile essentielle de rose Damascena est obtenue par distillation des roses fraîches, elle possède un aspect verdâtre. Il faut 4 à 6 tonnes de roses fraîches pour obtenir 1 litre d'huile essentielle. La concrète de rose est un autre ingrédient fondamental dans la fabrication des parfums qui est obtenue par extraction chimique. C'est une pâte de couleur orangée très concentrée en fragrance de rose. Il faut environ 400 kilos de roses fraîches pour obtenir 1 kg de concrète de rose. L'absolu de rose s'obtient lui à partir de la concrète. Elle est traitée par un alcool tiède qui refroidi à -10°C, permettant d'évacuer les pigments et la cire. L'alcool est ensuite retiré à son tour par évaporation ne laissant qu'une substance extrêmement concentrée en molécules parfumées de rose, c'est l'absolu de rose. 1kg de concentré de roses permet d'obtenir environ 500g d'absolu.

Dès lors, la fabrication de ces produits nécessite une technologie de pointe ainsi qu'une main-d'œuvre qualifiée qui n'existe pas sur le territoire de Kelâat M'gouna. Il s'agit là d'une information importante car elle démontre que les ressources sont exploitées et les bénéfices qui en découlent sont principalement récoltés par des acteurs extérieurs au territoire. En effet, lors de notre visite de l'usine des *Arômes du Maroc*, il m'a été expliqué que les employés de l'usine en charge de la transformation viennent d'autres villes du Maroc. Ils sont employés à l'année au sein des *Arômes du Maroc* dans d'autres usines du pays et sont envoyés à Kelâat M'gouna uniquement pour la saison de la rose. Une fois la saison terminée, ils retournent respectivement à leur poste (extraction de l'argan à Agadir, extraction des plantes aromatiques à Tiddas etc.).

Ainsi, l'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna par les *Arômes du Maroc* s'inscrit dans une stratégie capitaliste nationale d'exploitation des ressources agricoles, l'entreprise étant présente dans les quatre coins du pays. Ce modèle national d'exploitation des ressources dans lequel la rose de Kelâat M'gouna est intégrée rappelle la stratégie coloniale française d'occupation et d'exploitation des ressources agricoles. La rose de Kelâat M'gouna et, à travers elle, sa population et son territoire sont passés d'une exploitation coloniale capitaliste à une exploitation nationale capitaliste. Une domination à laquelle s'ajoutent par la suite deux acteurs étrangers, ARG GUISSER et Biolandes, qui viennent renforcer la mainmise sur les ressources locales des acteurs extérieurs.

En même temps, ces usines ne représentent que des intermédiaires pour l'industrie de la parfumerie de luxe étrangère, notamment française qui, comme nous l'avons souligné, continue d'être un pays importateur important. Ces usines sont un moyen d'accéder aux ressources locales dont l'exploitation a débuté sous le régime colonial français questionnant alors le processus de décolonisation du territoire de la rose.

Conséquences de cette domination capitaliste sur le statut des femmes du territoire de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

L'apparition des *Arômes du Maroc* et plus tard de Biolandes et ARD GUISSER ont eu pour effet d'augmenter les besoins en roses fraîches. Le besoin en main-d'œuvre féminine s'est donc développé, il a transformé le travail agricole féminin comme nous le verrons plus en détail dans le chapitre 6 mais pas le statut des femmes au regard des usines. En effet, les cueilleuses de roses de Kelâat M'gouna sont restées en amont de la filière et surtout en bas de l'échelle de l'économie de la Parfumerie de Luxe. A l'époque coloniale comme à l'époque contemporaine, elles cueillent les roses et ce travail féminin de cueillette demeure largement dominé et invisibilisé par une filière capitaliste mondialisée.

Cette invisibilisation est aussi renforcée par la consommation des parfums qui sont fabriqués. Nombre d'entre eux sont destinés à une clientèle féminine occidentale, venant créer un contraste entre les femmes étrangères qui se parfument avec ces parfums et les femmes de Kelâat M'gouna qui cueillent les roses fraîches pour fabriquer ces parfums onéreux dont elles ne bénéficient d'aucune retombée.

L'extrait d'un article de *Nice matin* publié en 1999, recueilli dans les archives du MIP, souligne l'absence de reconnaissance de cette exploitation féminine au profit d'une lecture orientaliste de la situation :

« *Le soir venu, Khadija et Zahira ont regagné le hameau afin de se préparer pour la fête de la rose. (…) Elles ont revêtu leurs foulards les plus brillants, maniant le khôl et henné pour être les plus belles. Ne soupçonnant même pas le prix, plus élevé que l'or, de l'essence de rose, elles se parfument à l'eau de rose synthétique et ne sauront jamais rien de la volupté ni des vertus de ces parfums de luxe dans lesquels les kilos de pétales, cueillis par leurs doigts piqués d'épines, iront se fondre en une infime gouttelette…* » *Nice matin*, 27 mai 1999.

Les femmes de la région de la rose sont présentées ici sous le prisme d'un regard orientaliste qui les dépeint comme des ignorantes. Selon ce regard, elles ne se rendraient même pas compte de la valeur de la rose qu'elles cueillent tous les matins jusqu'à s'en abîmer les doigts. Ce serait alors en raison de cette ignorance que l'utilisation des parfums, qui sont pourtant issus des ressources de leur propre territoire, serait réservée aux femmes occidentales. Les femmes de la région de la rose ne s'intéressent qu'à des produits bas de gamme trouvés dans les souks tels que l'eau de rose synthétique ou encore les « foulards brillants » et le « Khôl ». L'exploitation des femmes de la région de la rose pour les besoins de l'industrie de la Parfumerie est complètement niée.

Cette invisibilisation du rôle des femmes et leur exclusion du monde de la parfumerie de luxe s'expriment aussi dans la fabrication de la mémoire autour du parfum et de la rose. A la Maison de la Rose, dans le centre-ville de Kelâat M'gouna, une exposition permanente est consacrée à la mise en valeur de la filière de la rose à parfum et de sa dimension culturelle. Dans cette exposition, les femmes de la région sont principalement évoquées par le biais du folklore, c'est-à-dire par leur présence au festival des roses et en particulier par l'élection de la reine des roses. En revanche, leur rôle en tant qu'actrices dans la filière de la rose à parfum est invisibilisée. Elles apparaissent à travers le nom des coopératives qui figurent sur l'étiquette des flacons d'eau de rose qui sont exposés (Figure 12). Cela lorsque celui-ci mentionne la dimension féminine de l'unité, par exemple « Coopérative agricole les femmes du Dadès ».



Figure 12 : Salle d'exposition des parfums à la maison de la rose.

© NM, 2023

En revanche, concernant la parfumerie, seuls les coffrets des parfums français sont exposés sans aucune mention des femmes ni même plus largement de l'implication des acteurs locaux qui participent à leur fabrication (Figure 13). L'invisibilisation du rôle des femmes s'inscrit donc dans une logique globale qui refuse la place des femmes de la région dans la construction du patrimoine de la rose.



Figure 13 : Les parfums de luxe français exposés à la maison de la rose.

© NM, 2023

Cette exclusion des femmes du patrimoine de la rose n'existe pas seulement à l'échelle du territoire de la région de Kelâat M'gouna. En effet, l'industrie de la parfumerie française est valorisée à travers l'inscription en 2018 des savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse au PCI en France et au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité par l'UNESCO (Figure 14), (Salze, 2021).



Figure 14 : Affiche promotionnelle de l'inscription du pays de Grasse sur la liste du patrimoine immatériel de l'UNESCO.

Source : ville de grasse (http://www.ville-grasse.fr/merci_a_l_unesco.mob, consulté le 14 octobre 2023).

Seule la rose de mai est mise à l'honneur alors qu'elle est loin d'être la seule rose qui compose les parfums qui ont été et sont fabriqués en France (Figure 13). La rose Damascena occupe la place la plus importante dans la parfumerie biologique. Les chiffres exacts de l'importation demeurent confidentiels, comme le soulignent l'entreprise française Biolandes et la presse locale niçoise.

« *Rosa Damascena est la rose la plus utilisée en parfumerie. Les principaux pays producteurs de roses sont la Turquie, la Bulgarie et le Maroc. (…) Biolandes possède ses propres champs de roses et unités de fabrication en Bulgarie, une unité dédiée en Turquie, et produit de la concrète de rose au Maroc.* » (Biolandeshttps://www.biolandes.com/produit/rose-9/, consulté le 14 octobre 2023).

« *Dans les champs près d'Isparta, en Turquie, est cultivée la rose de Damas. Très odorante, la fleur est transformée en huile essentielle puis en huile concrète sur place, avant d'être importée à Grasse. (…) Grasse récupère 80% de la production de roses de Turquie.* » (https://www.nicematin.com/faits-divers/grasse-recupere-80-de-la-production-de-roses-de-turquie-348081, consulté le 14 octobre 2023)

La valorisation patrimoniale et ses retombées économiques dont le tourisme, précieuses pour un territoire comme le montre le témoignage suivant, restent à Grasse, niant ainsi la dimension multi-territoriale des savoir-faire liés au parfum.

« Cette labellisation de l'UNESCO aura forcément des incidences sur ce qui se passera demain. À commencer par la fréquentation touristique. Grasse est mis en lumière dans le monde entier à travers cette reconnaissance. Et puis, ça conforte aussi notre stratégie qui est de dire qu'à Grasse toutes les entreprises du monde entier qui sont dans le secteur de la parfumerie ont un intérêt à venir s'implanter ici et revendiquer leur appartenance à notre territoire. » Jérôme Viard auprès de France Bleu en 2018.

Le déni de mémoire est une forme d'héritage du modèle de production et de valorisation des plantes à parfum de l'industrie coloniale. Cet aspect affecte les femmes par le fait que leur savoir-faire et le rôle qu'elles jouent dans la valorisation des matières premières à travers la cueillette notamment sont invisibilisés. Une exclusion qui se traduit aussi localement dans la construction des lieux de mémoire locaux, comme à la Maison de la Rose. La femme est invisibilisée lorsqu'il s'agit d'aborder les formes de production et de transformation de la rose, apparaissant seulement dans le folklore à travers l'élection de la miss rose. Cette mise en scène folklorique souligne aussi la dimension patriarcale dans les formes de patrimonialisation de la filière de la rose sur le territoire puisque de fait l'exclusion des femmes dans la sélection mémorielle suppose qu'elles ne sont pas présentes dans la filière ou que leur rôle est dérisoire.

Conclusion du chapitre 3

Le travail agricole des femmes dans les exploitations agricoles, qu'il se fasse dans l'espace domestique ou non, mais aussi leur implication dans la transformation et la commercialisation à travers la diversification récente du marché est totalement ignoré par l'installation historique d'un modèle d'une industrie dominante qui profite à des acteurs extérieurs du territoire. La chaîne de valeur est dominée par une industrie nationale et des industries privées étrangères dont l'installation s'inscrit dans le sillon du modèle industriel monopolistique développé sous le Protectorat Français. La rose de Kelâat M'gouna est donc passée d'une exploitation industrielle coloniale, qui se faisait par l'intermédiaire de deux usines, à une exploitation qui bien qu'elle soit principalement nationale se fait pour une industrie étrangère : l'industrie de la parfumerie de luxe. Dans le modèle colonial comme dans le modèle contemporain, la rose de Kelâat M'gouna, qui est une des principales ressources du territoire, est exploitée par des acteurs extérieurs pour le compte de territoires étrangers, excluant ainsi les acteurs locaux des plus grandes retombées économiques de l'exploitation de la rose.

Conclusion de la partie I

L'étude du contexte théorique et méthodologique de cette recherche a permis de démontrer l'intérêt d'une approche par le genre pour étudier les processus de patrimonialisation et de mise en tourisme des produits de terroir. La compréhension de la multidimensionnalité du travail agricole réalisé par les femmes révèle la place essentielle des femmes dans le fonctionnement des systèmes agraires et dans le développement des territoires ruraux. L'invisibilisation et l'absence de reconnaissance des enjeux que représentent toutes ces tâches accomplies par les femmes dans le développement des agricultures et des territoires qui s'y rattachent viennent remettre en cause l'orientation capitaliste et androcentrée du modèle de développement international dominant. Les récents engagements internationaux permettent une première avancée pour la reconnaissance de ces rôles à travers des projets d'inclusion féminine, dont les produits de terroir, en lien avec l'ampleur de l'implication des femmes dans l'agriculture, sont une entrée privilégiée. La mobilisation des savoir-faire générationnels des femmes dans les procédés de fabrication des produits de terroir et leur valorisation dans la construction d'expériences touristiques dans les territoires souligne l'importance du rôle des femmes dans les processus de patrimonialisation et de mise en tourisme. De surcroît, l'ampleur que prennent ces mécanismes dans le développement des territoires ruraux interroge leurs effets sur l'évolution des trajectoires des femmes, de leur statut et des rapports de genre. La littérature, encore discrète sur ces sujets, voire absente par moments, montre l'intérêt que peut apporter cette recherche.

La mobilisation des études de genre, combinée à l'approche géographique pour étudier la mise en tourisme de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès comme patrimoine agricole, propose de s'inscrire dans ces angles morts. La construction d'outils méthodologiques qualitatifs et leur diffusion, grâce à une immersion participative, a permis de dessiner progressivement un terrain d'enquête articulé autour de l'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. Parallèlement, la constitution d'un réseau d'enquêtés selon la méthode de la boule de neige a permis d'embrasser la multidimensionnalité de l'implication féminine dans la valorisation de la rose, à la fois comme produit de terroir et comme produit touristique. C'est également au gré de l'enquête de terrain que surgit le passé colonial de l'industrialisation de la rose, orientant l'enquête vers les archives. L'inscription de l'industrialisation de la rose dans la conquête coloniale de la France éclaire son lien historique avec les parfumeries de Grasse. L'articulation contemporaine de la filière vers l'exportation, pour approvisionner les grandes entreprises de parfumerie françaises, cristallise l'héritage colonial du modèle de développement de la filière de la rose à parfum. La succession de l'exploitation de la rose par une entreprise unique, après l'indépendance du pays, souligne aussi l'enracinement colonial du modèle de développement capitaliste et impérialiste, la ressource étant encore massivement exploitée par des acteurs extérieurs au territoire. Les femmes, à travers les coopératives notamment, n'ont accès qu'à des bribes des débouchés que peut représenter la rose et restent exclues des potentialités lucratives que représente le marché de la parfumerie.

Partie II – Intégration des femmes et rapports de genre au prisme du développement de la filière de la rose à parfum.

L'étude de l'implication des femmes tout au long de la chaîne de production, de transformation et de commercialisation de la rose montre la multidimensionnalité du travail des femmes, s'inscrivant dans la lignée du cadre théorique. Dans l'espace de l'exploitation agricole, ce sont leurs savoir-faire qui sont mobilisés pour effectuer la cueillette des roses, alors que dans les unités de transformation, c'est leur force de travail. Dans un cas comme dans l'autre, les femmes participent, en tant que main-d'œuvre majoritaire, au développement du territoire. La construction d'une offre touristique autour de la rose, pour capter les touristes de passage sur le territoire, se positionne sur cette implication féminine. Les femmes représentent une porte d'entrée pour découvrir ce produit de terroir. Tant sur les exploitations agricoles que dans les structures de transformation, une offre se constitue dans laquelle les femmes sont chargées de faire découvrir les secrets de la cueillette ou de la fabrication de produits à base de rose aux touristes, participant ainsi à la patrimonialisation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. L'étude de ces différents rôles représente un point d'entrée pour analyser l'évolution des rapports de genre et les trajectoires des femmes en relation avec leur *empowerment*.

Le chapitre quatre propose une analyse par le genre du système de gouvernance qui encadre le développement de la filière de la rose à parfum. L'étude des différents acteurs dresse un portrait de l'environnement organisationnel dans lequel les femmes impliquées dans la filière évoluent. L'analyse de la représentativité des sexes dans les différents organes décisionnels confronte la volonté de l'État de favoriser l'inclusion des femmes dans le développement, notamment dans la stratégie agricole nationale, à la résistance locale de la représentation traditionnelle masculine dans les postes de décision. La législation relative à l'exportation et la nécessité de détenir un label biologique pour accéder aux différents marchés internationaux interrogent, quant à elles, les directives internationales qui encouragent l'inclusion des femmes dans le développement, au regard des difficultés supplémentaires que ces certifications représentent pour elles. La mobilisation des femmes pour contourner toutes ces difficultés révèle une forme de résilience qui constitue une première étape vers l'autonomisation des femmes de la rose.

L'intérêt grandissant sur les marchés internationaux pour les produits de terroir, combinés aux stratégies successives de développement agricole national, intègre la filière de la rose à parfum dans une logique productiviste. Le chapitre cinq décrit les transformations socio-spatiales que cette nouvelle dynamique capitaliste génère, en particulier pour les femmes chargées d'effectuer la récolte des roses. Le système de production agricole passe d'une agriculture familiale traditionnelle à une agriculture productive intensive tournée vers l'extérieur, ce qui implique un changement de cadre pour la cueillette des femmes, qui devient un travail rémunéré, ainsi qu'une transformation profonde du territoire oasien. Il s'agit alors d'interroger les rapports de genre générés par cette cueillette rémunérée et ses conséquences sur les trajectoires de vie des femmes. La mise en tourisme du travail de cueillette des femmes intervient également dans ces dynamiques de changement agricole. En sortant le savoir-faire des femmes du cadre familial,

la mise en tourisme des parcelles agricoles les intègre dans la construction d'une expérience touristique propre au terroir de la rose, ce qui interroge leur autonomisation.

Cet engouement pour les produits de terroir et l'orientation productiviste qu'a pris la filière est aussi visible par la présence en nombre d'unités de transformation sur le territoire. Le chapitre 6 aborde la participation des femmes à la transformation en produit dérivés et à leur commercialisation. Les structures de transformations de la rose sont des espaces privilégiés de l'intégration des femmes au développement agricole. La présence des femmes dans ces structures montre qu'elles interviennent dans les différentes étapes de la filière, de la production à la commercialisation en passant par la transformation. L'éclairage des postes occupés par les femmes et de leur rémunération, mais aussi de la variation de ces éléments d'une structure à l'autre, montre la complexité des inégalités et des rapports de genre qui se construisent dans les unités de transformation et qui conditionne la trajectoire d'évolution des femmes. La fréquentation touristique des unités de transformation est également une activité essentielle pour de nombreuses structures. L'intégration des femmes dans la construction d'une offre touristique autour de la découverte des procédés de fabrication des produits de rose contribue à la renommée du territoire, interrogeant le rôle des femmes dans les processus d'ancrage et de mise en tourisme de la rose.

Chapitre 4. La gouvernance de la filière de la rose à parfum.

La filière de la rose à parfum est administrée par des acteurs publics et privés qui décident du pilotage de son développement. L'identification des entités qui définissent et régissent les règles de la production agricole de la rose, de sa transformation, de sa commercialisation mais aussi des méthodes à déployer pour sa promotion à plusieurs niveaux permet de comprendre le cadre légal et administratif qui encadre le développement des exploitations agricoles et des unités de transformation qui fabriquent et vendent les produits de la rose. La représentativité des hommes et des femmes dans ces différentes entités pilotes révèle les représentations de genre qui sont associées au pouvoir et la place qui est accordée aux femmes dans les postes à responsabilité sur le territoire de la rose.

Les inégalités femme-homme dans les postes de pilotage de la filière conditionnent les rapports de genre qui se construisent entre le pouvoir en place d'un côté et les producteurs et transformateurs de l'autre. Ces inégalités conditionnent aussi la prise en compte des difficultés rencontrées par les hommes et les femmes qui ne sont pas les mêmes au sein de la filière. Plus largement, les inégalités de genre montrent la place qui est accordée aux femmes dans la prise de décision concernant le développement agricole de leur territoire. Ce chapitre permet aussi d'analyser la réponse des femmes impliquées dans la transformation de la rose pour valoriser leur travail et leur place dans le développement de la filière et de leur territoire.

Ce chapitre est organisé en trois parties. La première présente les acteurs de la gouvernance de la rose. L'analyse montre comment les rapports de genre qui en découlent expriment le pouvoir et la domination des hommes (1). La deuxième partie présente les sphères de la gouvernance qui sont pénétrées par les femmes (2). Enfin, la dernière partie dévoile les enjeux de la labellisation et de son accessibilité pour les producteurs et les transformateurs sur le territoire de la rose (3).

I. Analyse des acteurs de la gouvernance de la rose par le genre.

1. Une gouvernance dominée par les hommes.

La filière de la rose a parfum est administrée par un ensemble d'acteurs qu'il est nécessaire de présenter afin de comprendre le contexte dans lequel les femmes évoluent sur le territoire de la rose. Il est possible d'analyser la gouvernance en distinguant deux catégories d'acteurs.
La première est celle des acteurs « directs » qui englobe l'ensemble des institutions et des structures de nature privée ou publique qui ont pour fonction de développer la filière de la rose à parfum. Parmi les acteurs directs, se trouvent ceux qui travaillent dans l'étape de la production, c'est-à-dire les exploitations agricoles qui cultivent la rose. Il y a également les acteurs de la transformation de la rose, qui fabriquent et commercialisent ses produits. Ce sont les entreprises internationales et nationales, les coopératives, et les sociétés locales (Chapitre 6). Parmi les acteurs directs, se trouvent également les institutions étatiques en charge du développement et du rayonnement de la filière et de ses territoires (Figure 15).



Figure 15 : Les acteurs de la gouvernance de la filière de la rose.

La deuxième catégorie est celle des acteurs « indirects ». Elle regroupe des acteurs qui n'ont pas pour fonction spécifique de contribuer directement à la valorisation de la rose à parfum mais dont l'activité en est aussi concernée. Ce sont les guides et les propriétaires des hébergements touristiques qui font connaître la filière de la rose à parfum auprès des touristes. Les associations locales ou nationales font aussi partie de cette catégorie, en participant de façon épisodique à développer et/ou valoriser la filière. Enfin, il y a les entreprises internationales étrangères, les petits commerces de proximité, ainsi que toutes les boutiques en ligne qui sont présentes en Europe, en Amérique du Nord et en Asie, qui contribuent à faire connaître la filière et son territoire auprès d'une clientèle international, (Figure 15) par la création de produits à base de rose de Kelâat M'gouna-Dadès, et par des stratégies innovantes en matière de commercialisation et de marketing.

Ce sont les acteurs directs qui jouent un rôle majeur dans les décisions qui orientent le développement de la filière de la rose à parfum. En effet, en tant que collectivités, institutions publiques ou structures créées par le gouvernement, elles représentent et appliquent les décisions de l'État. Cette forme d'implication de l'État dans la filière au niveau locale à travers les collectivités et institutions est largement répartie sur le territoire national (Arrahmouni et al.,2018 ; Allali et al., 2022).

L'analyse de ces acteurs directs à travers le prisme du genre permet de mettre en évidence la domination de la représentation masculine dans les postes à responsabilité.
Au sein des structures publiques, notamment celles qui représentent le gouvernement sur le territoire de la rose, les postes de directions sont occupés par des hommes. L'Office Régional de Mise en valeur Agricole de Ouarzazate (ORMVAO) est un établissement public situé dans la ville de Ouarzazate, sous la tutelle du ministère de l'Agriculture, piloté par un homme. L'ORMVAO accompagne les agriculteurs sur le territoire de la rose dans leur transition technique et technologique. Cette transition s'effectue à travers l'installation de pépinières ou le développement des techniques d'irrigation au goutte à goutte et des panneaux solaires. L'ORMVAO dispense également des formations destinées au personnel des différentes unités de transformations et de valorisation des produits de la rose. Certaines de ces formations concernent les systèmes de labellisation que développe le ministère de l'agriculture, dont celui spécifique à l'AOP de la rose séchée et de l'eau de rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

L'ORMVAO travaille aussi avec l'Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier (ANDZOA) sur des projets communs autour de la valorisation de la rose à parfum notamment à l'occasion du Salon International de la Rose à parfum dont la 58^{e} édition s'est déroulée en 2023. Ils allouent des financements et participent à l'organisation du salon. Nous avons pu observer à l'occasion du salon que ces deux institutions y tiennent des stands pour présenter le déploiement de leurs actions sur le territoire. Elles participent également à des conférences concernant l'agriculture de la rose de Damas qui ont lieu, lors de chaque festival, à la Maison de la rose. L'ANDZOA est une institution d'État qui est elle aussi dirigée par un homme.

La direction des deux structures en charge de la valorisation touristique régionale que sont la Délégation Régionale du Tourisme de Ouarzazate (DRTO) et le Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir (CPTT) sont elles aussi dirigées par des hommes. La première est dirigée par un délégué, la seconde l'est par un président. La DRTO est située dans le centre-ville de Ouarzazate. Cette institution est un département du ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. A Ouarzazate, elle est assimilée à un office de tourisme car c'est un point relais d'informations pour les touristes qui séjournent dans la région. Dans ce cadre, elle informe les touristes sur les hébergements touristiques et les activités qui sont à Ouarzazate et à proximité, parmi lesquelles se trouve la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. Elle participe donc à faire connaître la rose auprès des touristes.

Le Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir (CPTT) dépend de la Province de Tinghir. Il s'occupe de la promotion et du développement des activités touristiques, dont celles autour de la rose, qu'il promeut, comme un patrimoine culturel de la région. Le CPTT, est constitué par des membres issus de l'administration (intérieur, tourisme et autres), des élus (présidents des conseils), des professionnels du tourisme et de l'hôtellerie. Dirigé par le Gouverneur de la province, ses prérogatives sont de proposer et réaliser des actions en accord avec la stratégie touristique nationale. Là aussi nous relevons l'absence remarquable des femmes, même si elles sont nombreuses à travailler dans le secteur du tourisme. Le CPTT montre une direction composée de 11 hommes.

Cette mise à l'écart dans les collectivités et les institutions publiques qui relayent les stratégies nationales au niveau local ne sont pas spécifiques à la gouvernance de la rose. Les études sur la représentativité des sexes dans les organes publiques et politiques montrent une prédominance des hommes et la fonction territoriale ne fait pas exception. L'étude de Amar et Elboubekri, (2022), montre une faible représentativité des femmes au niveau des communes avec seulement 21 femmes qui accèdent à la présidence de communes en 2015 sur plus de 1500 communes au Maroc. Les données de l'ONU femmes (2021), montrent que les femmes occupent 21% des sièges des conseils communaux au 1er janvier 2020. Cette difficile inclusion des femmes à la gouvernance locale souligne une résistance des partis politiques et de la société civile malgré les engagements politiques nationaux et internationaux (ODD) du Maroc (Alami M'Chichi, 2002).

Reproduction de la domination des hommes dans les institutions publiques-privées : le cas de la FIMAROSE.

La FIMAROSE est une structure à la fois publique et privée. Elle a été créée par l'État et rassemble en même temps des acteurs privés, qui sont composés des exploitants agricoles de la rose et de ceux de la transformation. La FIMAROSE a principalement pour objectif de définir la stratégie de pilotage et de développement de la filière, de se charger de la communication relative à la filière, de définir et d'administrer le budget annuel ainsi que les adhérents. Une des actions majeures de la FIMAROSE est la fixation du prix de vente de la rose fraîche au kilo qui se fait chaque année en collaboration avec l'ORMVAO. Ce travail conjoint a contribué à faire évoluer considérablement le prix de la rose passant de 8dh (0,80 euros) en 2009, selon le contrat-programme (voir annexe 4), à presque 30dh (3 euros) en 2023, selon l'enquête de terrain.

La FIMAROSE fût créée en 2012 par la mise en place d'un contrat-programme signé avec le gouvernement du Royaume du Maroc représenté par le ministre de l'Économie et des Finances et le ministre de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement rural et des Eaux et Forêts. Le contrat-programme définit les objectifs de développement de la filière de la rose à parfum pour la période du 21 avril 2012 au 31 décembre 2020. La création de la FIMAROSE et la mise en place de ce contrat programme vise à encourager la compétitivité de la filière de la rose à parfum grâce au développement de la production, de la transformation, de la promotion des produits de rose et de leur commercialisation. Pour l'application de cette stratégie, d'après le contrat programme, la FIMAROSE a bénéficié d'un financement support de 17 millions de dirhams (environs 1,5 millions d'euros) sur la période 2012-2020. Même si l'adhésion des producteurs et des transformateurs à la FIMAROSE n'est pas obligatoire, elle reste l'organe de référence et de représentation officiel de la filière de la rose à parfum à l'échelle nationale et internationale. Ainsi, les agriculteurs et les transformateurs qui ne sont pas adhérents sont quand même touchés par les décisions de la FIMAROSE, comme le garantit le contrat-programme. La FIMAROSE s'est engagée notamment à étendre les exploitations agricoles et à sensibiliser les agriculteurs à la modernisation agricole (article 18, 19 et 20). Elle s'est aussi engagée à

réaliser des actions marketing pour valoriser le terroir de la rose ainsi qu'à s'assurer que les transformateurs respectent les savoir-faire inhérents à ce terroir (Annexe 4).

La FIMAROSE est aussi basée au sein de la Maison de la rose, qui constitue l'édifice représentatif et officiel de la filière de la rose à parfum, et dont elle s'occupe de l'équipement, de l'administration et de la commercialisation des produits de la rose qui y sont mis à disposition (article 23). La maison de la rose est un local utilisé par FIMAROSE pour organiser aussi des événements officiels, des formations en rapport avec la rose, et développer une exposition permanente pour valoriser la filière à travers la présentation des procédés de distillation ainsi que l'histoire culturelle de la rose et de son univers folklorique. La FIMAROSE participe donc au rayonnement de la filière de la rose à parfum, sur son territoire en plus de jouer le rôle d'intermédiaire entre l'État et les unités de transformation grâce au contrat-programme.

Selon le document officiel consulté auprès de la FIMAROSE, celle-ci est une structure composée de deux collèges et un bureau, qui forment le conseil d'administration où siègent 26 membres. Il y a le collège des producteurs représenté par les agriculteurs (13 membres) et le collège des transformateurs (13 membres) constitué des propriétaires/présidents de sociétés et coopératives. Il est important de souligner que tous les agriculteurs et toutes les unités de transformation en activité sur le territoire ne sont pas automatiquement ou obligatoirement membres de la FIMAROSE.

En croisant ces données avec celles fournies par l'Office de Mise en Valeur Agricole de Ouarzazate et celles constituées grâce à l'enquête de terrain, il apparaît que seul 20% des structures de transformation ont choisi d'adhérer à la FIMAROSE, soit environ le quart. De ce fait, il apparaît que plus des trois quarts, soit l'écrasante majorité des structures de transformation, choisissent de ne pas faire partie de la FIMAROSE témoignant ainsi d'un véritable rejet de cette forme d'organisation.
Mais comme dans les autres institutions de gouvernance de la filière de la rose, nous relevons, là aussi, une domination des hommes dans les instances dirigeantes de la FIMAROSE. Le bureau est composé de 6 membres permanents élus pour 5 ans ; ce sont tous des hommes. La composition du bureau actuel 2020-2025, reproduit celle du mandat précédent de 2014-2019 (Site web de la FIMAROSE, consulté le 2 août 2023.

La FIMAROSE est principalement représentée par des hommes depuis sa création en 2012, comme en témoigne la photographie des membres de son bureau (Figure 16). Cette domination masculine historique empêche l'intégration des femmes dans la gouvernance de la filière et donc dans la prise de décision concernant son développement.



Figure 16 : Photographie des membres du bureau lors de la création de la FIMAROSE en 2012.

Photographie prise par la FIMAROSE le 06/04/2012 (Site web de la FIMAROSE, consulté le 1er août 2023).

L'exclusion de ce cercle masculin à chaque mandat les empêche de s'identifier à la FIMAROSE. Cela exacerbe également les relations de pouvoir entre les hommes et les femmes dans la FIMAROSE puisque les hommes prennent les décisions à la place des femmes alors que cette structure est censée représenter et porter la voix de l'ensemble des unités de transformation. On retrouve ce schéma de la domination masculine également au niveau des unités de production affiliée à la FIMAROSE. Quatre unités représentées par des femmes y sont adhérentes : 3 chez les transformateurs sur les 15 structures féminines existantes et 1 seule chez les producteurs. Ce dernier chiffre fait écho à la sous-représentation extrême des femmes en tant que propriétaire agricole.

Ainsi, la représentativité des sexes dans la FIMAROSE est le reflet d'une réalité sociale structurelle dans laquelle les femmes sont largement mises à l'écart de la prise de décision et cela malgré la disponibilité de femmes aux parcours scolaires aboutis. La représentation du pouvoir au sein de l'espace public est traditionnellement assurée par les hommes, c'est la raison pour laquelle s'expriment des résistances au sujet de l'inclusion des femmes aux organes de gouvernance. C'est ce que montre l'étude de Borghi et El Amraoui (2005) à travers l'exemple du village d'Hassilabiad. Ce sont traditionnellement les hommes qui siègent à l'assemblée générale du village et qui prennent les décisions. Malgré une dynamique de changement induite par une implication récente des femmes au développement à travers l'émergence d'activités

génératrices de revenus (fabrication et vente de produits aux touristes), on observe tout de même une résistance à l'intégration des femmes dans la gouvernance. Les femmes ont été autorisées à écouter le déroulement de l'assemblée générale, mais n'ont toujours pas été autorisées à intervenir.

Même si l'adhésion des producteurs et des transformateurs à la FIMAROSE n'est pas obligatoire, elle reste l'organe de référence et de représentation officiel de la filière de la rose à parfum à l'échelle nationale et internationale. Ainsi, les agriculteurs et les transformateurs qui ne sont pas adhérents sont quand même touchés par les décisions de la FIMAROSE, comme le garanti le contrat-programme. La FIMAROSE s'est engagée notamment à étendre les exploitations agricoles et à sensibiliser les agriculteurs à la modernisation agricole (article 18, 19 et 20). Elle s'est aussi engagée à réaliser des actions marketing pour valoriser le terroir de la rose ainsi qu'à s'assurer que les transformateurs respectent les savoir-faire inhérents à ce terroir (Annexe 4).

La FIMAROSE est aussi basée au sein de la Maison de la rose, qui constitue l'édifice représentatif et officiel de la filière de la rose à parfum, et dont elle s'occupe de l'équipement, de l'administration et de la commercialisation des produits de la rose qui y sont mis à disposition (article 23). La maison de la rose est un local utilisé par FIMAROSE pour organiser aussi des événements officiels, des formations en rapport avec la rose, et développer une exposition permanente pour valoriser la filière à travers la présentation des procédés de distillation ainsi que l'histoire culturelle de la rose et de son univers folklorique. La FIMAROSE participe donc au rayonnement de la filière de la rose à parfum, sur son territoire en plus de jouer le rôle d'intermédiaire entre l'État et les unités de transformation grâce au contrat-programme.

L'analyse par le genre de la gouvernance permet de faire ressortir la distribution sexuelle des rôles sur le territoire. Les femmes travaillant dans les différentes étapes de la filière se trouvent donc confrontées à une tutelle masculine et écartées des prises de décisions pour le développement d'un produit dont elles sont la cheville ouvrière. Cette surreprésentation masculine dans les postes pilotes montre aussi que les lieux de pouvoir constituent des espaces réservés aux hommes.

2. Rapports de genre et enracinement de la gouvernance de la rose : le cas de FIMAROSE

Les fonctions de promotion, de communication, de modernisation, de sensibilisation attribuées et adoptées par la FIMAROSE à la signature du contrat-programme, ont suscité l'espoir de lendemains qui chantent pour les acteurs de la filière de la rose à parfum. Des attentes se sont matérialisées au sein des exploitations agricoles mais aussi au sein des nombreuses unités de transformation qui se sont développées sous l'impulsion du Plan Maroc Vert. Dans ce contexte, un certain nombre de coopératives et exploitations ont reçu des subventions ou du matériel de la part de l'État pour exister sur le marché. Une fois en place, ces structures, comme celles qui se sont construites individuellement, aspirent à se développer d'un point de vue commercial grâce à la rose. Selon les témoignages partagés par les enquêtés et anonymisés, la FIMAROSE,

qui représentait l'espoir d'insuffler à la filière de la rose et, plus largement, au territoire une dynamique économique positive pour tous ses acteurs, est désormais placée sous le signe de l'opposition et du rejet.

Pour certaines femmes, la FIMAROSE ne répond pas à leur ambition et à leur implication dans la valorisation du lien patrimonial qui existe entre la rose, en tant que produit de terroir, et le territoire de Kelâat M'gouna. Pour encourager la patrimonialisation de la rose, les témoignages démontrent une nécessité d'actions promotionnelles encore insuffisantes ou inexistantes :

« *La FIMAROSE c'est très joli sur le papier. Normalement, ils doivent nous aider, promouvoir la rose, faire des événements autour de la rose. Finalement, ils ne font rien*. » Zoubida, propriétaire d'une société locale, le 13 avril 2022.

« *Moi je pense que la rose c'est un produit de terroir qui doit être reconnu par l'UNESCO. Si j'étais présidente de la FIMAROSE, j'aurais déposé un dossier, mais moi je ne veux pas travailler à leur place, ce n'est pas mon rôle.* » Leila, présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021.

La volonté d'inscription des savoir-faire de la rose à l'UNESCO montre une véritable considération de la rose comme patrimoine identitaire de la région, en même temps qu'elle démontre l'engagement solide des femmes dans la patrimonialisation de la rose. Pour elles, la fédération n'agit pas dans le sens d'une unification et valorisation du travail des acteurs de la rose, notamment des femmes, justifiant donc la stagnation actuelle de la filière.

« *Pendant le festival, ils ont donné des prix. Tout le monde n'était pas convié, il n'y a pas eu de communication. (…) D'ailleurs ils n'organisent aucune rencontre professionnelle. Ils ne veulent pas mettre en place quelque chose de durable, ne se servent pas de la FIMAROSE pour mettre en valeur les femmes et les produits de terroir*. » Fairouz, membre d'une coopérative, le 29 juillet 2021.

« *Si la FIMAROSE faisait les appels à projet, ce serait différent. Les idées viendraient jusqu'à chez eux et ces idées ils les utiliseraient pour soumettre des projets à l'international. Je me suis épuisée à leur expliquer mais rien n'y fait. Moi je n'ai pas le temps mais eux sont là et disponibles alors ils devraient travailler comme le font les gens mais eux ils restent à Boumalne ou je ne sais où et ne servent à rien dans le monde. (…) C'est dommage.* » Mariem, présidente d'une coopérative, le 22 avril 2022.

Le manque de compétences et de communication des membres du bureau qui représentent et portent la voix de la FIMAROSE est également souligné comme facteur de frein au développement de la filière par les enquêtés, qu'ils soient adhérents ou non à la fédération.

« C'est malheureux, on injecte des milliards à des personnes qui sont incapables de gérer ces milliards, quelle est la moralité ? » Mariem, présidente d'une coopérative, le 22 avril 2022.

« *Quand ils font des formations, ils ne disent rien d'intéressant. Ils font des réunions sur les formations techniques de plantation de la rose. Il n'y a pas de formation de la commercialisation et la valorisation des produits. En plus, tout le monde n'a pas accès à ces formations et elles ne sont pas banalisées.* » Latifa, membre d'une coopérative, le 29 juillet 2022.

« *Je trouve qu'ils n'ont pas de poids. Ils ont fait une communication au début de la saison de la rose via Facebook qui disait que le prix de la rose est fixé à 40dh le kilo pour aider l'agriculteur. Déjà, ce n'est pas professionnel de faire la communication sur Facebook, et personne n'a vu ou fait attention, personne ne prend en compte ça. Moi je reçois des mails d'institutions de Casablanca, Meknès, et eux ils sont juste à côté de notre tête et ils ne communiquent pas avec nous. (…) Pour le Festival des roses, ce n'est pas la FIMAROSE qui nous a contacté, c'est l'office de l'agriculture qui est venu nous chercher 15/20 jours avant le ramadan. Et ensuite, ils sont venus nous voir en personne une semaine avant et la veille pour être sûr qu'on vienne. C'est un festival historique et il est toujours mal organisé. Ils pourraient s'inspirer d'autres festivals. Ils font le minimum, ils mettent un chapiteau, du folklore et c'est bon au lieu de mettre en valeur les produits locaux comme les pétales de rose, la confiture de rose, etc*. » Zoubida, propriétaire d'une société locale, le 13 avril 2022.

La FIMAROSE semble répondre à ses engagements de sensibilisation pour la modernisation agricole. Cela à travers des formations techniques pour l'assimilation de compétences agricoles. Seulement, la réception de ces formations par les acteurs de la filière, notamment par les femmes, montre qu'elles ne sont pas adaptées à leurs besoins. L'organisation du festival, auquel la FIMAROSE participe, semble aussi ne pas satisfaire les acteurs qui condamnent une mauvaise utilisation du festival comme opportunité de valorisation patrimoniale et identitaire de la rose. L'organisation du festival ne répond pas aux attentes de valorisation de la créativité et de l'innovation des acteurs. Ainsi, dans les deux cas de figure, que cela concerne la formation ou l'événementiel, les témoignages brossent un portrait d'une FIMAROSE qui n'utilise pas efficacement les outils qui sont à sa disposition.

Pour certains enquêtés, tous ces points seraient étroitement liés à une mauvaise gestion importante qui s'exprimerait à l'intérieur de la FIMAROSE :

« *La FIMAROSE n'a pas d'impact, personne ne nous a donné un coup de main. 4 millions de dirhams ont été versés par l'État pour la densification des rosiers. Cet argent a été versé à la FIMAROSE et on n'a rien reçu. Ils justifient l'utilisation par le fait de faire appel à des experts en formation, et ils font signer les documents à des coopératives d'Imgoun qui sont analphabètes. Le problème c'est qu'il n'y a pas de contrôle. (…) Avant, il y avait J.C comme président, c'était bien, il était compétent. Mais les gens du bureau ont fait un genre de coup d'État. Ils ont fait une réunion quand il n'était pas là, et ils l'ont destitué. Et maintenant c'est un bureau d'incompétents qui ne fait rien.* » Leila, présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021

« *Moi, j'ai l'impression que la FIMAROSE, c'est une boîte noire de personnes qui se partagent les fonds de l'État. Quand on leur demande où est passé l'argent de l'État, ils disent qu'il a servi à la formation. Ils pensent que les gens sont des imbéciles. La FIMAROSE pourrait être un très bon outil, comme les coopératives, car il y a des subventions, mais ça tombe dans les mains de personnes qui pensent juste à faire de l'argent à l'instant T et ne voient pas plus loin. Mise à part le festival, il n'y a rien*. (…) *Bizarrement, depuis qu'ils sont dans le bureau, les membres ont tous des fermes, là, le long de la route à l'entrée de Kelâat M'gouna. On sait qu'il y a eu de l'argent qui a été donné par l'État, et il est passé où tout cet argent ? En plus, ils ne font que dans la rose greffée, ce n'est même pas de la rose Damascena*. (…) *Moi, je n'ai pas envie d'aller voter pour eux, c'est toujours les mêmes qui ne font rien qui se présentent. Je ne sais pas ce qu'il faudrait trouver comme solution. Pour moi, les élus doivent être neutres, ils ne devraient pas avoir de coopératives, sociétés ou d'exploitation.* » Zoubida, propriétaire d'une société locale, le 13 avril 2022.

Ces témoignages montrent que, pour les femmes interrogées, il n'y a pas de réponse adéquate formulée par la FIMAROSE qui accueille, encourage et valorise leur travail, exprimant alors un frein hiérarchique dans l'expression de la gouvernance de la rose. Pour ces femmes, la gouvernance de la rose, cristallisée par la FIMAROSE, représente un frein à leur émancipation personnelle en tant qu'actrices qui participent au développement de la filière et plus largement de la rose et de son terroir. Pour elles, les subventions octroyées par l'État représentent une opportunité de disposer des moyens financiers qui serviraient d'outils à leur ambition, unifiant ainsi tous les acteurs de la rose.

Ces témoignages montrent qu'il y a une véritable fracture entre la gouvernance et les personnes qui travaillent dans les différentes étapes de la filière, soulignant ainsi l'absence d'appropriation de la FIMAROSE comme représentante de la filière au sein de la mémoire collective, en particulier chez les femmes. Les témoignages féminins affichent un besoin d'assistance pour le développement de leur structure, pour la valorisation de l'implication féminine dans la filière mais aussi pour la valorisation de la rose comme un patrimoine. Ce besoin chez les femmes s'explique par les nombreuses difficultés qu'elles rencontrent : analphabétisme ou maigre niveau scolaire de certains membres des coopératives, faible rémunération, difficulté de commercialisation, concurrence entre les produits, etc. (Chapitre 2, Chapitre 6).

Des témoignages recueillis chez les hommes vont dans le même sens :
« *Mon père était dans la FIMAROSE avant et moi je ne suis pas dedans. Pour moi, il n'y a aucun avantage à faire partie de la FIMAROS*E. » Anas, membre d'une coopérative et agriculteur, le 26 février 2022.

« *L'agriculteur n'a pas les moyens, lui, d'augmenter le salaire. Mais les usines et coopératives ont les moyens mais ne paient pas les femmes. Il n'y a personne qui défend les femmes. Par exemple, ici c'est la FIMAROSE qui défend les agriculteurs et les travailleurs mais, eux-mêmes, possèdent des fermes et des distilleries. Alors, s'ils se mettent à vraiment défendre les femmes, cela va impacter leurs rentes personnelles directement. La FIMAROSE n'aide pas la filière, ils gardent l'argent que leur donne l'État. Même si tu trouves la liste des dons avec les noms des*

bénéficiaires agriculteurs et que tu leur demandes s'il a reçu la somme, ils disent non. Je sais ça parce que j'assiste aux réunions. Ils parlent en français alors les gens qui assistent aux réunions ne comprennent rien. Les dons sont versés à leurs propres coopératives familiales. Parfois, lors des réunions, les agriculteurs se photographient avec les gens de la FIMAROSE et leur nom est exposé en tant que bénéficiaire et ils ne sont même pas au courant. Si un agriculteur va se plaindre pour dire qu'il y a son nom sur la liste des bénéficiaires alors qu'il n'a pas reçu de subventions, les gens de la FIMAROSE lui donnent un pourboire pour qu'il se taise. » Nordine, agriculteur, le 2 juillet 2021.

Il est important de rappeler que le territoire de la rose est amazighophone. Les hommes sont plus alphabétisés que les femmes et l'apprentissage des langues se limite le plus souvent à celui de l'amazigh, de la darija et de l'arabe. Les témoignages sur l'utilisation d'une langue étrangère, le français, mais aussi sur la mauvaise gestion de la part des enquêtés masculins, confirment une difficulté d'appropriation de la FIMAROSE dans la mémoire collective. En effet, le rejet de la gouvernance s'exprime chez les femmes et chez les hommes mais aussi dans les deux catégories, producteurs et transformateurs, qui forment avec le bureau la voix de la FIMAROSE. Ainsi, l'impact chez les femmes est plus important parce qu'il renforce les relations de pouvoir hiérarchique et parce qu'il vient s'ajouter à de nombreux freins personnels et professionnels auxquels elles font déjà face (Chapitre 5, Chapitre 6).

Cette fracture dans la gouvernance de la rose est aussi ressentie du côté des dirigeants de la FIMAROSE :

« *Il y a un manque de confiance en la FIMAROSE et on est conscient que nous devons reconstruire cette confiance. Les gens sont méfiants. C'est normal car ils rencontrent des difficultés. Je ne dis pas que c'est leur faute. Il y a aussi un manque de connaissance parmi les coopératives. Il y a des coopératives qui paient 12 000 dirhams (1200 euros) pour avoir le label bio alors qu'elles peuvent passer par la FIMAROSE et ne pas payer un centime. Il n'y a pas de confiance professionnelle. Il faut être pragmatique. Il y a la fédération et il faut comprendre que c'est elle le seul interlocuteur entre la filière et l'État. Ils pensent que la FIMAROSE n'est pas capable de faire quelque chose. Et ils n'ont pas le droit de dire cela. De 2012 à 2020, on n'a pas pu atteindre nos objectifs malgré le contrat-programme. Alors, il faut reconstruire la confiance, et inchallah il y aura des actions et des sous-actions qui vont aider. Nous avons maintenant une nouvelle approche pour le nouveau contrat-programme de 2020-2030, nous avons recueilli les doléances de la population que nous avons portées au contrat-programme. Nous essayons aussi d'expliquer justement que c'est à eux de construire le contrat-programme. Nous et le ministère, nous nous occupons des canevas et de la reformulation mais c'est à eux de traduire leur besoin. Pourquoi on ne réfléchirait pas à des solutions de créer une grande usine qui rassemblerait tous les petits producteurs et transformateurs ? Ça pourrait faire baisser les charges et produire de plus grande quantité. (…) Il faut aussi travailler à faire évoluer la mentalité à l'échelle globale, il ne faut pas que chacun pense à son intérêt personnel mais pense dans un esprit de solidarité. »* Rochdi Boubker, président de la FIMAROSE, le 19 avril 2022.

D'une part, la FIMAROSE est donc engagée auprès de l'État pour répondre à ses promesses qui ont été prises en fonction des plans étatiques agricoles. D'autre part, la FIMAROSE est constituée de la société civile, à travers ses représentants élus et adhérents accordant une place nouvelle à l'intervention publique dans la gouvernance de la rose.

La FIMAROSE, comme précédemment expliqué, est un organe public et privé qui rassemble à la fois l'État, les agriculteurs et les unités de transformation de la rose. Sa nature hybride fait qu'il y a croisement de deux modes de gouvernance : « *top down* » traditionnel dans lequel les décisions sont prises par l'État et « *bottom-up* » dans lequel la société civile est appelée à être autonome sur les réflexions de stratégie territoriale, réactive et proactive. La construction administrative de la FIMAROSE révèle une volonté de gouvernance de la filière qui n'appliquerait pas seulement les directives gouvernementales. Il s'agit d'un modèle alternatif qui mélange une autorité à des subjectivités individuelles. Le pouvoir est donc situé dans un lieu d'échange entre la sphère économique et la sphère publique.

Pourtant, les nombreux disfonctionnements qui sont relatés par les agriculteurs et les transformateurs montrent que ce modèle de gouvernance peine à s'enraciner dans le territoire. En témoigne son rejet par une partie des acteurs de la filière dans laquelle les femmes occupent une place importante, et qui doivent développer leur activité de transformation tout en faisant face à l'exercice d'un pouvoir détourné par les hommes. Cela représente un véritable défi puisqu'elles se retrouvent exclues des décisions essentielles qui orientent la filière et qui conditionnent le développement de leur structure.

De ce fait, les femmes ont intégré différentes sphères associatives, qui n'ont pas de pouvoir décisionnel, comme c'est le cas des organes de l'État, mais qui leur permettent de faire entendre leur voix. Elles font des associations des lieux privilégiés de promotion du travail agricole et de transformation de la rose des femmes. Ce sont également des lieux d'expression et de lutte pour la reconnaissance et la valorisation de leur travail dans le secteur de la rose.

II. La gouvernance associative comme réponse à l'exclusion féminine.

1. La sphère associative nationale, vecteur de valorisation et d'insertion féminine.

- La fondation Mohamed V pour la solidarité.

La Fondation Mohamed V pour la solidarité, créée en 1998, a une vocation sociale. Elle mène des actions dans les domaines de la santé, l'éducation, la formation, l'humanitaire mais également et aussi de l'insertion économique. Ce dernier volet concerne directement les structures liées à la rose, notamment celles dirigées par des femmes. Parmi les objectifs des actions de la fondation, on retrouve l'inclusion et l'autonomisation financière des femmes rurales. (Site web de la fondation, consulté le 7 août 2023).

Dans cet objectif, la Fondation propose de renforcer les compétences des femmes en leur apprenant à utiliser leurs savoir-faire agricoles ou artisanaux pour générer du revenu. Par exemple, elle subventionne ou attribue des équipements pour accompagner la création de projets féminins comme la création de gîtes ruraux mais aussi le financement de métiers à tisser. Le tourisme constitue dans ce cadre une source potentielle de revenus pour les femmes de ces territoires. Des campagnes d'alphabétisation sont aussi menées auprès des femmes pour les rendre plus autonomes dans la gestion de leur structure et la valorisation commerciale de leurs produits (Site web de la fondation, consulté le 7 août 2023).

La fondation développe aussi des marchés solidaires dans différentes villes au Maroc comme le grand marché solidaire à Casablanca, ou dans une version de taille plus réduite, le marché solidaire de Ouarzazate. Dans une logique de l'économie sociale et solidaire, ces lieux ont vocation à faciliter la commercialisation des produits agricoles et artisanaux fabriqués par les femmes, et à donner une visibilité aux produits qu'elles fabriquent dans des lieux stratégiques au cœur des villes. Dans le cas de la rose, le marché solidaire de Ouarzazate et celui de Casablanca par exemple, commercialisent des produits de rose variés : l'eau de rose, la poudre de rose, les boutons de roses séchés, les pétales de roses séchées. Les produits de rose commercialisés proviennent de différentes coopératives transformatrices de rose. C'est là une logique commerciale de valorisation des spécificités agricoles et artisanales des différentes régions du Maroc qui contribue à la patrimonialisation des produits de terroir.

La commercialisation des produits se fait en vertu des règles de l'économie sociale et solidaire en accord avec la volonté d'encourager les retombées économiques aux femmes des espaces ruraux et de maintenir leur activité. C'est ce qui ressort du témoignage de Imane, responsable commerciale du marché solidaire situé dans la ville de Ouarzazate :

« *Le marché solidaire fonctionne bien pour les produits de rose aussi car ils se vendent bien. (…) Nous commercialisons les produits de 5 coopératives de rose : Les femmes du Dadès, Taytmatine, Rosa Damaskina, Assif Hdida et Flower. Les coopératives nous expédient la marchandise et nous on les rémunère en espèces ou par virement bancaire une fois les produits vendus. (…) Notre travail c'est de les aider à vendre leurs produits en les commercialisant directement mais aussi de les accompagner à se développer. Nous sommes l'interlocuteur de la clientèle, alors on leur fait les retours clients pour qu'ils puissent s'améliorer. On leur fait aussi des suggestions sur le packaging pour que ce soit plus vendeur et que les clients aient envie d'acheter car ici les clients achètent en petite quantité, ils achètent des souvenirs. Ce sont surtout les touristes qui viennent chez nous. (…) Je dirais que 60% de notre clientèle sont des touristes étrangers et 40% sont des Marocains, soit de la région de Ouarzazate, soit d'ailleurs. (…) Acheter chez nous pour les touristes, c'est la promesse de produit de qualité, alors ils sont rassurés quand ils achètent.* » Imane, responsable commerciale au marché solidaire de Ouarzazate, le 28 février 2022.

La Fondation Mohamed V pour la solidarité, à travers le marché solidaire, constitue un véritable outil d'implication féminin en permettant aux coopératives féminines d'intégrer un secteur

commercial visible grâce à un partenariat durable et de ne pas dépendre strictement d'une clientèle touristique de passage dans la vallée.

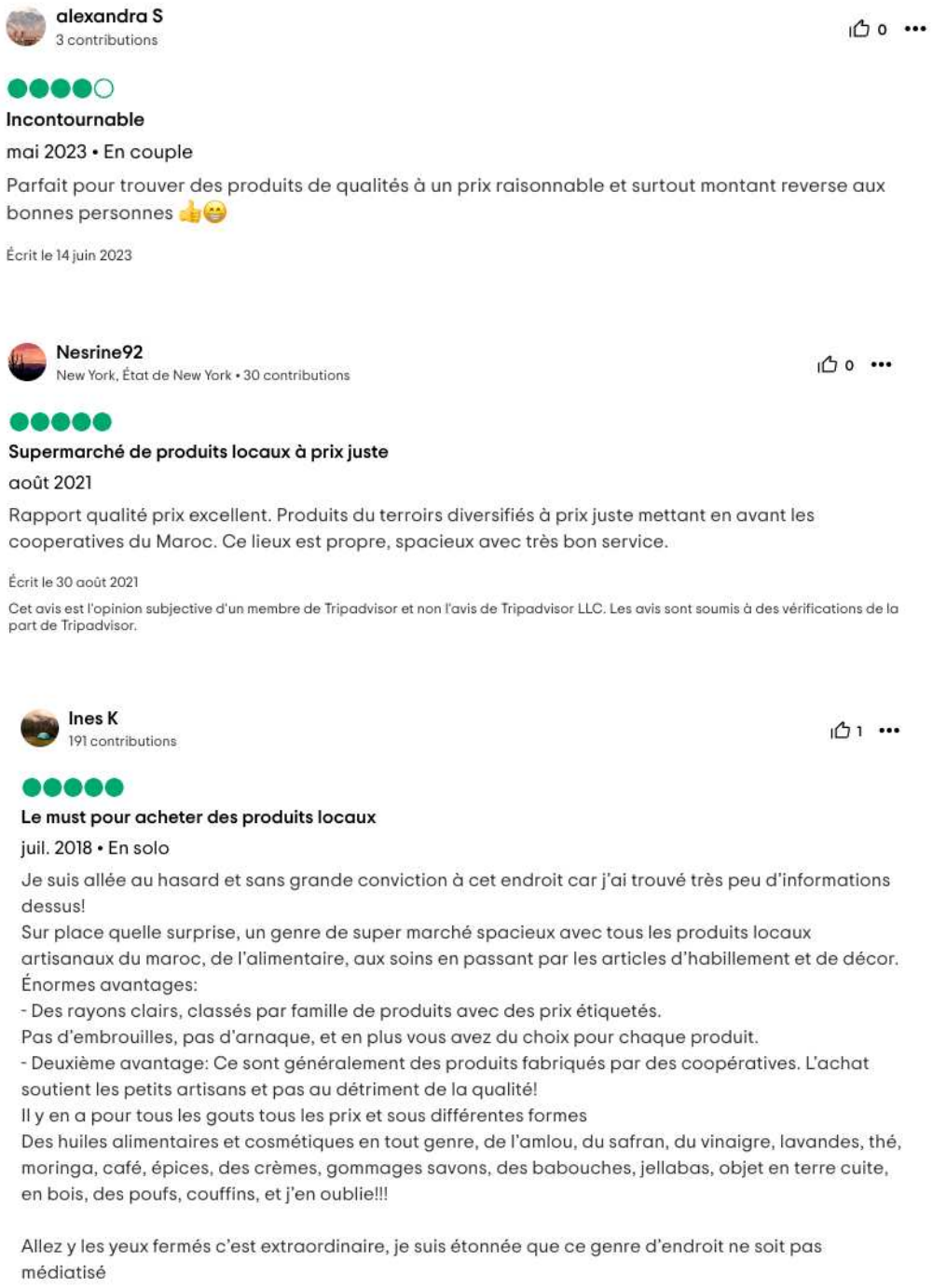
C'est un outil qui encourage aussi l'échange entre les femmes. Il crée de l'emploi pour des femmes qui viennent y travailler, comme le montre le témoignage d'Imane qui y travaille avec une autre vendeuse, toutes les deux sous la direction d'une femme, Saadia, en charge de la structure. Les femmes sont présentes en amont et en aval de la chaîne de commercialisation. Elles travaillent ensemble pour améliorer les produits afin de répondre aux attentes de la clientèle touristique et locale. Les femmes rurales, productrices des produits de rose, de concert avec les femmes du marché solidaire de Ouarzazate mais aussi de celui de Casablanca et des autres régions du pays se rassemblent pour construire un discours autour des produits de la rose. Cela participe à faire de ces produits de terroir une vitrine touristique du patrimoine de la rose. Les différents marchés solidaires, notamment celui de Casablanca, sont répertoriés dans plusieurs guides touristiques comme *Le Petit Futé* ou *Le Routard*, offrant ainsi une visibilité aux touristes utilisant ces guides de voyage. L'intérêt est multiple pour les touristes. Les produits sont réunis en un seul et même lieu, les prix des produits sont affichés et les touristes ont l'opportunité de participer à une économie sociale et solidaire. Toutefois, la dimension solidaire et le soutien aux femmes rurales ne sont pas mis en avant comme le montre cet extrait du *Petit Futé* :

« *Le marché solidaire, c'est un peu comme un supermarché : en libre-service, propre et spacieux. Sur deux étages, le bâtiment présente des produits et de l'artisanat marocain : épices, huiles d'olive et d'argan, cosmétiques (huiles essentielles, etc.), dattes, toute sorte de miel, mais aussi des tapis, poteries, tissus, maroquinerie, objets en thuya, babouches, djellaba... En artisanat, le choix n'est pas délirant, mais pour faire le plein de souvenirs c'est facile : pas de marchandage, on remplit son panier et on passe à la caisse !* » *Maroc*, *Le Petit Futé*, 2019.

L'extrait de ce guide de voyage dédié au Maroc ne traite que du marché solidaire de Casablanca, aucune mention n'est faite à ceux des autres régions. Le lieu est comparé à un supermarché, ce qui contribue à effacer complètement la dimension de l'économie sociale et solidaire de cette initiative.

Il est également fait mention de quelques-uns des produits présents sans préciser le terroir qu'ils représentent respectivement, ni de l'implication féminine ayant permis la création de nombre de ces produits. Pourtant, le marché solidaire a pour objectif de valoriser les savoir-faire féminins afin de participer à l'autonomisation des femmes rurales. Il n'y a donc pas de valorisation de cette démarche dans les guides étrangers mais il y a également un manque de promotion de ces marchés solidaires par les guides qui accompagnent les touristes et les offices de tourisme qui sont les principales sources de diffusion touristique sur le terrain.

Pourtant, les extraits de retours des touristes sur le marché solidaire de Casablanca (Figure 17), témoignent d'une compréhension de la dimension économique solidaire et patrimoniale des produits et d'une satisfaction dans leur expérience.



alexandra S
3 contributions

0

Incontournable

mai 2023 • En couple

Parfait pour trouver des produits de qualités à un prix raisonnable et surtout montant reverse aux bonnes personnes 👍😁

Écrit le 14 juin 2023

Nesrine92
New York, État de New York • 30 contributions

0

Supermarché de produits locaux à prix juste

août 2021

Rapport qualité prix excellent. Produits du terroirs diversifiés à prix juste mettant en avant les cooperatives du Maroc. Ce lieux est propre, spacieux avec très bon service.

Écrit le 30 août 2021

Cet avis est l'opinion subjective d'un membre de Tripadvisor et non l'avis de Tripadvisor LLC. Les avis sont soumis à des vérifications de la part de Tripadvisor.

Ines K
191 contributions

1

Le must pour acheter des produits locaux

juil. 2018 • En solo

Je suis allée au hasard et sans grande conviction à cet endroit car j'ai trouvé très peu d'informations dessus!
Sur place quelle surprise, un genre de super marché spacieux avec tous les produits locaux artisanaux du maroc, de l'alimentaire, aux soins en passant par les articles d'habillement et de décor.
Énormes avantages:
- Des rayons clairs, classés par famille de produits avec des prix étiquetés.
Pas d'embrouilles, pas d'arnaque, et en plus vous avez du choix pour chaque produit.
- Deuxième avantage: Ce sont généralement des produits fabriqués par des coopératives. L'achat soutient les petits artisans et pas au détriment de la qualité!
Il y en a pour tous les gouts tous les prix et sous différentes formes
Des huiles alimentaires et cosmétiques en tout genre, de l'amlou, du safran, du vinaigre, lavandes, thé, moringa, café, épices, des crèmes, gommages savons, des babouches, jellabas, objet en terre cuite, en bois, des poufs, couffins, et j'en oublie!!!

Allez y les yeux fermés c'est extraordinaire, je suis étonnée que ce genre d'endroit ne soit pas médiatisé

Figure 17 : : Extrait d'avis déposés sur TripAdvisor sur le marché solidaire de Casablanca.

Extraits de TripAdvisor, https://www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g293732-d12344609-Reviews-Marche_Solidaire-Casablanca_Casablanca_Settat.html, consulté le 7 août 2023.

L'expression « produits locaux » revient à plusieurs reprises dans les témoignages et l'expression « produits de terroir » apparaît également dans le deuxième témoignage. Ces avis soulignent l'importance que revêt l'aspect local dans l'expérience touristique de l'achat de souvenirs. Il y a une volonté de voir transparaître dans chaque produit une spécificité géographique qui est gage de qualité : « produits de qualité », « rapport qualité/prix excellent ».

Le vocable « coopérative » qui se répète montre également le rôle qu'occupe le type de structure où sont fabriqués les produits dans le choix d'achat fait par les touristes.
Le deuxième témoignage illustre le lien qui est fait dans les représentations entre la coopérative et le caractère précaire des fabricants qualifiés ici de « petits artisans ». Les touristes, en achetant ce type de produits, ont le sentiment de faire une bonne action, ce qui vient améliorer l'expérience touristique : « prix raisonnable et surtout montants reversés aux bonnes personnes ». Cette phrase laisse transparaître l'idée d'un échange financier gagnant/gagnant. Le touriste a le sentiment d'avoir acheté un produit qu'il juge de qualité et dans ses moyens et en même temps son argent est reversé directement aux producteurs. Les témoignages des touristes qui ont acheté des produits mettent en avant l'aspect patrimonial et solidaire des produits. Toutefois, ils ne mentionnent pas que ces produits sont fabriqués par les femmes. Les femmes rurales sont pourtant au cœur du projet de marché solidaire.

- L'Union nationale des femmes du Maroc de Ouarzazate.

L'Union Nationale des Femmes du Maroc (UNFM), anciennement Union des Femmes Marocaines, fut créée en 1969, et est actuellement présidée par la princesse Lalla Maryem. L'existence de cette association, partenaire de la Fondation Mohamed V pour la solidarité, a pour vocation de renforcer le rôle des femmes sur le territoire national grâce à la mise en place d'un certain nombre de projets participant à leur autonomisation (Site web de l'UNFM, consulté le 7 août 2023).

Pour répondre à cette volonté, l'UNFM s'est engagée à valoriser les initiatives féminines œuvrant dans le domaine de l'économie sociale et solidaire et ayant un impact durable sur la réduction des inégalités sociales qui affectent les femmes. L'association s'attelle à créer un ensemble d'activités et de programmes de formation dans différents domaines pour développer les capacités des femmes et encourager ainsi leur autonomisation, rejoignant là les engagements de la Fondation Mohamed V (Site web de l'UNFM, consulté le 7 août 2023).
L'UNFM possède plusieurs structures à travers le pays. La structure située dans la ville de Ouarzazate, où nous avons mené des observations et une interview, propose des formations à différentes activités professionnelles pour les femmes telles que la cuisine, la pâtisserie, la couture, etc. Si celles-ci sont surtout pratiquées par les résidentes de la commune pour des raison géographiques, l'association œuvre aussi sur le territoire de la rose où elle se déplace.

À l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, le 8 mars 2022, un événement est organisé par la coopérative féminine « Assif Hdida » et l'association « Les bras du développement » pour valoriser l'engagement féminin dans la région. A ce titre, l'UNFM est intervenue dans le but d'organiser des échanges entre les femmes qui se sont formées au sein de l'association et les femmes de la coopérative « Assif Hdida », dans le cadre d'un partage de compétences. L'objectif étant d'aider les femmes de la coopérative à capitaliser leurs compétences dans le cadre de leur activité. De nombreux conseils ont été proposés aux femmes de la coopérative à l'occasion de l'exposition de leurs produits de rose, notamment de la confiture.

« *Le problème des coopératives c'est qu'elles ne trouvent pas où vendre et elles n'ont pas d'emballage approprié. Nous, on leur propose des formations sur les méthodes de travail, on leur trouve des idées de fabrication de produits. On a fait une formation à la coopérative Hdida pour leur apprendre que le profit prend du temps, on les aide à s'organiser, on leur dit qu'il faut faire des dossiers pour avoir un local adapté. On amène aussi leurs produits dans les grands événements et on vend leurs produits. La situation de la femme y a changé car elles sortent de chez elles, elles se prennent en charge.* » Zoubida, responsable du centre d'écoute de l'UNFM de Ouarzazate, le 15 mars 2022.

Ce témoignage montre que la coopérative est un outil intéressant pour l'autonomisation des femmes mais qu'il est inachevé car l'accompagnement s'arrête souvent à la création de la coopérative et à la fabrication des produits. Cela laisse de nombreuses structures face à leur stock non écoulé. Les coopératives affichent des produits inachevés, c'est-à-dire non conformes aux normes sanitaires, mais aussi des locaux inadaptés à la production, montrant alors un parallélisme entre la trajectoire de vie de la coopérative et celle de la vie des femmes qui y travaillent.

« *Il y a des femmes qui m'appellent de la région de Kelâat M'gouna. Les principaux problèmes, c'est que les hommes partent et laissent les femmes, sans pour autant les divorcer, et elles se retrouvent sans ressources. Alors, je leur prodigue des conseils administratifs pour qu'elles aient une aide. (…) Les femmes de Kelâat M'gouna ont l'avantage d'avoir la rose et ça les aide beaucoup, notamment les femmes divorcées, comme à Errachidia avec la confiture de dattes, par exemple. (…) Il faut prendre en compte le fait que la femme de la région de Drâa-Tafilalet est en retard par rapport à d'autres régions. Elle n'est pas allée à l'école et son travail, si elle travaille, sert à peine à couvrir ses besoins primaires. Les femmes font pourtant beaucoup de choses mais n'atteignent pas vraiment de succès. Elles restent dans une situation précaire. Elles n'obtiennent pas du tout ce qu'elles méritent malgré tous leurs efforts.* » Zoubida, responsable du centre d'écoute de l'UNFM de Ouarzazate, le 15 mars 2022.

Les femmes de la rose, comme plus généralement celles de la région, sont les maîtresses des savoir-faire mais elles sont rattrapées par les réalités de leur trajectoire de vie qui les freinent dans la valorisation économique de ces savoir-faire. Les coopératives sont à l'image de ces trajectoires féminines. Elles affichent les fruits d'un labeur acharné de femmes qui luttent pour subvenir aux besoins de leur famille, renversant ainsi les rapports de genre, mais elles sont rattrapées par le jeu du capitalisme dont elles subissent les règles. À travers la sphère associative, les femmes, dans un esprit de solidarité, tentent de s'approprier progressivement les codes du marché international pour s'y faire une place.

- <u>Les remises de prix féminins : l'exemple du prix « Lalla al Moutaaouina ».</u>

Les concours dédiés à l'engagement féminin, à l'image du prix Terre de Femmes que nous avons évoqué précédemment, sont aussi des lieux d'intégration féminine à la gouvernance de la rose. Par le biais de ces prix, les femmes se rendent visibles et prennent la parole sur leurs parcours et leurs besoins ainsi que ceux des femmes sur leur territoire. Au Maroc, le prix « Lalla

al Moutaaouina » est un concours annuel dédié aux coopératives féminines marocaines, qui a pour but de promouvoir l'égalité homme-femme à travers la valorisation de l'entreprenariat féminin au Maroc. Ce prix est conjointement organisé par le ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Solidaire et l'Office de développement de la coopération (ODECO), et par la fondation OCP[5] (Fondation OCP, 2022).
Plusieurs centaines de coopératives féminines participent à ce concours, constituant chacune un dossier valorisant leur engagement entrepreneurial en matière d'innovation. En 2022, la troisième édition de ce prix a eu lieu sous le thème « Pour des dirigeantes de coopératives leaders ». Huit prix de mérite ont été décernés offrant aux coopératives un accompagnement de 12 mois. Une coopérative de rose, la coopérative agricole *Les Femmes du Dadès*, était une des lauréates bénéficiant de l'accompagnement et d'une récompense d'un montant de 50 000 dirhams (5000 euros).

« *On a gagné le prix Lalla al Moutaaouina le 8 mars 2022. J'étais tellement contente parce que c'était la troisième fois qu'on candidatait. (…) Grâce aux 50 000 dirhams, on va enfin pouvoir acheter une machine pour retirer l'air des sachets de roses séchées pour exporter dans de bonnes conditions. C'était un de nos rêves.* » Drissia, présidente de la coopérative Les Femmes du Dadès, le 20 mai 2022.

Les prix féminins facilitent l'accompagnement au développement des coopératives de la rose en même temps qu'ils encouragent la compétition entre les coopératives féminines. Seules les meilleures coopératives, c'est-à-dire celles qui répondent le plus aux critères d'innovation attendus, sont récompensées. Cette compétition permet d'insérer les coopératives dans une logique de surpassement continu, pour répondre à la stratégie de développement agricole portée par l'État mais aussi d'intégrer la scène commerciale internationale. Comme le montre le témoignage de Drissia, afin de décrocher le prix, la coopérative a dû travailler 3 ans pour correspondre aux critères demandés. Le prix va permettre de financer une machine qui donnera la possibilité aux femmes d'exporter des roses séchées suivant un processus qui répond aux attentes qualités des clients occidentaux.

Les associations étrangères sont aussi un support d'aide au développement précieux pour les coopératives féminines dans la région de la rose.

2. Les associations d'aide internationales : l'exemple de Fairtrade.

Comme les associations marocaines, les associations internationales peuvent représenter pour les structures féminines de la rose une opportunité pour faire face aux difficultés de marketing et de commercialisation qui les accablent. Les observations ainsi que les interviews menées ont permis de révéler la présence de Fairtrade au sein du territoire de la rose. Fairtrade est une organisation internationale constituée d'associations basées en Europe, en Amérique du Nord et en Australie. Son objectif principal est d'encourager la consommation équitable en Occident, c'est-à-dire dans les pays dits « des Nords » afin d'encourager la mise en place d'un

[5] Fondation de l'Office Chérifien des Phosphates (OCP).

développement durable des agricultures des pays dits « des Suds » en vue de rééquilibrer les relations économiques entre ces différents espaces géographiques. Pour ce faire, elle s'applique à valoriser sur le marché international des produits agricoles qui répondent à des standards sociaux, environnementaux et économiques, à l'image des trois piliers du développement durable, respectant une éthique qu'elle définit. Sa mise en place d'un cahier des charges éthiques permet aux clients d'acheter des produits dont les retombées économiques permettent d'améliorer la vie de ceux qui les ont produits et de leurs communautés (Site web Fairtrade, consulté le 15 août 2023).
Pour avoir le label Fairtrade, les produits doivent répondre à des critères économiques, c'est-à-dire proposer un prix éthique appelé le « prix minimum Fairtrade » qui s'assure de fournir aux producteurs un revenu quel que soit les fluctuations du marché. Sont aussi certifiés Fairtrade, les produits qui sont issus d'une production agricole jugée saine et écologique. La production doit montrer une gestion de l'eau et des déchets responsables mais également préserver la biodiversité et la fertilité des sols en utilisant une quantité très réduite de pesticides ou de produits agrochimiques, les OGM étant interdits. Pour encourager la production biologique, Fairtrade assure des revenus supplémentaires. Enfin, les critères sociaux ont vocation à protéger les petits producteurs. Ils veillent à l'application de taux de rémunération légaux ou supérieurs au salaire minimum, l'application d'une organisation démocratique dans les structures, mais aussi une protection sociale pour garantir la sécurité et la santé des travailleurs entre autres actions (Site web Fairtrade, consulté le 15 août 2023).
Ainsi, pour être intégré dans le commerce équitable impulsé par Fairtrade, les producteurs et transformateurs de la rose doivent adopter un nouveau modèle de gouvernance selon ses normes. L'intégration permet de bénéficier de la certification ainsi que de tous les avantages possibles qui accompagnent le label qui apparaît sur l'étiquette des produits.

« *J'ai rencontré la représentante de Fairtrade Maroc au salon de l'amandier à Tafraout en 2015. Je lui ai dit qu'on n'a pas beaucoup de clients et elle a dit qu'avec Fairtrade il y a possibilité de trouver des clients et c'est ce qui s'est produit, quand on a pris le label, on a trouvé des clients pour acheter nos produits. (…) On a le label depuis 2016. (…) Fairtrade nous aide beaucoup car on a reçu de leur part des subventions pour obtenir des équipements pour la préparation de cosmétiques naturels. D'ailleurs, ils nous ont aussi fait une formation pour ça. Ils nous ont même aidé pendant le Covid, ils nous ont acheté des emballages, le matériel d'hygiène personnelle pour les équipes, etc. Il y a aussi des voyages organisés mais moi je n'y vais pas car je n'ai pas le temps et il faut parler anglais. Je sais qu'au Maroc, il y a eu une coopérative qui est allée au Kenya. On est 6 ou 8 coopératives seulement au Maroc à être labelisées Fairtrade. Dans la rose, on est la seule. Les autres coopératives sont dans le maraîchage et l'argan. (…) On paie 1108 euros par an pour l'adhésion. Et il y a aussi des experts qui viennent pour faire des audits sur la qualité et sur l'organisation de la coopérative pour s'assurer qu'elle soit bien démocratique.* » Drissia, présidente de la coopérative Les Femmes du Dadès, le 20 mai 2022.

Si la labellisation Fairtrade représente des avantages certains pour les coopératives certifiées, comme le montre le témoignage de Drissia ci-dessus, la présence d'une seule structure de rose au sein du réseau interroge. D'après son récit, obtenir le label de l'association implique pour la

structure qui la demande un changement total de la gouvernance et des modèles de production agricole. La structure doit se plier à des modèles organisationnels et des critères de qualité qui lui sont exogènes et plus largement extérieurs au pays de résidence de la structure, ceux-ci étant calqués sur des modèles occidentaux.

Convertir la structure sur des modèles occidentaux de développement durable implique pour les femmes de la coopérative *Les Femmes du Dadès*, mais aussi pour toutes les structures qui souhaitent faire partie du réseau Fairtrade, un niveau d'alphabétisation et de formation qui leur confère les compétences pour comprendre et appliquer le cahier des charges. Seulement, le territoire de la rose, à l'image des espaces ruraux marocains, montre de faibles niveaux de scolarisation en particulier chez les femmes qui sont très touchées par l'analphabétisme. En plus du frein éducatif, les frais d'adhésion étant élevés pour de nombreuses structures, le volet financier vient s'accumuler à ceux des autres labels occidentaux que nous étudierons dans la partie suivante de ce chapitre.

Les observations menées au sein de la coopérative *Les Femmes du Dadès* nous permettent d'étayer cette situation. Sur les 17 femmes adhérentes, seule la présidente a un niveau scolaire universitaire. Toutes les autres femmes sont soit analphabètes, soit sorties de l'école de façon précoce, le plus souvent au niveau du primaire. A cela s'ajoute un profil social précaire, nombre d'entre elles étant des femmes divorcées ou veuves avec des enfants. Cette situation crée une asymétrie organisationnelle au sein de la coopérative, les femmes étant complètement dépendantes de la présidente qui a, de son côté, un emploi pour subvenir à ses besoins et ceux de sa famille. C'est à cette dernière, diplômée d'une licence en géographie et d'un parcours professionnel dans le secteur du développement territorial, qu'incombe la gestion administrative et financière de la coopérative mais aussi commerciale et marketing. Dans ce cadre, c'est elle qui a la charge de promouvoir la labellisation et de contracter recherche des partenariats et d'explorer les marchés pour écouler les stocks des produits de la coopérative et leur apporter des revenus. Les autres femmes, notamment les 6 membres qui constituent le noyau dur, appliquent les directives de la présidente, symbolisant ainsi une organisation managériale pyramidale obligée.

La gouvernance démocratique voulue par Fairtrade vient se confronter à la réalité des femmes de la coopérative témoignant alors d'une hybridation dans la gouvernance qui mélange des aspects « démocratiques » et des aspects hiérarchiques subis dans les trajectoires féminines. Les membres du bureau sont élus chaque année à l'assemblée générale. Toutes les femmes adhérentes votent pour ce bureau. Seulement, la composition du bureau est toujours la même, ainsi que les rôles, les femmes analphabètes ne pouvant pas assumer la gestion administrative, financière et commerciale de la coopérative.

De la même façon, les critères Fairtrade concernant la production agricole et le traitement éthique des producteurs ne prennent pas en compte l'organisation des coopératives de la rose qui, pour la plupart, n'ont pas la main sur la partie agricole puisqu'elles ne produisent pas elles-mêmes. Nombreuses coopératives, comme la coopérative *Les Femmes du Dadès*, achètent les roses auprès des exploitations agricoles. Si elles peuvent s'assurer de la production biologique par des analyses en laboratoire, elles ne peuvent pas s'assurer de la redistribution équitable de l'argent qu'elles donnent pour acheter les roses, notamment pour les cueilleuses. Ces dernières étant, comme le montre notre étude, dans des situations de précarité plus importantes que les femmes travaillant dans les coopératives.

Ainsi, l'accompagnement associatif international pour l'insertion dans le commerce équitable mondial représente une opportunité économique pour les femmes. Seulement, c'est aussi un vecteur de diffusion d'un modèle de développement qui est basé sur des normes occidentales qui ne prennent pas en compte les réalités locales des coopératives féminines. De ce fait, seules les unités de transformations qui ont les moyens humains, matériels et financiers de répondre à ces normes peuvent bénéficier de l'appui de Fairtrade.
La diffusion et l'imposition de normes occidentales pour intégrer le réseau Fairtrade n'est pas une exception. Pour pénétrer le marché international, les structures de transformations de la rose doivent répondre aux règles imposées par ce marché. Dans ce cadre, les labels qualité fixent les critères d'accès des produits agricoles à différentes zones géographiques du monde, notamment d'Europe et d'Amérique du Nord. Pour y accéder, les structures de transformation de rose doivent s'y plier afin de commercialiser leurs produits. Adhérer et respecter les critères de ces différents labels représentent un nouveau cadre administratif et un défi difficile à relever pour les femmes.

III. La mise aux normes des produits de la rose.

1. L'Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires (ONSSA).

La gouvernance de la rose s'exprime aussi par l'encadrement sanitaire et sécuritaire des produits de la rose fabriqués par les producteurs et les transformateurs. L'organisme en charge de l'audit des producteurs et transformateurs et de la fabrication des produits agricoles au Maroc est l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA). C'est un établissement public créé en 2009 qui possède des antennes au niveau régional. Il agit dans le domaine de la protection sanitaire des consommateurs mais aussi de la biodiversité végétale et animale, la rose appartenant au domaine végétal. Ainsi, ses produits dérivés sont soumis à la réglementation de l'ONSSA. Tous les produits conformes à cette réglementation sanitaire disposent d'une autorisation ONSSA assortie d'un numéro d'agrément ou d'autorisation. Cette autorisation, lorsqu'elle est détenue, est affichée chez le producteur ou le transformateur, et le numéro d'immatriculation de l'autorisation doit être visible sur les étiquettes des produits de la rose. Cette indication sur l'étiquette est une garantie pour le consommateur du respect des normes. La détention de l'autorisation fournie par l'ONSSA est obligatoire pour accéder à certains salons professionnels mais aussi pour l'exportation comme nous le verrons plus loin dans ce chapitre. Parmi les produits de la rose, il est possible de distinguer ceux qui sont bénéficiaires de cet agrément et ceux qui ne le sont pas.

Il existe plusieurs types de produits de la rose qui peuvent être certifiés ou non selon leurs ingrédients et leur mode de fabrication. Les témoignages récoltés auprès des 19 unités de transformations enquêtées font émerger deux catégories de produits de rose qui sont fabriquées localement : les « produits naturels » et les « produits synthétiques ».
Les produits naturels désignent ceux fabriqués à partir de la transformation des roses fraîches sans ajout d'arômes artificiels industriels. Ils regroupent notamment ceux issus de la distillation

de la rose que sont l'eau de rose et l'huile essentielle. Ils regroupent également les produits issus du séchage de la rose que sont les boutons de roses séchés, les pétales de roses séchés et la poudre de rose. Cette catégorie concerne aussi les produits de rose qui sont mélangés avec d'autres produits végétaux qui ne contiennent pas d'arômes artificiels comme l'huile d'amande douce ou d'argan à la rose. Ce sont des huiles végétales dans lesquelles a seulement été ajoutée de l'huile essentielle de rose. Ce sont ces produits naturels qui peuvent prétendre à être labélisés ONSSA du fait de l'origine strictement végétale de leur produit. À cela s'ajoutent d'autres normes d'hygiène et de sécurité qui s'appliquent aux procédés de fabrication ainsi qu'au local de production et à la main-d'œuvre qui manipule les produits.

Les « produits synthétiques », eux, sont fabriqués à partir d'arômes, de colorants et autres agents chimiques artificiels industriels, le plus souvent importés d'usines de Casablanca ou de Marrakech. L'eau de rose synthétique est une eau dans laquelle un arôme de rose artificiel a été ajouté. Les produits synthétiques de rose englobent également des produits d'hygiène et des cosmétiques dans lesquels un arôme artificiel de rose a été ajouté tels que le shampoing, le gel douche, le savon, les crèmes, les gommages, etc. Ces produits ne peuvent pas obtenir de certification d'hygiène et de sécurité de l'ONSSA du fait de l'utilisation des colorants et autres agents chimiques industriels. En effet, la plupart des produits synthétiques ne contiennent pas de rose de Kelâat M'gouna-Dadès, ils sont constitués uniquement d'ingrédients artificiels. À cela s'ajoute le non-respect du cahier des charges relatif aux procédés de fabrication, au local et à la main-d'œuvre. D'après nos observations des sociétés locales et coopératives (chapitre 6), ces produits synthétiques sont fabriqués dans des locaux, des contenants et avec des ustensiles et une main-d'œuvre qui ne respectent pas les normes d'hygiène et de sécurité. Toutefois, il arrive que des unités de transformation de rose fabriquent à la fois des produits naturels et des produits synthétiques. Cela leur permet de couvrir plusieurs marchés, les deux produits n'étant pas destinés à la même clientèle du fait d'une grande variation tarifaire. Les produits naturels étant nettement plus chers que les produits synthétiques.

Parmi les 67 unités de transformation locales recensées grâce à notre enquête (chapitre 6) dont nous avons croisé les données avec celles du site web de l'ONSSA, 17 détiennent l'autorisation sanitaire et sécuritaire. Ainsi, au total, seulement 23,4% des structures locales commercialisent des produits de rose réglementés sur le territoire de la rose. Sur les 57 coopératives, 14 coopératives sont certifiées ONSSA, représentant ainsi 24% du total des coopératives. Parmi les structures certifiées, 27% sont féminines (1 société et 4 coopératives), tandis que 7 sont présidées par des hommes représentant 47% du total des structures détenant une autorisation, le sexe des 27% restant n'a pas pu être identifié (Tableau 10).

Entreprise Marocaine basée à Kelâat M'gouna	**Société locale**	**Coopératives**		
		Présidence féminine	**Présidence masculine**	**Présidence non identifiée**
Les Arômes du Maroc	Flora Sina	Les femmes du Dadès	Rosa M'goun	Oued Dadès

		Ward M'gouna	SOFFI	Dadès Rose
		Rosa Damaskina	Biopam	Coop. Agricole Tout Terroir
		Taytmatine	Les arômes du Sud	
			Wouroud Wahat Dadès	
			Rose Dadès M'goun	
			Rouh el Nebta	

Tableau 10 : Liste des unités de transformation disposant de l'autorisation ONSSA.

Source : Site internet de l'ONSSA (consulté le 5 août 2023).

Ce tableau démontre la faible pénétration de la réglementation sanitaire et d'hygiène au sein des unités de transformation. Plusieurs freins permettent d'expliquer cette situation. Obtenir l'autorisation ONSSA nécessite, comme nous l'avons déjà expliqué, le respect d'un certain nombre de normes. Le respect de la composition, du conditionnement et des différents aspects techniques et architecturaux internes nécessite un apport économique conséquent. En effet, les locaux de production doivent posséder plusieurs pièces qui assurent toute la chaîne de production : réception de la marchandise, salle de tri, salle de stockage, espace de séchage, espace de distillation, espace de conditionnement.
Toutes ces salles doivent former un circuit continu de l'amont vers l'aval, et les étapes ne doivent pas se croiser. De plus, un seul type de produit peut être fabriqué à la fois, ce qui demande aux structures d'organiser leur production selon la saisonnalité des produits. Cela signifie que la structure doit construire un local qui est en accord avec ces normes de sécurité et d'hygiène, représentant donc un apport financier colossal. La majorité des sociétés ou coopératives visitées sur le terrain sont toutes loin de disposer d'autant d'espaces de production qui s'articulent en plus dans cet ordre précis.

Le respect de ces normes demande également la création et l'application d'un processus de circulation des ressources en interne, faisant appel à des connaissances en matière de sécurité et d'hygiène spécifiques à la production de produits végétaux qui ne sont pas acquises localement. Le respect de ces normes implique également la création et la mise en place d'une traçabilité des produits, grâce à des numéros de lot et d'un suivi rigoureux de la qualité, qui demandent là encore certaines connaissances afin de valider les différents audits effectués par l'ONSSA. Enfin, la constitution du dossier de demande d'autorisation requiert de savoir lire et écrire en arabe, ainsi qu'en français puisque le document officiel est rédigé en français. Il faut pouvoir également réunir et constituer toutes les pièces justificatives demandées. Ainsi, l'ONSSA représente un niveau de développement qui nécessite un investissement et des compétences que les structures peinent à atteindre. La faible représentativité des femmes, avec 26% des structures certifiées féminines contre 47% masculines, confirme les rapports de genre observés dans le chapitre précédent sur l'accès à la propriété des unités de transformation. Les prérequis pour bénéficier de l'autorisation sanitaire nationale constituent des défis difficiles à

relever, en particulier pour les femmes dont l'ambition est freinée par la charge familiale qu'elles assument en tant que cheffes de famille, mais aussi par l'analphabétisme ou leur faible niveau scolaire. Le volet sanitaire imposé dans le cadre de la gouvernance représente un effort supplémentaire pour les femmes qui, malgré le faible pourcentage qu'elles représentent en tant que propriétaires, montrent une forte capacité de résilience face à un système de gouvernance qu'elles ont du mal à intégrer. En effet, en proportion, les structures féminines représentent un pourcentage de certification comparable à la part qu'elles occupent dans la propriété des structures (25%).

Il est important de souligner que bénéficier de l'autorisation est une étape importante mais il ne s'agit pas d'une fin en soi. Les structures doivent ensuite commercialiser ces produits certifiés qui, par leur aspect qualitatif et par le prix élevé qu'ils représentent sur le marché local, ne peuvent souvent être écoulés qu'auprès d'une clientèle internationale. Ils sont alors commercialisés le plus souvent localement auprès des touristes, lors des événements nationaux ou internationaux ou en gros aux entreprises internationales. C'est la raison pour laquelle la détention de l'autorisation représente un enjeu de concurrence pour les structures, sociétés ou coopératives.

D'après les entretiens menés auprès des unités de transformation qui commercialisent les produits naturels certifiés par l'ONSSA, leur clientèle est essentiellement étrangère. D'après ces témoignages, seuls les marchés internationaux ou les touristes étrangers sont en capacité d'acheter leurs produits. L'exportation leur permet donc de commercialiser en gros leurs produits de la rose.

De plus, ces structures expliquent que les événements nationaux et surtout internationaux représentent un enjeu commercial de taille qui leur donne accès à un marché et à un chiffre d'affaires considérable. Comme pour l'exportation, seule l'ONSSA permet d'y accéder. L'étude du déplacement des transformateurs de la rose, en particulier des coopératives féminines de rose, montre qu'elles accèdent, grâce à cette autorisation sanitaire, à de nombreux événements commerciaux (Tableau 11).

Nom de l'événement	**Lieu**	**Rayonnement**	**Fréquence**	**Période**	**Certifications requises**
Salon de l'agriculture	Paris, France	International	Annuel	Février/mars	ONSSA
Salon mondial de la filière bio	Nuremberg, Allemagne	International	Annuel	Février	ONSSA, Bio
ANUGA (salon mondial de l'alimentation et des boissons)	Cologne, Allemagne	International	Biannuel	Octobre	ONSSA

Salon international de l'alimentation d'Abu Dhabi	Abu Dhabi, Émirats Arabes Unis	International	Annuel	Novembre/Décembre	ONSSA
Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM)	Meknès, Maroc	International	Annuel	Mai	ONSSA
Salon International des Produits de Terroir Agadir	Agadir, Maroc	International	Annuel	Septembre	ONSSA
Salon régional des produits de terroir	Saïdia, Maroc	National	Annuel	Juillet	ONSSA
Salon international de la rose à parfum	Kelâat M'gouna, Maroc	National	Annuel	Avril / Mai	ONSSA

Tableau 11 : Calendrier non exhaustif des événements commerciaux pour les transformateurs de rose.

Si la participation des unités de transformation de la rose à ces différents événements représente un atout financier de taille, cette participation s'inscrit dans un volet politique. Les sociétés et coopératives de la rose se retrouvent aux côtés d'autres structures qui commercialisent des produits de terroirs d'autres régions du Maroc tels que l'argan ou le cactus par exemple et constituent ensemble la vitrine de la stratégie de développement des territoires marocains (PMV, Green Generation).

Ces participations sont accompagnées par le ministère de l'Agriculture représenté par l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) qui a la charge de la promotion des produits de terroir et des labels dont elle assure la valorisation médiatique. L'ADA a pour but de promouvoir les produits de terroir et d'encourager la qualité des produits à travers notamment la compétitivité. L'organisation du concours biannuel marocain des Produits du Terroir est un exemple d'action qui impulse la compétitivité entre les structures en matière de qualité et d'innovation (ADA). La cérémonie de la 5e édition de ce concours organisée en 2022 fut présidée par le ministre de l'Agriculture qui a remis les prix aux structures lauréates (ministère de l'Agriculture, 2022).
La participation à ces événements régionaux, nationaux et internationaux fréquentés par des investisseurs et entreprises étrangères permet au Maroc de cultiver une place de choix en tant qu'exportateur de produits agricoles, à l'image de la place qu'il occupe comme 3e exportateur

mondial de roses (France info, 2021). Ainsi, l'autorisation ONSSA inscrit les sociétés, les coopératives de rose, et *à fortiori* les femmes, dans une large stratégie de développement international pour offrir au pays une place grandissante sur le marché international.

L'insertion aux marchés internationaux se fait par la normalisation sanitaire de la production selon des normes occidentales, c'est aussi ce qu'illustrent la pénétration et la diffusion de labels biologiques. Cette injonction du bio est aussi un modèle de développement occidental et capitaliste qui est imposé aux unités de transformation.

2. L'injonction du bio.

Le développement du marché international conjointement à celui de la consommation biologique impose de plus en plus aux produits de terroir de détenir une certification biologique pour être compétitif (Gardelle et Ruhlman, 2009). En accord avec la stratégie nationale de développement d'une agriculture tournée vers l'exportation, les produits de terroir doivent se plier aux tendances du marché international (Akesbi, 2012). Afin de répondre à cette demande en produits biologiques, un certain nombre de structures transformatrice sur le territoire de la rose tentent d'obtenir une certification. Il existe plusieurs organismes de labellisation biologique sur le marché de la rose dont : CCPB srl, Eurofeuille, Bio Maroc et USDA ORGANIC (voir annexe). Chacune de ces différentes certifications impose des exigences en termes de production agricole, de fabrication, de traitement, de transport et de stockage. Lorsqu'un de ces labels est apposé sur le produit, cela signifie qu'il respecte une quantité précise de produits biologiques et une quantité limitée de produits non biologiques qui sont définis par le cahier des charges des organismes certificateurs. Par exemple, le label Eurofeuille certifie que le produit labellisé contient au minimum 95% d'ingrédients biologiques et s'il contient des ingrédients non biologiques, ceux-ci ne doivent pas dépasser 5% et respecter un cahier des charges précis (Site internet de la Commission Européenne, consulté le 5 août 2023). Pour les sociétés ou les coopératives de rose, l'obtention de ces labels leur permet d'accéder aux marchés du biologique dans les différentes zones géographiques qu'ils couvrent. Cela représente une opportunité économique importante à l'international, et un moyen de valorisation de la filière et du terroir de la rose. Pour obtenir le label, il faut, cependant, suivre un process de normalisation précis qui est imposé par l'organisme certificateur, quitte à dénaturer les savoir-faire ou le produit agricole traditionnel (Boulay,2011). Le respect du cahier des charges de ces labels biologiques peut être long et difficile et il n'est pas une garantie de revenus (Haynes, 2006). Un autre aspect important est le coût de ces labels car ils ne sont pas gratuits, représentant alors un investissement supplémentaire lourd à assumer pour les structures. Sur le territoire de la rose, les coûts que représentent ces certifications biologiques peuvent s'avérer être contre-productif pour les structures féminines comme le montrent les témoignages ci-dessous.

« *Ça coûte cher la labellisation tu sais. C'est 1100€ la certification bio pour l'Europe, 900€ le certificat des USA et du Canada. Le label bio Maroc coûte 2000 dirham (200 euros), le commerce équitable (Fairtrade) c'est 2200€ et tout ça c'est chaque année qu'il faut les payer. C'est grâce à la labellisation que je vends ces produits. Il y a une concurrence à l'échelle nationale qui nous ait faite par les produits synthétiques. Moi, je suis opposée aux produits synthétiques. Ce sont eux qui détruisent la filière de la rose. Mais les gens ici ne veulent pas*

payer les labels. Et les Marocains veulent acheter toujours les produits les moins chers. » Leila présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021.

« *On avait le label AB et je l'ai arrêté parce que ceux-là aussi ce sont une bande organisée qu'il faut renverser. Vous savez quoi ? Ils ne se déplacent même pas ! Par exemple, Ecocert a son bureau à Agadir ou je ne sais où et il te dit envoie moi ça, fais-moi ça, prépare-moi ça et paie-moi ce montant. Si moi je fais tout le travail, je me paie moi. Pourquoi moi je travaille, je fais les analyses et tous les dossiers et je te donne à toi 2000 ou 3000€ ? Moi je lui ai dit carrément à Ecocert. Puisque toi tu ne te déplaces pas, comment tu fais pour savoir si c'est bio ou pas bio ? Et c'est comme ça qu'ils font. Moi, j'ai eu cette expérience et ce sont tous les mêmes. Eux, ce sont des champignons qui vivent sur le dos des coopératives. Moi, AB c'est pareil je me suis aperçu qu'à chaque fois je leur donne 1000€ et pourquoi ? Pourquoi j'enlève cet argent aux femmes pour leur donner ? Pourquoi ? C'est haram.*
(…) Moi j'ai essayé de créer un label local, j'ai monté tout un dossier. Malheureusement, je n'ai pas trouvé avec qui le faire. Mais ça, c'est le rôle de la FIMAROSE et ils doivent le faire ! C'est nous les plus crédibles pour accréditer le produit de notre région ! Doit-on attendre que ce soit quelqu'un d'une autre région, d'Agadir ou de je ne sais où, qui me dise si mon produit est bio ou naturel et en plus je le paie ? Il faut faire un label local avec une commission compétente et honnête qui fait le contrôle et assiste les gens pour qu'ils répondent aux conditions du label bio. C'est ça le travail de la FIMAROSE, le travail qu'elle ne fait pas. C'est important qu'il y ait un label local. (…) Ben, on travaille sans le label. J'ai pris la décision et je l'assume. Les frais de label c'est parfois 50% des gains d'une coopérative et pourquoi ? » Mariem, présidente d'une coopérative, le 22 avril 2022.

Les témoignages des présidentes de coopératives féminines ci-dessus montrent l'importance des labels pour accéder aux différents marchés étrangers. Seulement, aux coûts de ces différents labels qui reviennent chaque année s'ajoutent ceux de l'ONSSA pour mettre à genoux certaines coopératives féminines qui les prélèvent sur leurs bénéfices. Comme le souligne le premier témoignage, il existe un label national, le label Bio Maroc qui est moins cher mais qui ne permet pas de commercialiser ses produits à l'international.

Les labels sont à double tranchant car d'un côté ils constituent la porte d'accès à des marchés internationaux, et de l'autre les coûts qu'ils imposent s'ajoutent aux difficultés marketing et commerciales des structures. Certaines structures parviennent à dépasser la barrière des coûts, mais elles sont ensuite confrontées à la compétition avec les autres produits européens de rose ou non, car leurs packaging et stratégies commerciales ne répondent pas aux standards européens, les limitant, le plus souvent, à la vente en gros.
Face à cette situation, les femmes s'indignent et rêvent d'un label local. Selon elles, ce sont les femmes et plus généralement les acteurs de la rose qui sont les plus aptes à garantir l'aspect biologique de leur production, étant donné que ce sont elles qui cueillent et qui transforment la rose. Elles sont donc le plus à même de garantir la qualité de leurs produits. Ce sentiment de vouloir créer leur propre label avec des normes qui seraient adaptées aux besoins et au fonctionnement de la production et de la transformation de la rose est aussi partagé par la FIMAROSE :

« *Pour maintenir notre marché, il faut une certification bio pour toute la vallée. Il faut que le ministère subventionne des pesticides bio pour protéger toutes nos productions, pas que la rose mais aussi le figuier, etc. Cela ferait une belle publicité à la vallée.* » Rochdi Boubker et Mustapha Naim, respectivement Président et Vice-président de la FIMAROSE, le 19 avril 2022.

Cette idée de créer un label propre à la Vallée des roses que révèlent les témoignages des représentants de la FIMAROSE souligne l'inadaptation des labels bio étrangers mais aussi des politiques publiques agricoles qui vont dans le sens de ces labels. En effet, en intégrant des normes étrangères, elles ne permettent pas de répondre aux besoins des agriculteurs et des transformateurs de la rose sur leur propre territoire.

L'obligation de labellisation sanitaire et sécuritaire imposée par l'ONSSA et l'intégration du bio qui s'impose aux unités de transformation de rose montrent comment les stratégies de développement agricole nationales diffusent des modèles de développement occidentaux sur le territoire de la rose. Ces modèles, qui ne prennent pas en compte les difficultés des producteurs et des unités de transformation, créent une compétition entre les producteurs et entre les transformateurs pour obtenir ces labels afin de pouvoir potentiellement générer plus de chiffre d'affaires grâce à l'accès au commerce international. Ce milieu concurrentiel montre comment cette labellisation impose un modèle capitaliste de développement car seulement ceux qui ont les compétences, les moyens financiers et matériels peuvent s'adapter aux normes occidentales, donc aux marchés potentiels les plus porteurs.

Ainsi, la diffusion de ces labels et l'exclusion du marché international de ceux qui ne les obtiennent pas montrent comment les normes et les règles occidentales du marché s'imposent dans la filière de la rose à parfum. Ce passage en force des labels s'impose à l'ensemble de la filière mais représente un défi supplémentaire pour les coopératives féminines notamment. En effet, la coopérative est un format qui est censé aider les femmes à s'insérer dans le développement alors que ces labels freinent la commercialisation. De plus, le format de la coopérative est intéressant pour les femmes parce qu'il ne leur demande pas d'avoir un capital d'investissement (chapitre 6). Or, la certification et la labellisation biologiques demandent un investissement financier conséquent. Les défis que ces labels représentent explique le rejet, de la part des transformateurs, des labels créés par l'État qui s'en est inspiré.

3. L'échec du label « Terroir du Maroc » et des « AOP ».

Depuis le lancement du Plan Maroc Vert (PMV), le terroir est devenu le cœur de la stratégie de développement des espaces ruraux (Akesbi, 2012 ; Dahmani et El Akry, 2022). La labellisation, à travers la création d'Appellation d'Origine Protégée (AOP) ou de labels nationaux tels que « Terroir du Maroc », est au service de cette stratégie. La rose Damascena est intégrée dans cette politique de valorisation des produits de terroir par la labellisation à travers la création par le ministère de l'Agriculture des deux AOP autour de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

<u>Le label « Terroir du Maroc ».</u>

Créé par l'Agence de Développement Agricole (ADA) en 2015, le label « Terroir du Maroc » a pour objectif de donner de la visibilité et d'encourager la commercialisation des produits de terroir marocains, en accord avec la stratégie du PMV (Akesbi, 2012 ; Dahmani et El Akry, 2022). L'apposition du label fait suite à un dépôt de dossier de demande d'attribution qui suit un process précis et est attribué par l'ADA pour une durée de 3 ans renouvelable (ADA, 2015). Ce label répond à une volonté gouvernementale d'unifier toutes les spécificités agricoles du pays, sous une seule et même bannière : le terroir (Hammimaz, 2009). Le site internet du même nom, créé par l'ADA, sert cette ambition en proposant une plateforme de commerce en ligne où l'ensemble des produits de terroir labélisés TERROIR DU MAROC sont disponibles à l'achat.

« *Notre mission est de valoriser les meilleurs produits issus de notre terroir marocain mais aussi valoriser le travail des producteurs des coopératives, unions des coopératives et groupements d'intérêt économique. Tous ces produits sont issus exclusivement de petits producteurs qui maitrisent parfaitement la production et la préparation depuis des générations tout en respectant les conditions sanitaires pour vous offrir le meilleur de notre terroir.* » Extrait de la présentation du site de l'ADA, https://www.terroirdumaroc.gov.ma/terroir-du-maroc, consulté le 6 août 2023.

L'extrait de la présentation du site internet rédigé par l'ADA montre l'association qui est faite, derrière le vocable terroir entre le produit et sa réalisation, c'est-à-dire les savoir-faire des locaux qualifiés ici de « petits producteurs ». Cette association montre bien comment la politique de valorisation des produits de terroir pour développer les territoires ruraux s'appuie sur les savoir-faire agricoles (Berriane, 2010).

Après exploration du site internet, nous avons pu constater que seulement 5 unités de transformation de la rose sur les 64 recensées sont présentes sur le site internet. Il s'agit des coopératives SOFFI, Les femmes du Dadès, Les arômes du Sud, Tout Terroir et Woroud Wahat Dadès. Cette absence du label sur les produits de la majorité des structures transformatrices de rose souligne qu'il ne représente pas de valeur ajoutée pour elles, révélant alors une forme d'échec de la politique de labellisation nationale (Idbendris et Debbag, 2024).

De plus, la coopérative « Tout Terroir » ne détient pas le certificat ONSSA, ce qui montre que les structures ne sont pas obligées de la détenir pour prétendre à l'obtention du label « Terroir du Maroc ». Ainsi, obtenir ce label montre qu'un produit peut porter la mention « terroir du Maroc » sans pour autant respecter les normes sanitaires et sécuritaires portées par l'État. Cela révèle aussi une forme d'incohérence dans les politiques publiques agricoles puisque l'État via le site internet propose de donner de la visibilité à des produits qui ne respectent pas les normes que lui-même impose.

De surcroît, nous avons pu constater que, parmi les 5 structures qui sont présentes sur le site internet, une seule, la coopérative les Femmes du Dadès, a apposé sur ses produits le logo « Terroir du Maroc » : (Figure 18).



Figure 18 : Le label « Terroir du Maroc » sur l'étiquette d'un produit de rose.

Source : Coopérative Agricole Les Femmes du Dadès.

La présence de la certification de l'ONSSA mais aussi de nombreux labels bio des différents marchés (marocains, européens, américains) et de celui de Fairtrade montre qu'il s'agit d'une coopérative qui a les compétences techniques, intellectuelles et financières pour obtenir tous ces labels (Figure 18). Le label « Terroir du Maroc » semble alors, comme les autres labels et certifications, être réservé à des structures qui dominent le marché, favorisant alors l'exclusion des petites structures du marché du terroir (Varacca, 2019).

Le rejet du label « Terroir du Maroc » par les transformateurs s'explique aussi par sa faible potentialité économique qui est renforcée par un site qui n'est pas fonctionnel. Le site internet ne présente pas tous les produits de rose fabriqués par les structures qui ont adhérés au label et il n'offre pas la possibilité aux visiteurs du site d'y effectuer des achats. Cette situation ne représente aucun intérêt pour les transformateurs qui s'intéressent au développement de leur chiffre d'affaires[6].

Les Appellations d'Origine Protégée (AOP).

En 2011, une première AOP a été délivrée par le ministère de l'Agriculture, il s'agit de l'appellation « Rose de Kelâat-M'Gouna-Dadès ». Cette AOP garantie l'aire géographique d'origine de la rose sur les deux communes urbaines Kelâat M'gouna et Boumalne Dadès, et les communes rurales d'Aït Sedrate Sahel al Gharbia, d'Aït Sedrate Sahel Charkia, Ait Ouassif, Souk Lakhmiss Dadès et Ighil N'oumgoun. Elle a également pour fonction de promouvoir et protéger la réputation de la rose marocaine et de limiter les fraudes dans la fabrication de ses produits (Site web du ministère de l'agriculture, consulté le 6 août 2023).

[6] https://www.terroirdumaroc.gov.ma/terroir-du-maroc, consulté le 6 août 2023

Cette appellation n'apparaît pourtant sur aucun produit, même au sein des coopératives qui ont le plus de certification et de labels (Michon et al.,2017). D'après les entretiens menés auprès des unités de transformations, l'AOP Kelâat M'gouna-Dadès est largement méconnue. La plupart des enquêtés n'en ont pas entendu parler ou ne savent pas ce qu'est une AOP :
« *Non, on n'a pas ça, je ne sais pas ce que c'est l'AOP.* » Othmane, président d'une coopérative, le 14 juillet 2021.
« *J'ai commencé mon activité en 2018 et je n'en ai pas entendu parler.* » Zoubida, responsable du centre d'écoute de l'UNFM de Ouarzazate, le 15 mars 2022.
« *Non, c'est quoi l'AOP ?* ». El houssine, propriétaire d'un hébergement touristique, le 11 mars 2022.
« On ne l'a pas mis sur nos étiquettes car il n'y a pas de logo (…) C'est une faute de l'ONCA (Office National du Conseil Agricole), du ministère de l'Agriculture et de la FIMAROSE. Ils doivent montrer le model, le logo. » Leila présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021.

En 2022, une nouvelle AOP a été décernée par le ministère de l'Agriculture, l'AOP « Eau de rose de Kelâat M'gouna-Dadès ». Celle-ci certifie spécifiquement l'eau de rose afin de valoriser l'effort réalisé par la structure qui produit une eau de rose naturelle. En effet, l'AOP certifie que l'eau de rose est issue des rosiers de l'aire géographique définie, la teneur en huile essentielle que celle-ci possède (de 0,01 à 0,05%), son ph (de 4 à 6) et sa couleur. Elle garantit aussi l'absence d'additifs, d'éthanol, de chlorures et d'impuretés qui sont souvent présents dans les eaux de rose, ne respectant ainsi aucuns cahiers des charges de qualité, notamment l'eau de rose « synthétique ». L'AOP « Eau de rose de Kelâat M'gouna-Dadès » a donc pour mission de distinguer l'eau de rose locale et naturelle pour protéger le consommateur et valoriser le producteur grâce à des revenus plus importants (Ministère de l'agriculture, 2022).

C'est la FIMAROSE qui fait la demande de cette AOP, permettant ainsi de répondre à l'engagement qu'elle partage avec l'État de promotion et de développement de la filière.
« *Il y aura une traçabilité détaillée dans le cadre de l'AOP : d'où l'eau de rose vient, de quel village, par qui elle est produite, etc. Donc, les membres de la FIMAROSE qui respectent les bons process de production pourront l'obtenir.* » Rochdi Boubker et Mustapha Naim, respectivement Président et Vice-président de la FIMAROSE, le 19 avril 2022.

Au printemps 2022, j'ai assisté à la formation, dispensée par l'Office de Mise en Valeur Agricole de Ouarzazate (ORMVA) aux transformateurs membres de la FIMAROSE, qui présente l'AOP « Eau de rose de Kelâat M'gouna-Dadès » et les modalités d'obtention de cette indication géographique. À l'occasion de cette formation, nous avons pu remarquer la présence de peu de personnes. Le fait qu'elle soit dispensée aux seuls membres de la FIMAROSE freine la diffusion de l'information. Également, la faible participation de ces membres la freine davantage. En outre, nous avons pu constater que la langue choisie pour la formation, à savoir l'arabe, participe à la rendre hermétique pour certains transformateurs, ce qui freine davantage la compréhension des enjeux de l'obtention d'une indication géographique. C'est en particulier le cas chez les femmes, dont nombre d'entre elles ne parlent que le tachelhit, maîtrisent uniquement la darija ou ont de faibles notions d'arabe. De plus, comme pour les labels

étrangers, le prix à payer par les unités de transformation pour obtenir l'AOP « Eau de rose de Kelâat M'gouna-Dadès » limite aussi son appropriation par les acteurs.

« *Pour obtenir l'AOP, il faut faire la demande à la FIMAROSE qui la transmet au ministère de l'Agriculture. Elle coûte cher aujourd'hui car il n'y a qu'une seule société qui donne la certification, Normacert.* » Rochdi Boubker et Mustapha Naim, respectivement Président et Vice-président de la FIMAROSE, le 19 avril 2022.

« *Il n'y a pas de groupement d'intérêt économique des coopératives pour faciliter l'accès de l'AOP aux fournisseurs des roses avec une remise de 15% pour le compte de GIE par exemple. Ici on n'a pas ça. Chacun se débrouille. Il n'y a pas de répartition des coûts, des revenus ni des tâches. On pourrait, grâce à un GIE, avoir un seul label partagé mais dommage.* » Drissia, présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021.

Le système de certification de l'AOP est similaire à celui des labels bio internationaux. Il est accordé à la suite d'un audit effectué par une société privée à la condition du respect d'un cahier des charges. De plus, comme les labels bio internationaux, l'obtention de l'AOP est payante. Elle représente donc une charge financière supplémentaire pour les transformateurs. Or, comme le label « Terroir du Maroc », l'AOP n'est reconnue qu'au Maroc. Il ne donne pas accès à des marchés supplémentaires comme le font les labels internationaux. Et, comme le montrent les témoignages, il est peu connu, même sur le territoire de la rose. C'est pourquoi, il représente peu d'intérêt pour les transformateurs qui ne voient pas l'intérêt de payer un autre label onéreux qui n'apporte ni valorisation ni débouchés économiques supplémentaires. De surcroît, lorsque les producteurs et les transformateurs tentent d'obtenir des labels, ils se dirigent à minima vers l'ONSSA qui donne accès à l'exportation et/ou vers les labels bio qui permettent de pénétrer le marché international du bio.

La très faible adhésion des transformateurs de la rose au label « Terroir du Maroc » et l'absence des AOP Kelâat M'gouna-Dadès et « Eau de rose Kelâat M'gouna-Dadès » sur les produits de rose montrent l'échec de l'implantation de ces labels portés par l'État. Plus largement, ce rejet montre aussi l'échec de l'introduction d'un modèle, celui de l'« agriculture de terroir » entériné par l'État, qui n'intègre pas suffisamment les acteurs locaux et leurs besoins (Hamimaz, 2009).

Conclusion du chapitre 4

L'analyse du pilotage de la filière de la rose montre que les femmes sont largement exclues des postes à responsabilité et plus largement de la prise de décision quant au développement de la filière de la rose à parfum. Cela alors même qu'à travers leur travail dans la récolte de la rose (chapitre 5) ; dans la transformation et la commercialisation (chapitre 6) ; et leur implication dans sa folklorisation (Chapitre 7) et sa mise en tourisme (Chapitre 8), les femmes constituent des actrices indispensables à son développement économique mais aussi à sa valorisation patrimoniale et touristique.

Les femmes, pour valoriser leur implication et leur travail, s'appuient sur des lieux de gouvernance indirects tels que les fondations ou les associations. De plus, lorsque les structures féminines en ont les moyens, elles intègrent des réseaux internationaux comme Fairtrade et candidatent à des prix pour valoriser les produits qu'elles fabriquent et se perfectionner. Toutes ces stratégies permettent aux femmes de rendre visible le travail qu'elles réalisent dans le secteur de la rose et le rôle qu'elles jouent dans son développement. Cela leur permet de formuler une réponse au pouvoir masculin qui les exclues de la gouvernance.

Toutefois, il est important de souligner que toutes les femmes ne parviennent pas à trouver des solutions au détournement de la gouvernance par les hommes ou à s'adapter au modèle de développement agricole néolibéral autour du terroir. Il existe de fortes disparités entre les structures qui y parviennent et les autres qui cumulent les difficultés et se retrouvent reléguées à des niveaux de développement inférieurs. Ce constat révèle l'échec de la politique d'insertion des femmes portée par le modèle agricole du terroir mais aussi celui des engagements pris dans le cadre des Objectifs du Millénaire pour le Développement. Il révèle aussi le peu d'impact qu'ont eu les initiatives pour l'inclusion féminine dans le domaine agricole et leur insertion au développement.

En parallèle, les structures féminines doivent faire face à la standardisation de leur production afin d'accéder au marché mondial. Cet accès réglementé au marché, selon des standards occidentaux soutenus par les politiques néolibérales de développement agricole s'appliquant sur le territoire de la rose, représente un défi supplémentaire pour les femmes. Elles doivent répondre à ces normes par leurs propres moyens, ce qui montre leur capacité de résilience. Les femmes participent à faire connaître le territoire de la rose, par la mise en avant de leur travail localement et au niveau national et international, ainsi que par la valorisation de leurs produits comme produits de terroir. L'implication des femmes dans cette valorisation qui inclue les produits et territoire de production montre leur participation effective au processus de patrimonialisation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. La résilience des femmes dans la lutte qu'elles mènent, face à la gouvernance par les hommes pour leur autonomisation financière et leur place dans la patrimonialisation de la rose, interroge leur *empowerment*.

Chapitre 5. Les cueilleuses de rose à l'épreuve de la transition agricole.

Le développement de la demande du marché international et la diffusion de la stratégie agricole néolibérale nationale (Plan Maroc Vert) sur le territoire de la rose transforme le système agraire et le système de production agricole du rosier Damascena. La demande grandissante des unités de transformations a entraîné le développement de la culture de la rose dans les exploitations familiales dont la production est destinée désormais à la commercialisation. En parallèle, l'introduction de nouveaux moyens techniques, irrigation par les mégas bassines, goutte à goutte, et l'accès au foncier à travers la location à long terme des terres collectives ont permis la conquête de nouveaux espaces pour la culture de la rose dans de grands domaines modernes. C'est là une dynamique qui a entrainé une perturbation dans l'organisation du travail au sein des exploitations agricoles de l'oasis. Attirées par le travail salarié, les femmes se sont vues impliquées dans de nouveaux rapports de production et leur rôle l'espace domestique familial transformé. En outre, l'introduction de la cueillette des roses par les femmes comme activité touristique interroge la participation des femmes à la mise en tourisme de la région.

Dans ce chapitre nous mettrons en lumière dans un premier temps la filière de production agricole de la rose Damascena au sein des exploitations familiales et la place occupée par les femmes dans ce système (1). Dans un deuxième temps, nous étudierons la percée des fermes agricoles dans les espaces désertiques et leurs conséquences sur le travail et le statut des femmes cueilleuses (2). Enfin, nous clôturerons ce chapitre par l'analyse de l'introduction de la cueillette des roses dans l'offre touristique locale. Nous nous intéresserons au rôle qui est attribué aux femmes dans cette activité (3).

I. L'itinéraire technique de la culture de la rose dans l'ensemble du système de production de l'exploitation familiale

1. L'agriculture de la rose, une agriculture familiale.

Les systèmes agraires et les systèmes de production agricole d'une partie de la vallée du M'Goun et du Dadès représentent l'amont de la filière de la rose à parfum. L'étude de ces systèmes permet d'éclairer l'agriculture de la rose mais aussi l'organisation des acteurs qui dépendent de cette agriculture et les rapports de genre qui en découlent. Pour éclairer ces systèmes et le rôle joué par les hommes et les femmes, j'ai effectué plusieurs types d'enquêtes dont les résultats constituent la base de la construction de ce chapitre.

Les observations de l'agriculture de la rose dans la basse et moyenne vallée du M'Goun et la basse vallée du Dadès, les enquêtes et entretiens réalisés autour des conditions de production, de commercialisation et de mise en patrimoine de la rose (été 2021, mois de mars, avril et mai 2022 et avril 2023), m'ont permis d'appréhender le système de production de la rose dans différentes catégories d'exploitations, familiales et domaines modernes, ainsi que les formes de sa valorisation.

La rose Damascena.

La rose qui pousse et embaume une partie de la vallée du M'Goun et du Dadès est la rose Damascena, aussi nommée au Maroc par son appellation d'origine protégée « rose de Kelâat M'gouna-Dadès ». Du point de vue botanique, c'est une rose à parfum qui appartient au genre *Rosa (R.)*, comprenant un grand nombre d'espèces. Plus de cinq mille variétés ou hybrides découlent de ce genre mais seulement trois d'entre elles ont un parfum prononcé (Zrira, 2006). La première d'entre elles, la *Rosa Centifolia* ou « rose de mai » est cultivée dans le sud de la France, dans la région de Grasse, et en Afrique du Nord. Elle possède une teneur importante en huile essentielle mais ne peut être isolée par hydrodistillation. Seules de petites quantités sont destinées à la production d'eau florale dans les régions méditerranéennes. Elle est surtout mobilisée pour la production de concrète et d'absolu de rose. Nous reviendrons sur les procédés techniques d'extraction et de production dans la deuxième partie de l'étude (Zrira, 2006).

La seconde, la *Rosa alba ou Rosa damascena var. (variété) Alba.*, connue également sous l'appellation « rose blanche paysanne » présente moins d'intérêt du fait de sa faible teneur en huile essentielle et de sa qualité inférieure. On la retrouve autour des cultures en Bulgarie où elle est utilisée comme clôture végétale (Zrira, 2006).

Et enfin, la *Rosa X Damascena,* est celle qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette recherche. C'est une fleur hybride de la *Rosa gallica* et de la *Rosa canina* au parfum très prononcé qui pousse à l'état sauvage dans les régions caucasiennes, mais aussi en Andalousie, en Syrie, et au Maroc. Elle est également cultivée de façon extensive en Bulgarie et dans une moindre mesure en Turquie.

C'est le savant et médecin El Wazir El Ghassani, mort en 1610, qui aurait signalé la culture de la rose pâle au Maroc qu'il nomma « rose de Sijilmassa » en hommage à la prestigieuse cité présaharienne, actuel Tafilalet, dans laquelle elle pousse. Le nom de rose de Sijilmassa, encore utilisé à l'époque du Protectorat français (1912-1956), n'est plus utilisé, remplacé par celui de rose Damascena. A Kelâat M'gouna, la rose, *warda* en arabe signifie aussi la fleur, fut introduite à une période historique indéterminée. D'après les entretiens réalisés auprès de 12 agriculteurs d'exploitations familiales, le développement de la rose Damascena dans la région est rendu possible grâce à des conditions édaphiques et climatiques favorables. Des légendes racontent que la rose, créée par Dieu, serait tombée du Paradis avant d'arriver à Kelâat M'gouna. D'autres content son origine par la venue du prophète Mohammed qui l'aurait apportée comme un gage de paix et de religion, ou encore des pèlerins seraient venus de Syrie et l'auraient apportée dans leurs bagages (Kabbal, 2013). Certaines légendes font remonter son apparition autour du XI^{ème} siècle, (Bellakhdar, 1999). Cependant, si les légendes sont nombreuses, le Maroc n'apparaît pas dans les traités médicaux arabes qui citent des pays producteurs de la rose, seule la Perse est mentionnée comme telle (Bellakhdar, 1999). À l'absence d'une histoire matérielle de la culture de la rose au-delà du récit appuyé sur des contes et légendes que les générations se transmettent, s'oppose une présence saisonnière prégnante de la rose dans tous les plis de la géographie du territoire.
Au cours des mois d'avril et de mai la rose Damascena fait son apparition dans la basse et moyenne vallée du M'Goun et la basse vallée du Dadès et offre alors un spectacle majestueux de champs fleuris à perte de vue dégageant une odeur enivrante.

Les types de culture du rosier Damascena dans la région de la rose.

Les rosiers Damascena sont cultivés dans des champs nommés *Igran* en *tachelhit* et *jnanes* en darija, qui s'égrènent le long de l'assif du M'Goun et de l'oued du Dadès (Chapitre 2). Ces champs constituent le fond agraire des petites et moyennes exploitations familiales. Ils mesurent parfois quelques mètres carrés du fait de la pression sur les terres agricoles irrigables, au-delà des terrasses alluviales, et des partages successoraux. Insérée dans un système d'agriculture familial, la rose Damascena fait partie des ressources agricoles qui traditionnellement assurent les moyens de subsistance des populations villageoises.

Ce système agricole lié à la vallée, située dans un climat aride, ne permet aucune culture sans irrigation. Les parcelles agricoles des exploitations familiales sont communément alimentées en eau par un système d'irrigation en seguia. Il s'agit de canaux qui sont creusés dans la terre, redirigeant les eaux des fleuves et des rivières vers les parcelles agricoles. Ces canaux structurent le parcellaire et marquent le paysage agraire dominé par la culture de la rose (Figure 19).



Figure 19 : Exemple d'une seguia.

© NM, 2022

Les séguias sont alimentées par les cours d'eau, elles dépendent des précipitations annuelles. S'il pleut de façon conséquente et s'il neige, la fonte des neiges et la pluie alimentent les cours d'eau puis les *seguias* et donc les cultures. La tendance du cycle de l'eau, avec le climat, conditionne chaque année les rendements des cultures dans les *jnanes*.

Au sein des exploitations familiales, s'observent principalement trois modes de culture des rosiers Damascena : la disposition des rosiers autour des parcelles agricoles, l'intégration des rosiers au sein de la parcelle en étant associés à une ou plusieurs autres cultures (polyculture) et la monoculture de la rose.

- Le rosier Damascena comme clôture végétale.

Traditionnellement, les rosiers sont plantés autour des parcelles agricoles de chaque famille. Elle a pour fonction de délimiter les parcelles cultivées situées sur les terrasses alluviales de l'Oued M'Goun et du Dadès. Les épines des rosiers permettent de protéger les cultures des prédateurs (Figure 20).



Figure 20 : Modèle de culture traditionnelle du rosier Damascena dans la moyenne vallée du M'Goun.

© NM, 2023

- Le rosier Damascena en polyculture.

L'intégration du rosier Damascena dans un modèle de production agricole en polyculture est largement répandue dans la basse et moyenne vallée du M'Goun et la basse vallée du Dadès. Les rosiers sont le plus souvent associés à une ou deux autres cultures. Les arbres fruitiers (amandier, le figuier, l'abricotier et l'olivier), ou les arbres destinés à la production du bois (frênes, peupliers), sont plantés sur le pourtour du champs (Figure 21). A l'intérieur du champ, le rosier est disposé de façon linéaire, en alternance avec une autre céréale comme le blé, l'orge ou encore la luzerne (Figure 21).

La production des rosiers est commercialisée, générant aux familles des ressources financières substantielles, alors que les céréales et autres cultures sont destinés principalement à l'autoconsommation. Ces dernières sont à la base de l'alimentation humaine et animale. La luzerne, une culture fourragère, est aussi utilisée dans des plats typiques de la région comme le *baddaz* qui est un couscous à base de maïs. Quant au blé et à l'orge, ils sont utilisés pour faire de la farine le plus souvent.



Figure 21 : Production du rosier Damascena en polyculture dans la basse vallée du M'Goun.

© NM, 2023

- Le rosier Damascena en monoculture.

Face à l'intérêt financier que représente la commercialisation du rosier Damascena, de plus en plus de familles font le choix de cultiver cette seule plante. Dans ce cas de figure, les autres cultures sont toutes remplacées par des lignes de rosiers (Figure 22).



Figure 22 : Exemple d'une monoculture de rosier dans la basse vallée du Dadès.
© NM, 2021

Le développement de la monoculture de rosiers dans la région explique l'augmentation du nombre de pieds de rosiers au sein des exploitations familiales et plus largement sur le territoire. D'après le ministère de l'Agriculture, la superficie de la rose a augmenté de 14% entre 2007 et 2019 pour atteindre 950 hectares (Site web du ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, consulté le 18 août 2024). Toutefois, ces données ne concernent pas uniquement les exploitations familiales mais elles intègrent aussi la superficie des fermes agricoles. La part des exploitations familiales n'a pas pu m'être communiquée par l'Office Régional de Mise en Valeur Agricole de la région (ministère de l'Agriculture).

Le développement de la monoculture dans les exploitations familiales montre aussi le passage d'une agriculture traditionnelle à une agriculture moderne. Dans ce cadre, la taille de certaines

exploitations familiales s'étend grâce à l'acquisition de parcelles voisines. La culture de nombreux plants de rosiers demande aussi un plus grand apport en eau, ce qui implique une évolution de la méthode d'irrigation. À l'irrigation par les séguias s'est substituée la technique du goutte à goutte qui a recours à l'eau de la nappe phréatique. Dans les domaines agricoles modernes, des châteaux d'eau sont construits et alimentés à partir de puits au niveau desquels sont installées des pompes électriques qui aspirent l'eau vers la surface (Figure 23).



Figure 23 : Monoculture de roses irriguée par une pompe électrique dans la basse vallée du Dadès.

© NM, 2022

Le pompage de la nappe phréatique à l'aide de pompes électriques permet de planter un plus grand nombre de plants de rosiers et donc d'obtenir une plus grande récolte de roses. L'augmentation de la récolte permet des revenus financiers remarquables mais représente aussi un coût d'investissement important, que ne peuvent pas supporter les agriculteurs locaux. Le développement de la monoculture et le recours à cette nouvelle forme d'irrigation soulignent une mutation des systèmes de production, marquée par l'émergence dans la région d'une agriculture d'entreprise concurrente de l'agriculture familiale.

Le fonctionnement des exploitations agricoles familiales : une distribution sexuelle des tâches.

Le fonctionnement des exploitations de la basse et moyenne vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès est propre à celui d'une agriculture familiale (Chapitre 1). On y retrouve une distribution sexuée des tâches entre les hommes et les femmes de la famille. Le père a la responsabilité du choix des cultures, de leur plantation, de l'entretien des cultures, de l'irrigation et de la commercialisation des récoltes. Les fils, lorsqu'ils interviennent, assistent leur père dans ces tâches. Le père, chef de l'exploitation agricole, est le propriétaire des terres agricoles de la famille, même quand la femme y contribue par une part acquise issue d'un héritage ou d'un partage d'une propriété collective. Souvent, cette part de la femme est associée à celle de l'homme (Benchekroun, 2017 ; Berriane, 2021). Ce rôle de chef d'exploitation et de famille, assumé par le père, le rend responsable d'assurer à la famille ses moyens de subsistance et de répondre à ses besoins matériels.

Les épouses, assistées par leurs filles, ont la responsabilité du travail du *care* mais aussi des tâches agricoles spécifiques qui sont une extension de leurs tâches domestiques, l'exploitation agricole faisant partie intégrante du foyer (Chapitre 1). En effet, dans les exploitations familiales sur le territoire de la rose, les femmes sont en charge de nourrir le bétail et s'occuper de la récolte des cultures céréalières et fourragères parfois aussi arboricoles. Dans ce cadre, elles ont la charge d'effectuer la cueillette des roses puis un homme de la famille s'occupe de la commercialisation.

« C'est mon mari qui fait le travail pour planter et pour arroser, moi je l'assiste simplement en faisant la cueillette. » Chakira, cueilleuse dans l'exploitation de son mari, le 11 juillet 2021.

« *Depuis petite je cueille les roses (…) Maintenant je vais aux champs tous les jours. Il y a 9 champs à faire. J'y vais avec ma belle-mère et la sœur de mon mari, je retire les fleurs dans les champs. Je me lève à 6h et je cueille jusqu'à 8h car on n'a pas beaucoup de roses (…). Après je les dépose dans l'achanette que je ramène à la maison et que je donne à mon mari. »* Hajar, cueilleuse dans l'exploitation de son mari, le 21 mars 2022.

« J'ai un petit jnane à la maison où il y a des roses, je les ramasse et mon mari les vend au souk le mercredi. Je les sèche et lui il les vend. Beaucoup de gens viennent acheter les roses à ce moment-là. » Dounia, une cueilleuse dans l'exploitation de son mari, le 13 juillet 2021.

« *Ma femme ne travaille pas, elle participe aux tâches de la maison. Elle enlève les roses, elle s'occupe des animaux.* » Ilias, agriculteur, le 3 août 2021.

Ces témoignages illustrent la division sexuelle du travail agricole de la rose précédemment décrite. Ils montrent aussi qu'au sein de l'agriculture familiale, les femmes commencent à effectuer la cueillette des roses dans leur famille dès le plus jeune âge. Une fois mariées, elles effectuent la cueillette des roses dans les champs de la famille de leur conjoint. Dans la famille d'origine de l'épouse, la cueillette des roses est alors assurée par les autres femmes de la famille (sœurs, mère, épouses des frères…).

D'après deux cueilleuses interrogées et une présidente de coopérative, une collaboration entre les femmes de différentes familles pouvait être pratiquée. Les femmes s'entraidaient pour cueillir les roses chez l'une puis chez l'autre, d'autres femmes participaient et en remerciement recevaient une aide pour un service spécifique ou des denrées alimentaires. Cette pratique traditionnelle de solidarité se nomme *touiza*. Il s'agit d'une entraide solidaire relative aux travaux agricoles et non agricoles. Par cette pratique, les roses cueillies étaient destinées à un usage domestique. D'après ces deux cueilleuses, la pratique de la *touiza* a disparu avec l'apparition des questions de rentabilité économique liées à la culture du rosier, marquant ainsi la sortie de la rose et de ses produits dérivés du strict espace domestique.

Transformation du statut des cueilleuses dans les exploitations familiales.

Le développement de la culture du rosier au sein des exploitations familiales et l'extension des parcelles ont créés un besoin de main-d'œuvre supplémentaire pour effectuer la récolte des roses. Cette forte demande a participé à transformer la cueillette des roses, passant d'un travail agricole familial à un travail agricole rémunéré. Dans ce cadre, les femmes sont employées au sein d'une exploitation familiale par l'agriculteur exploitant pour effectuer la cueillette. D'après les entretiens que j'ai menés auprès des 8 cueilleuses, 4 effectuent uniquement la cueillette au sein de leur foyer et 4 le font à la fois dans leur foyer et dans l'exploitation où elles sont employées. La cueillette des roses, même rémunérée, demeure réalisée par les femmes. Cela traduit une reproduction de la répartition des tâches du foyer. Les cueilleuses de roses qui travaillent dans les exploitations familiales sont originaires ou vivent sur le territoire de la rose. Parmi les 4 cueilleuses employées, deux sont originaires de la région de Ouarzazate et une d'un village du Haut-Atlas et se sont installées dans la région par le mariage. D'après les entretiens et échanges informels menés avec 12 agriculteurs, toutes les cueilleuses qu'ils emploient sont dans les mêmes cas de figure.

Le développement du commerce de la rose fraîche, grâce à la multiplication des structures transformatrices de rose, a aussi transformé le travail agricole des femmes dans l'agriculture familiale. Certaines femmes qui effectuent la cueillette des roses ont aussi la charge de commercialiser la récolte. Une fois les roses cueillies, les femmes les déposent dans un sac de céréales utilisé dans le commerce et se rendent à la pesée pour vendre la récolte. C'est un travail très difficile pour les femmes car elles portent un sac de plusieurs dizaines de kilos sur leur dos. Il y a parfois de nombreux kilomètres à parcourir entre le champ familial et le lieu de la pesée (Figure 24).

Chaque village dispose d'un espace de pesée avec un prix qui lui est propre. Le prix de vente des roses fraîches est fixé au kilo. Les femmes discutent avec leurs connaissances, femmes ou hommes, pour savoir qui offre le prix le plus intéressant au kilo. Elles cherchent parfois par elles-mêmes, parcourant ainsi des kilomètres à pied pour commercialiser leur rose au plus offrant. Les prix ne varient que de quelques dirhams, toutefois multipliés par le nombre de kilos, cet argent en plus n'est pas négligeable.



Figure 24 : Les cueilleuses de roses se rendant à la pesée.

© NM, 2022

Au cours de mon enquête auprès des exploitations agricoles familiales, j'ai observé quatre espaces de pesée dans la basse et la moyenne vallée du M'Goun. Tous les peseurs de rose étaient des hommes, soulignant donc qu'il s'agit d'un travail d'homme comme à l'époque du Protectorat (Chapitre 3). Le responsable de la pesée place le sac de rose sur la balance et rémunère la femme.

La vente des roses par certaines cueilleuses montre qu'il y a une transformation du rôle des femmes dans l'agriculture familiale puisque la commercialisation est traditionnellement effectuée par des hommes. Dans ce cadre, ce sont les femmes qui échangent directement avec le peseur et effectuent la transaction financière. Cette pratique montre alors la sortie des femmes de l'espace domestique de l'exploitation familiale et leur intégration dans l'économie marchande de l'espace du village. De plus, la prospection qu'elles mènent pour trouver la pesée la plus rentable montre qu'elles sont aussi intégrées dans une logique d'obtenir le plus de revenu possible.

Néanmoins, la présence des peseurs dans le circuit de commercialisation limite le revenu des cueilleuses. Les peseurs ont un rôle d'intermédiaire. Ils achètent les roses auprès des cueilleuses en fonction du prix du marché qui varie selon l'offre et la demande. Ensuite, ils les revendent aux unités de transformation en ajoutant un dirham (0,10€) ou un dirham et demi (0,15€) sur chaque kilo. En accumulant la récolte de plusieurs cueilleuses et en ajoutant cette valeur monétaire supplémentaire, les peseurs gagnent plus d'argent qu'elles. Il y a donc un rapport de domination qui se crée dans lequel les peseurs, dans leur rôle d'intermédiaire, tirent profit du travail des cueilleuses.

Toutes ces rémunérations des cueilleuses représentent un revenu différent pour chacune d'entre elles selon qu'elles soient employées dans une exploitation ou en charge de la vente des roses de leur propre champ.

2. Les revenus de la cueillette des roses dans les exploitations familiales.

Les entretiens réalisés auprès des 8 cueilleuses ainsi que les entretiens et échanges informels auprès des 12 agriculteurs et l'entretien avec une présidente de coopérative m'ont permis de récolter des informations sur la rémunération qui est versée aux cueilleuses dans les exploitations familiales.

<u>La rémunération des cueilleuses employées dans les exploitations.</u>

Dans les exploitations agricoles, les cueilleuses sont employées par les agriculteurs qui sont les propriétaires des champs. Ce sont eux qui décident du type de rémunération. Ils choisissent de payer les cueilleuses au kilo ou à la journée. Dans les deux cas, il n'y a pas de salaire fixe à l'ensemble du territoire de la rose, celui-ci varie d'une exploitation à l'autre.

D'après les cueilleuses, les agriculteurs et une présidente de coopérative, la cueillette payée au kilo est la forme de rémunération la plus répandue. Les femmes qui sont payées au kilo sont rémunérées entre 1,5dh (0,15€) et 3dh (0,30€) par kilo cueilli :

« Je travaillais un mois ou un mois et demi par an. Je n'avais pas d'autre travail. J'étais payée en fonction des kilos que je ramassais. 2,5 dirhams (0,25€) par kilos. » Chakira, une cueilleuse employée dans une exploitation familiale, le 11 juillet 2021.

« *On emploie environ 65 femmes pour faire la cueillette et elles sont payées 3dh/kilo (…) on leur fournit le petit déjeuner et le repas du midi, et parfois on les réemploie pour la saison de l'olive.* » Anas, agriculteur exploitant, le 26 février 2022.

« Avant, je payais les femmes 50dh la journée pour faire la cueillette. Mais un ami agriculteur m'a dit que c'était mieux de les payer au kilo ramassé parce qu'elles travaillent plus. Alors j'ai essayé, et c'est vrai. Avant, comme elles étaient payées 50dh la journée quoi qu'elles cueillent, et bien elles prenaient leur temps. Maintenant, qu'elles sont payées au kilo j'ai remarqué qu'elles se dépêchent pour être payées un maximum, donc elles sont plus productives. Elles ramassent encore plus de roses qu'avant. Alors maintenant, je les paye 3dh/ kilo et je suis très content du résultat. » Nouh, agriculteur exploitant, le 4 mai 2022.

« *Tu sais, souvent les femmes vont te dire qu'elles gagnent 3dh (0,30€) par kilos par peur de perdre leur travail. Le plus souvent elles sont payées entre 1,5dh (0,15€) et 2,5dh (0,25€) par kilo. Moi ça fait longtemps que je travaille dans la rose et que je côtoie les cueilleuses alors tu peux me croire*. » Leila, présidente de coopérative, le 28 juillet 2021.

La rémunération des cueilleuses au kilo est avantageuse pour l'agriculteur. Pour les cueilleuses, l'impact est relatif. La capacité d'une femme à retirer les roses est limitée. En pratique, les cueilleuses travaillent de 6h à 14h. Les plus productives récoltent au maximum, selon les retours du terrain, jusqu'à 20 kilos par jour pour un salaire maximal de 60dh, soit 6€ la journée. Ces chiffres ne sont pas représentatifs de la situation commune puisque la majorité des cueilleuses récolte en moyenne entre 10 et 15 kilos par jour. La capacité humaine à effectuer la cueillette dans les sept ou huit heures imparties crée un plafonnement des salaires.

Les cueilleuses gagnent entre 1,5dh et 3dh par kilo récolté tandis que les agriculteurs vendent le kilo de roses fraîches entre 18 (1,80€) et 30dh (3€). Cela représente une marge bénéficiaire qui oscille entre 6 à 20 fois la rémunération des cueilleuses. Cet écart de salaire renforce la hiérarchisation sexuelle des rôles mais aussi les rapports de domination entre les hommes et les femmes au sein de l'espace agricole.

Dans certaines exploitations, les femmes sont rémunérées par journée de travail, c'est-à-dire qu'elles perçoivent un salaire quotidien qui ne dépend pas du nombre de kilos qu'elles récoltent.

« Mon mari est décédé, je vis ici avec mes fils qui ont pris la relève (…) Nos jnanes représentent environ un demi-hectare. (…) Dans notre exploitation tu vois, il y a une partie de la culture des

roses qui est plus ensoleillée que l'autre. Celle-là produit jusqu'à 900 kilos et l'autre, plus à l'ombre, environ 250 kilos par saison. (…) Les cueilleuses ? On en a deux, pour couvrir tous les champs (…) on les paye 50dh (5€) la journée (…) Elles viennent à 6h et repartent à 14h (…) moi je les aide, je fais la cueillette avec elles. » Rachida, veuve d'agriculteur, le 18 avril 2022.

« *On a aussi des cueilleuses employées dans nos champs. On emploie deux cueilleuses, elles y vont à 6h jusqu'à 11h. Certains jours elle ne retirent même pas 10 kilos. Donc nous on compte tout ce qu'elles ont retiré depuis le premier jour et je les paie environ 20dh par jour ou 25 dirhams car elles ne travaillent pas beaucoup. Je leur donne aussi le petit déjeuner quand elles finissent le travail*. » Abbes, agriculteur exploitant, le 9 mars 2022.

La rémunération journalière est extrêmement variable d'un agriculteur à l'autre, ce qui crée d'importants écarts de salaire entre les cueilleuses et génèrent de fortes inégalités entre elles. De plus, tout comme la cueillette qui est rémunérée au kilo, il y a un énorme fossé entre le bénéfice réalisé par l'agriculteur exploitant qui commercialise les roses et le revenu qui est versé aux cueilleuses. A cela s'ajoute une absence de déclaration du travail des cueilleuses dans les exploitations familiales, ce qui les empêche d'accéder à une protection sociale et accentue ainsi leur précarité. L'absence de cette déclaration invisibilise aussi le travail agricole des femmes dans les exploitations puisque, n'étant pas déclaré, il n'apparaît pas dans les statistiques. Ainsi, l'analyse du traitement des cueilleuses à travers leur rémunération et son cadre légal montre une discrimination à leur égard.

Cette discrimination est étroitement liée à des représentations de genre véhiculées par les agriculteurs exploitants dans la région :

« Les femmes n'ont rien à faire, elles sont juste assises à la maison, alors elles acceptent un salaire bas, elles se disent c'est mieux ça que rien du tout vu que je suis juste assise, un homme n'accepterait jamais de travailler pour ce prix (…) Les femmes sont patientes contrairement aux hommes et sérieuses dans leur travail. Avec les hommes il y a des problèmes et ils réclament toujours plus d'argent, et d'être nourri. » Lahcen, agriculteur exploitant, le 14 mars 2022.

« (…) On emploie des femmes car il n'y a pas d'hommes qui travailleraient pour ce prix et en plus les femmes ont du temps libre aussi. Les salaires qu'on paie aux femmes ne suffisent pas aux hommes. » Rachid, un agriculteur, le 7 mars 2022.

« *Pour trouver des femmes, je demande directement à mes employées et elles m'en ramènent, elles sont très faciles à trouver. Ce sont les femmes qui sont disponibles qui viennent travailler, ce sont souvent des femmes seules. Celles qui ont des enfants, qui sont mariées et tout ne viennent pas travailler chez nous. Parmi mes employées j'ai 3 vieilles, une divorcée, une divorcée 3 ou 4 fois, et des jeunes de 26 ans qui sont divorcées. Il n'y en a qu'une qui est mariée et vient travailler car son mari ne travaille pas. Celles qui travaillent chez moi elles le font pour se prendre en charge car elles n'ont pas de revenu. Elles doivent subvenir à leurs besoins* » Abbes, agriculteur exploitant, le 9 mars 2022.

Ces témoignages montrent comment, dans les représentations des agriculteurs, le travail agricole des femmes au sein de l'exploitation agricole et au sein du foyer est dévalorisé. Ces points de vue masculins montrent comment le niveau bas de rémunération attribué aux cueilleuses est intrinsèquement lié aux représentations qui sont associées aux femmes. Selon les hommes, les femmes ne font pas grande chose et ont du temps libre. Cette vision montre une absence totale de la reconnaissance du rôle des femmes dans l'agriculture familiale de la rose. En même temps, le témoignage d'Abbes illustre bien le fait que les agriculteurs sont conscients des difficultés sociales auxquelles les femmes, qui cherchent à travailler dans la cueillette des roses, sont confrontées. Il y a donc une exploitation consciente de la position précaire des femmes pour se procurer une main-d'œuvre bon marché et maximiser les profits de la récolte.

La rémunération des cueilleuses qui commercialisent leur récolte.

Pour les cueilleuses commercialisant leur propre récolte, c'est-à-dire celle de leur famille, elles sont rémunérées par le nombre de kilos de roses qu'elles vendent. Elles peuvent vendre des roses fraîches ou séchées.
Le prix de la rose fraîche est très variable car il dépend de plusieurs paramètres : l'offre et la demande, la quantité commercialisée, mais aussi la disponibilité des roses. En effet, les variations climatiques durant l'année ont une incidence sur la récolte. Moins il y a de rose, plus son prix d'achat est élevé. En 2023, les prix au kilo de la rose fraîche allaient de 18dh (1,80€) à 30dh (3€). La rose séchée, quant à elle, peut être commercialisée tout au long de l'année. Son prix varie selon l'offre et la demande disponible. Ainsi, la rémunération des cueilleuses qui commercialisent leur récolte dépend de tous ces paramètres et du nombre de kilo qu'elles sont parvenues à récolter :

« J'enlève 4, 6 ou 7 kilos par jour, ça dépend des jours il y a des gens qui enlèvent jusqu'à 15 ou 16 kilos. » Fadoua, une cueilleuse, le 3 août 2021.

« Je vends en fonction de la récolte, si elle est importante ou non, le prix va de 120 (12€) à 200dh (20€) jusqu'à 400dh (40€) le kilo de rose séchée. » Dounia, une cueilleuse, le 13 juillet 2021.

La saison de la rose dure entre un mois et un mois et demi. En estimant que « Fadoua » récolte une moyenne de 5 kilos de roses fraîches par jour durant 40 jours et qu'elle vend ses roses 25dh (2,50€), elle en retire alors un gain de 3200 dirhams, soit 320€. Comme le montre cette estimation avec la rose fraîche, les cueilleuses qui commercialisent leurs propres roses obtiennent un revenu nettement supérieur aux cueilleuses employées par les agriculteurs. Il y a donc de fortes disparités entre les cueilleuses selon la catégorie sociale à laquelle elles appartiennent.

Utilisation de la rémunération par les cueilleuses.

Les usages que les cueilleuses font de leur salaire montrent bien l'écart socio-professionnel entre les cueilleuses employées et celles qui commercialisent leurs propres roses. Les entretiens menés auprès des 8 cueilleuses et les échanges avec les 12 agriculteurs révèlent que les cueilleuses qui sont employées dans les champs utilisent principalement leur salaire pour couvrir les besoins primaires de leur famille :

« *Mon mari ne travaille pas toujours. (…) Moi, je travaille de temps en temps. Je travaille quand on a besoin d'argent (…) Quand il y a la saison de l'amande, je fais la récolte, et aussi la rose lors de la saison. Il y a aussi des figues. À chaque saison je travaille dans chacun d'eux. »* Fatna, une cueilleuse employée, le 27 février 2022.

« Je travaille car mon mari ne travaille pas, alors il faut nourrir ma famille. Je donne mon numéro aux agriculteurs pour m'appeler pour faire la cueillette (…) Je fais la cueillette des roses mais aussi des figues, des olives. Je fais aussi tout type de travail que je trouve comme le ménage et la cuisine chez les gens. Certains me paient correctement d'autres non mais je n'ai pas le choix. » Dounia, une cueilleuse employée, le 13 juillet 2021.

« *Ici c'est grâce à la rose que les femmes vivent, c'est grâce à ça qu'elles s'en sortent, qu'elles nourrissent, habillent et éduquent leurs enfants.* » El houssine, agriculteur exploitant, le 11 mars 2022.

Comme le montrent ces témoignages, les femmes ont recours à la cueillette comme activité professionnelle rémunérée lorsqu'elles n'ont pas d'autre choix. C'est-à-dire lorsque les besoins essentiels de la famille sont menacés. Cela arrive notamment lorsque les époux ne peuvent pas y répondre ou le font de manière insuffisante. C'est essentiellement la précarité qui déclenche la recherche d'un emploi de cueilleuse chez les femmes. Cette situation se vérifie aussi chez les femmes qui commercialisent leurs roses. L'argent de la récolte leur permet de couvrir les besoins primaires de leur famille et faire face à des situations de précarité financière inédites :
« *Depuis que mon mari est malade il ne travaille plus et cette année par exemple avec le Corona c'est la rose qui nous a sauvé car ma fille n'a pas pu travailler.* » Fadoua, cueilleuse dans l'exploitation de son mari, le 3 août 2021.

Qu'elles soient employées ou non, il arrive aussi que certaines femmes utilisent l'argent perçu pour couvrir des besoins non essentiels à la vie du foyer :
« *La rose nous aide beaucoup ma famille et moi. (…) Ce travail me permet d'acheter ce que je veux sans que j'aie à demander quoi que ce soit à mon mari. (…) Avant quand je ne travaillais pas, je ne pouvais rien acheter, je voulais des choses mais je ne pouvais pas. Aujourd'hui c'est différent, quand je veux quelque chose je peux l'acheter. Maintenant moi je pense à arranger ma maison, acheter de la vaisselle qui me plaît. Je pense au voyage aussi mais je n'ai jamais voyagé. Je ne suis allée qu'à Ouarzazate et à Tinghir. J'aimerais ramener mes enfants et changer d'air. »* Fatna, cueilleuse chez un agriculteur, le 27 février 2022.

« Moi, j'utilise l'argent que j'ai récolté pour acheter des choses au festival. » Fouzia, cueilleuse dans l'exploitation de son père, le 15 août 2021.

La situation de ces femmes s'explique par le fait que les besoins primaires de la famille sont couverts par les hommes de la famille. C'est uniquement dans ce cas de figure qu'elles peuvent prétendre à utiliser leur argent pour autre chose que la couverture des besoins primaires. Dans cette situation, l'accès à l'argent permet de générer d'autres aspirations qui étaient jusqu'alors écartées par la dépendance financière des femmes dans la configuration traditionnelle de l'agriculture familiale. Faire la cueillette permet ainsi de faire sortir les femmes de l'espace du foyer pour travailler mais aussi pour certaines de se divertir en effectuant des achats de plaisir au Festival des roses, en faisant des projets de voyage, etc.

3. La cueillette des roses, un savoir-faire maîtrisé et cultivé par les femmes.

L'analyse du savoir-faire de la cueillette s'appuie sur une enquête constituée d'observations de la cueillette menée dans les champs de la basse et moyenne vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès à l'occasion de la saison de la rose en avril et mai 2022 et 2023. Cette analyse repose aussi sur des échanges informels partagés avec des cueilleuses dans ces champs, d'entretiens menés auprès de 8 cueilleuses de roses, d'un entretien avec la présidente d'une coopérative et de 6 membres de coopératives qui effectuent la cueillette dans leur exploitation familiale.

Cette enquête a permis de révéler que la cueillette de la rose représente un véritable rituel accompli chaque matin par les femmes de la région durant la saison de la rose. Après l'appel à la prière du Muezzin, on peut apercevoir les nombreuses femmes des différents villages qui se dirigent vers les champs de rose pour y être avant l'aube. Elles se répartissent méthodiquement le long des lignes de rosiers pour récolter les roses. Cette minutieuse répartition est importante car l'objectif pour les femmes est de prélever les roses avant que le soleil n'atteigne son zénith. Le risque serait que la chaleur des rayons du soleil entraîne l'évaporation de l'essence des roses. La position du corps des femmes, le long des rosiers, a aussi son importance. En effet, la taille des rosiers est variable, elle peut atteindre plusieurs mètres. Les femmes savent comment positionner leurs pieds pour ne pas écraser les rosiers et insérer leurs bras entre les branches du rosier en prenant soin d'éviter les épines. La connaissance précise des rosiers leur permet de pratiquer ses gestes avec une cadence soutenue sans abîmer le rosier et surtout sans abîmer les roses qu'elles cueillent.

La cueillette de la rose consiste à décrocher les roses de leur tige sans abîmer la fleur pour préserver toute son essence et sans détériorer la tige afin que d'autres roses puissent éclore chaque jour. La manière d'introduire les mains dans le rosier est aussi importante afin d'éviter les épines et de pouvoir positionner sa main de manière à accéder à la fleur que l'on souhaite décrocher sans risquer de perturber les autres roses d'à côté. Rompre la tige pour retirer la rose demande aussi une position et un mouvement spécifique des doigts. La cueillette des roses consiste en la répétition de ces gestes qui doivent être minutieux, précis et rapide à la fois.
Dans la cueillette des roses, deux méthodes correspondent à l'avancement de l'éclosion de la fleur. En effet, il y a la cueillette des boutons de rose et la cueillette des roses ouvertes, c'est-à-dire qui ont éclos. Le bouton de rose correspond à l'état de la fleur à l'étape qui précède son

éclosion. Seulement, ce ne sont pas tous les boutons qui sont cueillis par les femmes. Seuls les boutons les plus mâtures doivent être cueillis. Ils sont reconnaissables car ils sont les plus épais et ont de grands pétales. Les boutons où seul le calice est visible ou qui laisse à peine apparaître les pétales ne doivent pas être cueillis. De plus, le boutons doit être décroché au niveau de la pointe inférieure du calice, sous la couronne verte. Aucune tige ne doit être décrochée sous peine de ne laisser apparaître aucun autre bouton ou aucune autre rose ouverte pour tout le reste de la saison (Figure 25). La manière de cueillir est donc très importante car elle représente des conséquences potentielles sur la récolte future.



Figure 25 : Les différents boutons de rose.

© NM, 2022

Les boutons de rose sont destinés à être séché. Ce qui explique l'importance de ne cueillir que les boutons mâtures. S'ils avaient été cueillis de façon précoce, ils ne dégageraient peu ou pas de parfum. Le bouton précoce n'a pas de valeur commerciale et ne représente pas d'intérêt dans les usages. Quant au bouton séché, il est utilisé dans des rituels de mise en beauté pour les femmes, dans l'alimentation, mais aussi dans certaines cérémonies culturelles comme les mariages ou les noces. Il est donc important que le bouton soit fourni, donc bien rose.

La cueillette de la rose ouverte demande aussi une connaissance et un doigté spécifiques que les femmes maîtrisent. Les roses ouvertes désignent les roses dont les pétales se sont ouverts, laissant donc apparaître les pistils jaunes au centre de la fleur (Figure 26). Bien souvent, des

abeilles sont en train de butiner les pistils pour en extraire le nectar, participant à la pollinisation. Les femmes prennent alors soin de décrocher les fleurs sans perturber le travail des abeilles qui est primordiale pour la reproduction des fleurs. L'abeille qui butine les roses occupe d'ailleurs une place symbolique dans le folklore local à travers la *danse de l'abeille* (Chapitre 7).



Figure 26 : Un rosier Damascena en fleur.

© NM, 2023

Le décrochage de la rose ouverte suit comme le bouton une méthode particulière. La rose doit être décrochée de sorte à ce qu'elle conserve tous ses pétales. La position et le mouvement des doigts et de l'ongle sont très importants. Les doigts doivent être positionnés à la naissance du calice, c'est-à-dire juste avant la jointure des différents sépales. Ensuite, les femmes effectuent un mouvement de rotation net qui permet de couper l'extrémité de la tige et décrocher la fleur. La tige ne doit pas être retirée avec la fleur pour ne pas affecter le cycle de floraison des futures fleurs, comme pour les boutons. Cela permet aussi d'éviter d'avoir à retirer les branches une fois les roses cueillies.

Tous ces gestes précautionneusement et délicatement appliqués par les femmes permettent aussi à la rose une fois cueillie de conserver ses pétales, lorsqu'elle est stockée jusqu'à sa transformation. Toutes ses manipulations sont importantes car elles garantissent la qualité de la fleur et donc la conservation maximale de son essence et de ses propriétés. En effet, la rose ouverte est destinée à être distillée. Tous ces gestes constituent la première étape de l'obtention d'une eau de rose de qualité.

La conservation des roses durant la cueillette est aussi une pratique essentielle du rituel de la cueillette des roses car elle permet de sauvegarder tous les attributs de la fleur. Les femmes déposent les roses cueillies une à une, dans un foulard qu'elles portent autour de la taille et qui se nomme *tachtat.* Le *tachtat* est noué autour du cou de manière à former un contenant autour de la taille pour les roses cueillies (Figure 27).



Figure 27 : Utilisation du tachtat pour la cueillette des roses.
© NM, 2022

Au quotidien, le *tachtat* est un foulard porté par les femmes au-dessus des vêtements, comme une parure. Il est maintenu autour du cou grâce à une fibule traditionnellement fabriquée en argent. La forme circulaire traversée par l'épingle représente le *takhlalt* qui est un symbole du peuple amazigh, faisant donc de la fibule un marqueur identitaire (Figure 29). Aujourd'hui elle prend différentes formes, pouvant même être une simple épingle à nourrice.

L'aération offerte par les tissus de *tachta*t, en tulle ou en coton, permet de maintenir les roses en bon état, dans une température adéquate, évitant l'évaporation de l'essence. Une fois que les femmes ont rempli leur *tachtat* individuellement, elles se rassemblent pour réunir leurs cueillettes dans un seul et unique grand *tachtat* (noir et opaque), nommé *achanette*, d'une une quinzaine de kilos, qu'une femme porte sur son dos. L'*achanette* est très répandue mais des sacs en jute ou comme ceux utilisés pour la farine sont aussi utilisés pour récolter les roses.

Toutefois, l'utilisation du *tachtat* comme outil pour la cueillette, s'il est spécifique aux femmes de cette région, n'est pas spécifique à la rose. En effet, les femmes l'utilisent, sous le nom de

taakamt (Figure 28), pour faire la cueillette d'autres cultures, comme la luzerne. Une femme porte alors le *taakamt* sur son dos et l'emmène chez elle s'il s'agit d'un usage domestique ou à son employeur dans le cadre d'une activité rémunérée.



Figure 28 : Le Taakamt.
© NM, 2022



Figure 29 : Fibule qui noue le tachtat.
© NM, 2023.

D’après les cueilleuses et les 6 femmes membres de coopératives qui effectuent aussi la cueillette, le *tachtat* a aussi une fonction sociale. Son genre informe visuellement sur le statut matrimonial des femmes. C’est un élément de parure qui a un lien avec le paraitre de la femme dans l’espace public (Kasriel, 1990). Les femmes mariées portent le *tachtat* noir opaque et les femmes célibataires portent le *tachtat* « *chebka »*. Ce dernier est en tulle, transparent et souvent brodé. Mais, bien que cet usage soit encore d’actualité, il n’est pas toujours respecté, certaines femmes portent les deux types de *tachtat* qu’elles soient mariées ou non :

« *Je porte le tachtat. Quand c'est l'été, je mets chebka et l'hiver le normal (l’opaque)* ». Pour Hajar, le *tachtat* porté est choisi en fonction des occasions « *Je porte le tachtat normal (l’opaque). Tachtat Chebka c’est pour les grandes occasions, quand je suis invitée chez quelqu’un par exemple.* » Fatna, une cueilleuse, le 27 février 2022.
Pour de nombreuses femmes, la *tachtat* a une fonction identitaire qui les rattache au territoire et à la rose :

« (…) *c'est comme ça qu'on sait qu'on est d'ici (...) c'est avec les vêtements qu'on distingue les gens. Par exemple, toi, on sait tout de suite avec tes vêtements que tu n'es pas d'ici.* » Hiba, membre d’une coopérative le 29 juillet 2021.

« *C'est ma carte nationale, mon identité.* » Drissia, présidente d’une coopérative, le 28 juillet 2021.

« *Je porte le tachtat, c'est la tradition des femmes de la rose, des femmes de Kelâat M’gouna.* » Firdaous, membre d’une coopérative, le 29 juillet 2021.

Dans les exploitations familiales, le *tachtat* est un élément rituel de la cueillette des roses qui, comme tous les autres aspects, se transmet de façon matrilinéaire. Les filles se rendent avec leur mère dans les champs pour les assister dans la cueillette, et s’initier aux différentes techniques pour récolter les roses ouvertes et les boutons. C’est dans le cadre de la réalisation des tâches domestiques traditionnellement assignées aux femmes qu’a lieu l’apprentissage de la cueillette des roses par les filles.

« Depuis que je suis petite je retire les roses et c’est mon grand-père qui les vendait. » Hajar, cueilleuse dans l’exploitation de son mari, le 21 mars 2022.

« Depuis petite je fais la cueillette avec ma mère et mes sœurs. Maintenant que mes sœurs sont mariées c’est moi qui m’en occupe. » Fouzia, cueilleuse dans l’exploitation de sa famille, le 15 août 2021.

La transmission se fait également entre les femmes du terroir de la rose et les femmes qui arrivent dans la région parce qu’elles se sont mariées avec des paysans du même village :
« C'est nouveau pour moi car là d’où je viens (Imghran) il n'y a pas de rose. Je travaille aujourd'hui dans les champs. En regardant j'ai appris. » Fatna, cueilleuse dans l’exploitation de son mari, le 27 février 2022.

« Depuis que j'ai quitté Skoura et que je suis arrivée ici pour me marier en 1988, je cueille les roses dans les champs de mon mari. » Fadoua, cueilleuse dans l'exploitation de son mari, le 3 août 2021.

Ces différents modes de transmission participent à faire de la cueillette des roses une activité agricole féminine. Ils contribuent aussi à la sauvegarde de ce rituel. Toutefois, l'insertion de la rose dans l'économie de marché et la recherche constante du profit qui se diffuse dans la région menacent les techniques de cette cueillette rituelle.

« *La cueillette est un travail minutieux et très difficile. Il faut s'assurer de ne cueillir que les roses ouvertes ou les boutons les plus mûrs. Il est important de se limiter strictement à cela, il ne faut pas retirer la tige. Seulement, les femmes, dans la précipitation retirent tout. Regarde, je te montre l'exemple d'un sac qu'on nous a apporté ce matin. Tu vois il y a des boutons avec de grandes tiges. Il y a des boutons qui n'ont même pas encore éclos, ils sont encore tout verts. Il y a des roses qui n'ont même pas fini d'ouvrir. Et ça tu vois, en plus d'abîmer les rosiers ben ce n'est pas intéressant pour nous les coopératives.* » Amina, une présidente de coopérative, le 26 mai 2022.

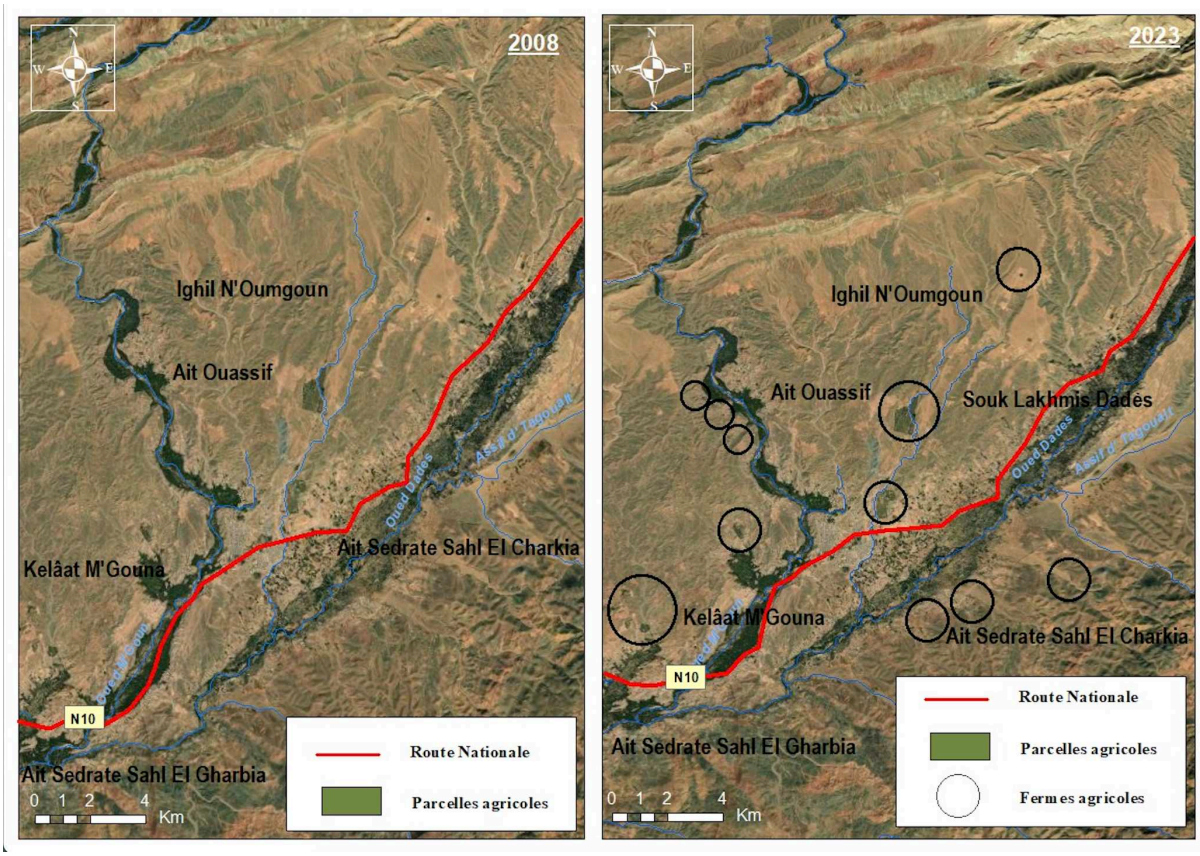
Ce témoignage montre bien comment le rituel est bouleversé. Les techniques de cueillette ne sont plus autant respectées. Les roses et les boutons ne sont plus cueillis délicatement mais arrachés avec leurs tiges. Cela dégrade les rosiers, empêche l'éclosion de futures fleurs sur ces tiges. Des récoltes livrées ainsi ne représentent aucune utilité sur le plan commercial pour les transformateurs. Des cueillettes qui font peu de cas de l'état des roses, pratiquées par les cueilleuses, payées au kilo, pour augmenter le poids final de leur récolte et donc de leur rémunération. La commercialisation grandissante des roses modifie aussi son mode de transport et de stockage, les sacs de fabrication industriels, en jute ou en plastique, plus pratiques à la pesée, ayant remplacés *l'achanette*.

Ainsi, le développement économique de la filière de la rose provoque une évolution des systèmes de production de l'agriculture familiale qui transforme la cueillette des roses en une activité rémunérée et standardisée, ce qui affecte le savoir-faire des femmes. Cette altération est poussée à son paroxysme avec le développement des grandes fermes dans les espaces hors oasis.

II. Dynamiques agricoles et conquête de nouveaux espaces agricoles hors oasis.

1. Le mitage des espaces désertiques.

Face à la demande grandissante du marché international, de plus en plus d'exploitations de rose apparaissent en dehors de l'oasis dans les espaces désertiques, amenant ainsi la rose à sortir des exploitations familiales et de son territoire d'origine. Les visites de trois fermes agricoles situées dans la basse vallée du M'Goun et la basse vallée du Dadès, associées à l'étude des photographies satellitaires permettent d'identifier visuellement ce phénomène (Carte 6).



Carte 6 : Comparaison des parcelles agricoles sur le terrain d'étude entre 2008 et 2023.

Carte réalisée par H.Iaich et A.Binane, LITOPAD, Université Mohamed V de Rabat.

Ces images satellites permettent de constater les modifications paysagères entraînées par le déplacement des agriculteurs vers le désert au sein de notre territoire d'étude dans la basse et moyenne vallée du M'Goun et la basse vallée du Dadès. Initialement, les terres agricoles utilisées par les exploitations familiales se limitaient aux terrasses alluviales, comme c'est illustré par l'image présentant la situation en 2008. L'image prise en 2023 montre, par contre, l'extension de ces terres sur un espace hors vallée autrefois pastoral. Il s'agit essentiellement de nouvelles terres mises en valeur pour la culture de la rose dans le cadre de domaines agricoles modernes (ferma) (Carte 6).

Cela représente une conquête de nouvelles terres agricoles en dehors de l'oasis, venant étendre progressivement le territoire de l'oasis qui, jusqu'à présent, s'articulait strictement autour des cours d'eau. C'est une extension qui constitue le résultat des actions de promotion de l'investissement agricole privé, menées dans le cadre du PMV. Des investisseurs étrangers à la région, ainsi que des agriculteurs locaux bénéficient d'accompagnements financiers de la part de l'État et des banques pour l'accès au foncier, par location ou achat, et l'acquisition des équipements d'irrigation au goutte à goutte (panneaux solaires, moto pompe, bassins, tuyaux etc..) indispensables à la création de ces fermes. Certains agriculteurs locaux accèdent également à des terrains de statut collectif dans ces espaces par entente avec les membres de

leur communauté, et y développent de nouvelles exploitations agricoles de roses. Ce peuplement progressif des espaces désertiques par le développement des fermes se fait à l'image d'une véritable course vers le désert répondant aux standards capitalistes de production exponentielle pour accéder à des bénéfices financiers plus importants, faisant ainsi de la rose le nouvel or du désert.

Cette conquête de nouvelles terres par le capitalisme agricole est impulsée par le PMV inscrit dans une orientation politique néolibérale (Akesbi, 2012). Elle est rendue possible grâce aux réformes des lois foncières sur les terres collectives et la diffusion des nouvelles techniques d'irrigation constituées par les panneaux solaires, les méga bassines et les réseaux de tuyauteries en plastique. Les domaines agricoles modernes marquent le nouveau paysage agricole très différent du paysage agricole habituel qui fait la spécificité des basses vallées du M'goun et du Dadès apparentées aux oasis.

Cette différence peut être abordée à deux niveaux, de la technique d'irrigation et de la structure du parcellaire et de l'habitat. La technique d'irrigation adoptée rompt avec les pratiques d'arrosages traditionnelles basées sur des réseaux de séguias régis par les communautés villageoises.

Au niveau de chaque domaine les systèmes d'irrigation sont organisés de façon individuelle.

Les tuyaux partent de la méga bassine où ils pompent l'eau grâce à l'énergie solaire. L'eau est ensuite répartie dans l'ensemble de l'exploitation, le long des lignes de cultures. L'exploitation agricole est subdivisée en plusieurs zones. Chaque zone est maîtrisée par un robinet qui est ouvert en fonction d'un calendrier d'arrosage précis. Dans ce cadre, les rosiers ne sont pas arrosés tous les jours, et ne reçoivent que la quantité exacte d'eau qui leur est nécessaire. L'eau jaillit en petite quantité par de toutes petites fentes d'un embout et arrose les arbustes. Le goutte à goutte permet, lui, un arrosage en douceur et progressif, donnant le temps à la plante d'absorber l'eau efficacement.

Dans les domaines des entreprises, la nouvelle technique d'irrigation et l'extension des terres imposent une organisation parcellaire géométrique, adaptée à la circulation des engins mécaniques, et qui prend en compte une zone réservée à l'habitat et aux bâtiments d'exploitation. Alors que les agriculteurs issus des villages qui acquièrent des terrains pour créer une nouvelle exploitation, soit conservent leur habitat dans l'oasis soit construisent une nouvelle maison près de leur exploitation (Figures 30 et 31).



Figure 30 : Étirement des habitations dans le désert.

Photographie satellite, basse vallée du M'goun, Google Earth, 2023.

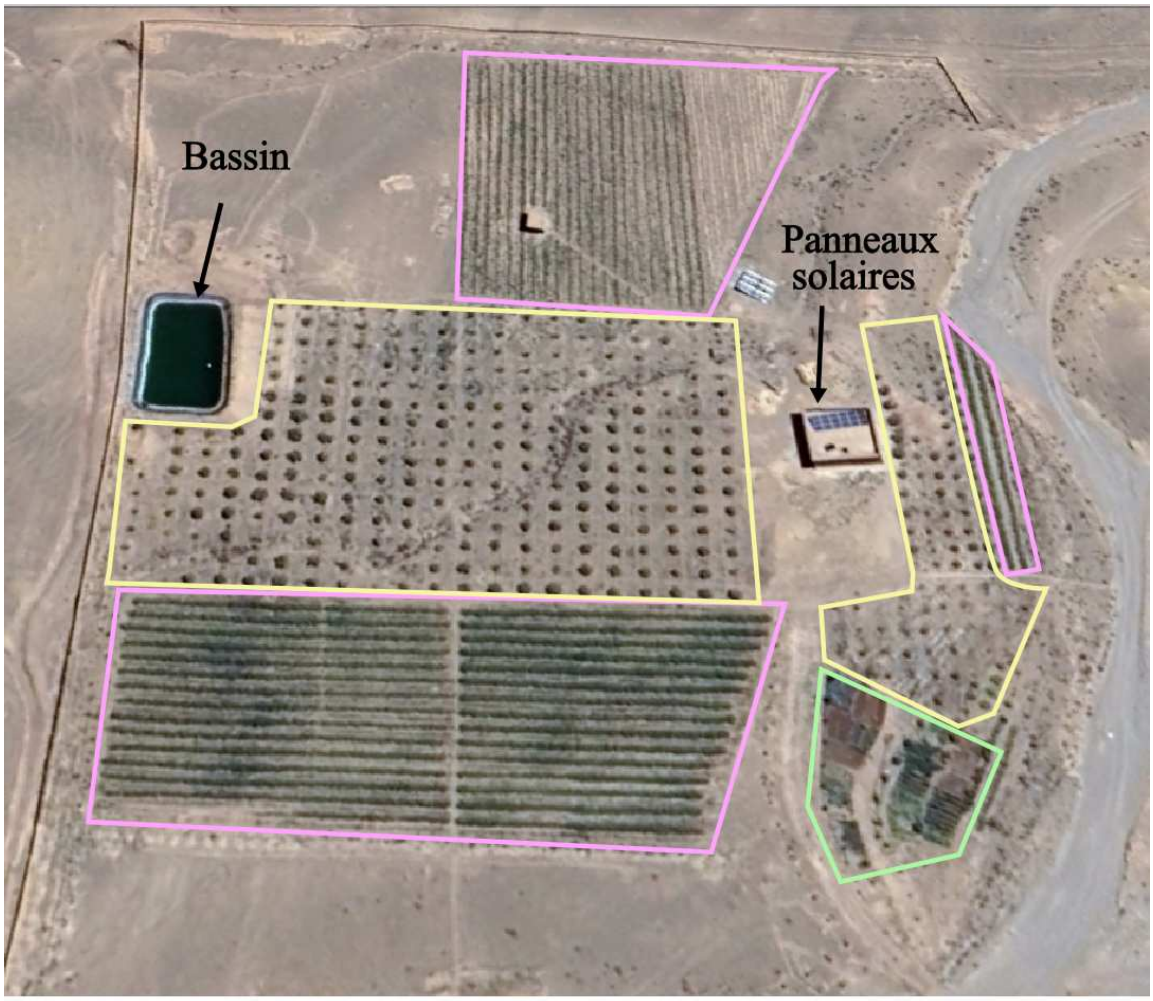


Figure 31 : Exemple d'occupation de la surface agricole utilisée d'une ferme dans le désert.

Photographie satellite, *Google Earth*, 2023.

L'émergence de cet espace agricole nouveau implique de nouvelles pratiques de travail et de mobilité.

Tout au long des 8 mois de présence sur le terrain, et particulièrement pendant la saison de la rose, j'ai pu observer les déplacements des agriculteurs, des ouvriers agricoles et des véhicules transportant des cueilleuses vers ces exploitations agricoles éloignées des villages. Ces espaces, qui n'étaient jusqu'alors traversés que par des populations nomades, se peuplent progressivement avec le développement des fermes, des habitations, ainsi que par les migrations pendulaires de ces travailleurs, mettant en évidence des changements dans la manière qu'avaient les populations de la région d'occuper leur territoire.
Les visites effectuées dans 3 fermes agricole ont permis de mettre en évidence leur lien avec la transformation de la rose. La création de ces fermes sur de nouvelles terres s'explique par une volonté des exploitants et des entreprises d'avoir la possibilité de réaliser des volumes de

production de roses en mesure de les rendre autosuffisants et autonomes vis-à-vis des agriculteurs de l'oasis. Ce qui leur permet de limiter les frais. Le fonctionnement des fermes selon des stratégies individuelles, loin du souci de développement du territoire, alors qu'elles utilisent des ressources communes, entraine des perturbations socioéconomiques au niveau des exploitations familiales de la rose qui perdent des opportunités pour la commercialisation de leur production. Les perturbations sont aussi d'ordre environnemental. L'oued Dadès, issu des montagnes du Haut Atlas, alimente les seguias qui desservent les villages tout le long de la vallée, d'amont en aval. Or, durant ces dernières années l'eau de l'oued se fait de plus en plus rare à l'aval, en particulier autour des agglomérations rurales comme à Souk Lakhmiss Dadès. D'après les entretiens menés avec un agriculteur et une présidente de coopérative et des échanges informels menés auprès de 5 agriculteurs de la basse vallée du Dadès, le développement de ces fermes exacerbe le phénomène de sécheresse qui frappe les agriculteurs, accentuant ainsi leur précarité :

« *Le Plan Maroc Vert est utile que pour les grands agriculteurs il ne nous aide pas nous les petits agriculteurs. (…) Pour nous c'est dur. L'État aide les agriculteurs à obtenir des panneaux solaires pour faire des puits qui pompent l'eau de la nappe phréatique. Alors c'est bien parce que l'électricité était trop chère mais ça fait plein de problèmes pour nous. Déjà ils prennent l'eau de la nappe alors que dans le bassin du Dadès nos séguias sont vides. Et maintenant tout le monde veut une ferme alors les gens quittent les jnanes pour construire leur propre champ, loin là-bas dans le désert et ils nous font concurrence, alors c'est double peine pour nous. Il y a la sécheresse et la concurrence. Moi je n'ai plus de rose depuis longtemps, mes champs sont secs il n'y a plus rien. »* Nasser, agriculteur exploitant, le 13 avril 2022.

Selon ces mêmes interlocuteurs, la nappe phréatique, qui faisait office de relais pour l'irrigation lorsque l'oued est à sec, n'est plus suffisante. D'après leur témoignage, la baisse du niveau de la nappe causée par le développement des fermes ne permet plus aux systèmes racinaires des plantes d'atteindre l'eau de la nappe. Les rosiers ayant des racines qui ne vont pas profondément dans le sol sont les premiers touchés. Puis, plus le niveau de la nappe baisse, plus les autres cultures qui ont un système racinaire plus profond sont touchées, comme c'est le cas de l'amandier par exemple.

Le terroir d'Aït Houkkou Ali, dans la basse vallée du Dadès, illustre ce phénomène de sécheresse provoqué par une perturbation du système d'utilisation des eaux superficielles et souterraines. La privation en eau des terres agricoles provoque une disparition de la culture du rosier mais aussi des cultures céréalières, fourragères et arboricoles (Figure 32).



Figure 32 : Sécheresse dans les jnanes du village d'Aït Houkkou Ali, basse vallée du Dadès.

© NM, 2022

Dans ce village, les agriculteurs privés de cultures sont contraints de trouver d'autres solutions pour couvrir leurs besoins et ceux de leur famille :

« *Moi je suis allée partout, à toutes les réunions de la commune, du ministère de l'Agriculture etc. Mais qu'est-ce que ça change ? Alors maintenant je brûle le bois de mes arbres et je vais le vendre au souk quand le prix du charbon est intéressant. Et après, il ne me restera plus rien. Je ne sais pas encore ce que je vais faire.* » Échange informel avec un agriculteur en train de ramasser les branches pour faire du charbon, le 14 avril 2022.

Dans d'autres *douar* de la basse vallée du Dadès, un autre problème s'ajoute à la sécheresse : celui de la gestion des eaux usées. Une visite de ces exploitations familiales a été effectuée en avril 2022 en présence d'agriculteurs exploitants de cette région de la vallée du Dadès pour constater le phénomène. Les eaux usées de la station d'épuration de Kelâat M'gouna, en vert sur la photo de gauche, sont acheminées et déversées dans l'*oued* du Dadès dont le débit a fortement diminué du fait de la sécheresse (Figure 33). Les eaux usées infiltrent alors les seguias et arrosent les *jnanes* dont la terre est contaminée par ces eaux, provoquant de ce fait la destruction de toutes les cultures y compris des rosiers Damascena (Figure 33).



Figure 33 : Contamination du cours d'eau et des seguias par les eaux usées.

© NM, 2022

2. Le cas des exploitations familiales.

L'annexion de parcelles dans l'espace des *jnanes* pour la création d'une grande ferme agricole.

Le développement de la culture du rosier dans les exploitations familiales se traduit par l'extension des parcelles agricoles de certains agriculteurs, grâce à l'achat de parcelles voisines pour former une ferme. Dans ce cadre, les panneaux solaires ont pris le pas sur les séguias et châteaux d'eau que nous avons pu décrire précédemment. Ce progrès technique a facilité la conquête de nouvelles terres agricoles et la création de grands domaines de rosiers. C'est le cas d'une ferme familiale que j'ai visitée dans la basse vallée du Dadès (Figure 34).



Figure 34 : Exemple d'un grand domaine de rosiers Damascena irrigué à partir d'un bassin.

© NM, 2022

Cette ferme agricole familiale est constituée d'une superficie de 17 hectares. C'est la ferme agricole familiale la plus grande que j'ai relevée dans l'espace des *jnanes* de la basse vallée du Dadès.

L'exploitation est dotée d'une unité de transformation qui fonctionne comme une entreprise. On la qualifie de familiale car c'est le père, aidé par ses trois fils, qui occupe le rôle de chef d'exploitation et à qui revient la prise de décision. La maitrise du cycle de production, transformation, commercialisation et exportation fonctionnent de la même manière qu'une entreprise.

Selon un des fils de l'agriculteur, compte tenu de la taille de l'exploitation, ils ont recours à l'emploi de plusieurs dizaines de femmes pour assure la cueillette des roses. Des femmes ouvrières qui passent de la cueillette dans l'espace domestique des *jnanes* à un espace de travail salarié où le bon déroulé de la cueillette n'est plus réglé par les mêmes rythmes.
Ce n'est plus une poignée de femmes qui cueillent mais des dizaines qui arrivent le matin, prennent leur poste et travaillent en suivant un rythme de production de masse afin de répondre aux rendements attendus par l'exploitant. Cette organisation reproduit à plus grande échelle la division sexuelle du travail déjà observée sur les plus petites exploitations, entre l'agriculteur exploitant et les cueilleuses.
La rareté de ce type de ferme familiale dans l'espace des *jnanes* s'explique par une question d'espace, la nécessité de pouvoir acheter des parcelles agricoles qui sont situées les unes à côté des autres mais aussi par la subdivision des terres du fait de l'héritage. Pour pallier ces difficultés, certains agriculteurs choisissent de quitter l'espace du *douar*, profitant de l'appui du PMV, pour cultiver de nouvelles parcelles dans le désert.

Le déplacement d'exploitations familiales en dehors de l'oasis.

Dans ces deux exploitations nouvellement crée par deux agriculteurs, visitées le 10 mars 2022, la parcelle dédiée à la culture du rosier est la plus grande. Dans la première exploitation, qui a la plus grande superficie, la culture du rosier représente une dizaine d'hectares (Figure 5.18). Les 5 hectares restants sont partagés entre des cultures arboricoles, qui permettent, selon l'agriculteur, de s'assurer un revenu complémentaire en dehors de la saison de la rose, ainsi qu'un potager familial. La deuxième exploitation, qui est limitrophe de la première, est de taille plus réduite. La culture du rosier Damascena représente environ 5 hectares et 2 hectares sont partagés entre des cultures de plantes aromatiques, arboricoles et un potager. Ces deux exploitations sont alimentées par des méga bassines et sont irriguées par le goutte à goutte (Figure 35). Elles disposent également toutes deux d'une pépinière dans laquelle sont cultivées les plants de rosiers.



Figure 35 : Culture du rosier Damascena dans une exploitation familiale dans le désert.

© NM, 2022

Dans le cadre de ces deux exploitations familiales, la cueillette des roses est effectuée par les femmes de la famille. Dans la première, elle est réalisée par l'épouse du fils de l'agriculteur, et dans la seconde par l'épouse de l'agriculteur.

« (…) *Moi je dis à ma belle-fille, c'est mieux si c'est toi qui fais la cueillette parce que si je ramène des femmes pour le faire, il faut que je les paie et c'est de l'argent en moins pour la famille, mais moi je l'aide et mon fils aussi. On fait tout nous-même ici, il n'y a jamais personne qui nous a aidé.* » Yanis, un agriculteur exploitant, le 10 mars 2022.

Le déplacement des exploitations familiales des *jnanes* vers de nouvelles terres crée une modification du modèle de l'agriculture familiale. La majeure partie de la récolte est désormais destinée à la commercialisation. Une logique productiviste s'installe grâce à l'appui du nouveau système d'irrigation. Néanmoins, ces deux exemples montrent que la main-d'œuvre reste familiale puisque ce sont les hommes de la famille qui ont la charge de la plantation, l'entretien des cultures et l'irrigation. Les femmes de la famille assurent la cueillette des roses. On retrouve alors la même répartition sexuelle des tâches que dans l'espace des *jnanes.* Le travail de la cueillette des roses est, dans ce cadre productiviste, plus difficile pour les femmes de la famille qui voient leur tâches domestiques s'alourdir. Elles doivent, en plus de tout ce qu'elles assument déjà, parcourir une plus grande superficie et cueillir davantage de roses. L'absence de recours à une main-d'œuvre extérieure à la famille pour des parcelles aussi grandes n'est pas le plus répandue. Plus la taille de la ferme est grande, plus le recours à une main-d'œuvre pour effectuer la cueillette des roses est nécessaire. C'est ce que montrent les fermes des entreprises.

3. Le cas des domaines des entreprises.

La percée des exploitations agricoles sur les territoires désertiques dans la région de la rose s'exprime aussi par l'installation de fermes agricoles appartenant à de grandes entreprises. Dans le cadre de l'enquête menée auprès des exploitations agricoles dans les espaces hors oasis, j'ai réalisé trois visites de fermes exploitées par des grandes entreprises. La ferme agricole du Domaine Imlil, appartenant à un promoteur d'une société de Casablanca nommée Siwar Poto. Elle est située dans la commune d'Ait Sedrate Sahl El Gharbia. La seconde est la ferme agricole Ard Guisser, qui appartient au groupe Phytotagante, dans la commune de Kelâat M'gouna. La troisième est la ferme agricole qui appartient au groupe Les Domaines agricoles, localisée elle aussi dans la commune de Kelâat M'gouna. Au cours de ces visites, j'ai pu effectuer un entretien auprès de l'employé qui gère le site en l'absence du propriétaire au Domaine Imlil, et un entretien auprès de la responsable du site des Domaines Agricoles.

Ces fermes agricoles sont le résultat d'investissements privés extérieurs à la région. Il s'agit de contrats de location renouvelables auprès de l'État pour deux d'entre elles. Je n'ai pas réussi à obtenir l'information concernant les Domaines Agricoles.
Les trois fermes pratiquent la polyculture dans laquelle le rosier Damascena est la culture dominante, à l'exception de celle du Domaine Imlil. Dans cette dernière, la culture du rosier Damascena représente 24 hectares sur les 139 hectares de la ferme, l'essentielle de la superficie s'articulant plutôt autour de la culture de l'amandier et de l'olivier. Le rosier Damascena représente 24 hectares sur les 35 disponibles au sein de la ferme Ard Guisser. La superficie restante est consacrée à l'exploitation du romarin, du blé, de l'armoise, de la verveine, de l'iris, du fenugrec, du géranium et de la menthe poivrée. Enfin, la ferme du groupe Les Domaines Agricoles est celle où la culture du rosier est la plus importante car elle couvre la quasi-totalité des 120 hectares. La ferme possède également des ruches. Les cultures des trois fermes sont irriguées suivant le système du goutte à goutte, alimenté par plusieurs méga bassines.
La culture du rosier Damascena de ses trois fermes est destinée à alimenter un processus de transformation réalisé respectivement par les entreprises auxquelles elles sont rattachées. Le Domaine Imlil procède principalement au séchage de ses roses qu'il écoule sur le marché, et

distille l'autre partie pour une utilisation personnelle. Selon les échanges informels menés sur le site avec un employé de la ferme, l'entreprise a pour projet de s'équiper d'une unité de distillation afin de pouvoir commercialiser de l'eau de rose et de l'huile essentielle de rose dans les prochaines années. La culture du rosier de la ferme de l'entreprise Ard Guisser est destinée à alimenter sa propre usine, située à proximité de la ferme, qui fabrique de l'eau de rose, de l'huile essentielle et de la concrète destinées à l'exportation. Enfin, la ferme des Domaines Agricole suit le même modèle que la précédente. La culture des rosiers alimente l'usine de l'entreprise Les Arômes du Maroc du même groupe, située dans le centre de Kelâat M'gouna. Toutefois, les rosiers Damascena de la ferme étant certifiés biologiques, ils sont uniquement dédiés à la fabrication de l'huile essentielle et de l'eau de rose. Pour fabriquer la concrète, l'entreprise achète les roses auprès des agriculteurs locaux. La concrète étant fabriquée grâce à l'utilisation d'un produit chimique, l'hexane, elle ne peut donc par définition pas être biologique.

Organisation du travail dans les fermes entreprises.

Les ressources humaines révèlent deux catégories de main-d'œuvre : une qui travaille tout au long de l'année et l'autre qui est employée de façon saisonnière, au moment de la récolte des roses. Au sein de la ferme du Domaine Imlil, 8 à 10 ouvriers agricoles sont employés à temps complet durant l'année pour effectuer les tâches de labour, de désherbage, d'entretien des rosiers mais aussi d'autres missions qui relèvent de la maintenance du site. Dans la ferme des Domaines Agricoles, la situation est similaire, à la différence qu'une responsable du site est présente à l'année.

A l'occasion de la saison des roses, des ouvriers agricoles sont employés en renfort dans les deux fermes soit pour l'encadrement des cueilleuses, soit pour transporter les roses cueillies ou encore pour des tâches comme le séchage des roses. On peut observer cette situation au Domaine Imlil où une cinquantaine de femmes constituent la majorité de la main-d'œuvre saisonnière employées. L'enquête auprès des fermes a révélé la présence d'une seule femme employée de façon permanente. Il s'agit de la responsable de la ferme des Domaines Agricoles. Les postes d'ouvriers agricoles ou les postes de management sont parfois occupés par des personnes originaires d'autres régions du Maroc. C'est le cas par exemple des postes en charge de la supervision des cueilleuses ou de responsable de site. En revanche, les cueilleuses proviennent toutes des villages environnants les fermes agricoles. Les fermes emploient respectivement un homme qui a la charge de faire la tournée des villages le matin afin de récupérer les cueilleuses et de les redéposer ensuite une fois la journée finie. Les fermes situées loin des villages, ne sont pas desservies par les transports publics et les cueilleuses ne sont pas non plus motorisées. Ainsi, contrairement à certaines régions du Maroc, comme celle du Souss par exemple (Chapitre 1), où les femmes sont massivement recrutées dans différents centres urbains, la cueillette des roses dans les fermes des entreprises emploie une main-d'œuvre de proximité. Une dynamique qui tendra peut-être à changer avec le développement des fermes dans ces nouveaux espaces.

D'après la répartition des postes selon les sexes, il apparaît que les hommes ont majoritairement des emplois stables au sein des fermes des entreprises tandis que les femmes occupent des postes saisonniers. Elles n'ont d'ailleurs pas l'assurance d'être employées de nouveau d'une année à l'autre. Lors des échanges informels partagés avec les cueilleuses au sein du Domaine Imlil, certaines m'ont demandé si j'étais en mesure de leur trouver du travail de cueillette notamment à l'étranger où elles croient avoir droit à un meilleur salaire. Cela montre le besoin financier des femmes cueilleuses mais aussi la disposition de certaines pour partir travailler loin de leur région.

L'organigramme des employés sur les fermes des entreprises est similaire. Il témoigne d'une organisation verticale du travail. Au sommet de la hiérarchie se trouve la responsable de site pour les Domaines Agricoles ou le propriétaire de l'exploitation dans le cas du domaine Imlil. Pour cette dernière, un employé est aussi désigné comme gérant en l'absence du propriétaire. Ensuite, se trouvent les personnes qui encadrent et supervisent les cueilleuses, ce sont les « caporaux », nous y reviendrons un peu plus loin. Et enfin, les cueilleuses qui sont tout en bas de l'organigramme. En parallèle, il y a tous les ouvriers agricoles qui sont directement sous la supervision de la responsable de site ou du propriétaire de la ferme. A cette organisation verticale s'ajoute une division sexuelle du travail. En effet, les postes de management sont occupés par des hommes, à l'exception de la responsable de la ferme des Domaines agricoles qui est une exception sur laquelle nous reviendrons. Dans les deux autres fermes, tous les postes de supervision des cueilleuses sont occupés par des hommes. Ce sont eux qui ont la charge du recrutement des cueilleuses et de leur management au sein de la ferme. D'après les échanges et entretiens au sein des fermes, ce poste de supervision est nommé *cabrane* au sein des fermes agricoles. Dans le dialecte marocain, *cabrane* désigne le contremaître. La figure du contremaitre est un héritage colonial. Elle a été introduite avec l'installation des industries coloniales au temps du Protectorat (Adam, 1968). Durant cette période historique, la figure du contremaitre a donné naissance au début du XXe siècle à celle de « caporal » qui a pour fonction, à l'image du contremaître, de maximiser la productivité de la force de travail pour atteindre les objectifs de production au sein des parcelles agricoles. Cette fonction s'est généralisée dans le domaine agricole au Maroc au début du XXe siècle. Après l'accès à l'indépendance du Maroc, la figure du caporal a persisté, ce poste est depuis occupé par des hommes de nationalité marocaine (Chattou, 2019). Cette fonction n'est pas propre au Maroc, elle existe aussi dans d'autres pays où se développe le modèle d'agriculture productiviste capitaliste comme les pays d'Amérique Latine ou l'Inde (Balandier, 1986). Le caporal est une figure clé dans ce type d'agriculture car il est l'intermédiaire entre les patrons qui fixent les objectifs et la main-d'œuvre dont il est responsable du recrutement. Ainsi, dans le cadre des fermes des entreprises de la région de la rose, il représente une figure d'autorité qui exerce un fort pouvoir de pression sur les cueilleuses de rose car c'est lui qui décide de les recruter ou non. Les cueilleuses sont recrutées et conservent leur emploi selon le bon vouloir du caporal.

« Cabrane, ce n'est pas un poste qui leur est attribué parce qu'ils sont éduqués, ces postes privilégient les hommes car ce sont les hommes qui ont des compétences relationnelles. Les femmes ici n'ont pas d'autorité, elles n'ont pas de fortes personnalités pour reprendre les gens parce qu'elles sont timides, elles n'ont pas l'habitude d'occuper ce genre de poste alors c'est

pour ça qu'il n'est occupé que par des hommes. » Anissa, responsable d'une ferme agricole, le 29 avril 2023.

A la figure du *cabrane* ou caporal s'attachent aussi des représentations de genre qui sont le propre de constructions sociales bien ancrées sur le territoire. Ce poste est occupé par des hommes car il revêt un aspect autoritaire, assimilé à la virilité des hommes. Par opposition, les femmes considérées comme douces et « timides » n'ont pas les capacités d'occuper un tel poste. Il y a donc une vision très limitée des genres sur la ferme, ce qui montre que les constructions sociales du territoire de la rose et plus généralement des espaces ruraux sont reproduites dans l'organisation du travail (Hicham, 2015).
C'est dans ce sens que s'inscrit le témoignage de la responsable de la ferme des Domaines Agricoles :
« *Pour les femmes d'ici, ça leur paraît bizarre qu'une femme travaille dans l'agriculture et qu'elle soit la cheffe de la ferme. Et, de façon générale d'ailleurs, ce n'est pas spécifique à cette région, ce n'est pas courant qu'une femme travaille dans l'agriculture. Ce n'est pas commun. Les métiers qui demandent d'être sur le terrain, qui sont physiques, et fatigants physiquement sont plutôt occupés par des hommes dans notre culture. »* Anissa, responsable d'une ferme agricole, le 29 avril 2023.
Son témoignage montre les représentations de genre qui sont attachées au travail dans le milieu agricole. La présence d'une femme à la direction, occupant le poste de responsable du site dans la ferme des Domaines Agricoles, montre une situation dans le domaine de production de la rose. La femme en question est issue de la région de Casablanca, ce qui ne fait pas d'elle un symbole de l'ascension des femmes de la rose qui, elles, demeurent au bas de l'échelle salariale dans le cadre des fermes des entreprises.

« Ici, c'est vrai que c'est particulièrement hors norme car le plus souvent les femmes sont femmes au foyer et travaillent à la ferme en tant que cueilleuses. Elles n'occupent pas de poste à responsabilité dans l'agriculture. Les cabranes sont des hommes, les chefs de ferme, les directeurs, etc., sont des hommes. (…) Ici je vois dans la ferme le regard des femmes, ça leur paraît étrange de me voir superviser les hommes, d'arriver en voiture, qui vient d'ailleurs, me voir occuper un bon poste dans le secteur agricole de la rose. Ce n'est pas quelque chose qui est commun pour elle. Je vois dans leurs yeux que c'est un regard gentil et admiratif. Certaines me disent que j'ai de la chance et que c'est enthousiasmant, qu'elles auraient aimé être à ma place. Donc tu vois, quand je dis bizarre c'est dans le bon sens, ce n'est pas mal vu. Elles me font beaucoup de compliments car elles ont l'habitude d'être supervisées par des hommes, et moi leur admiration me fait plaisir. » Anissa, responsable d'une ferme agricole, le 29 avril 2023.

Cette admiration qu'elle décèle dans le regard des cueilleuses et dans leurs compliments n'est pas en accord avec la réalité. Il semblerait plutôt que ces compliments soient liés à la figure d'autorité que la responsable représente sur le site. En effet, la responsable du site manage les hommes, les ouvriers agricoles et les caporaux. Elle ne supervise pas directement les cueilleuses. Cela reste le domaine des hommes. Par conséquent, bien qu'il y ait une femme à la direction, cela ne change pas la réalité des cueilleuses. Elles restent dirigées et exploitées par

des hommes. Cela montre aussi que malgré le fait que la direction soit représentée par une femme, elle reproduit les mêmes rapports de domination que lorsqu'elle est dirigée par un homme. La responsable du site exerce l'autorité capitaliste qui fixe les objectifs de productivité pour répondre aux objectifs de transformation et d'exportation de la rose. Cette autorité est ensuite transmise aux caporaux qui l'exercent sur les femmes cueilleuses. A cette autorité s'ajoute le salaire de misère des cueilleuses qui vient pousser leur exploitation à son paroxysme.

Organisation de la cueillette des roses.

Les femmes sont réparties par groupe et par zone et par lignes de rosiers au sein des fermes. Elles cueillent les roses de ligne en ligne, avançant progressivement tout au long de la journée pour couvrir toute la superficie des rosiers des fermes.
Dans le domaine Imlil, un seul caporal supervise en même temps les différents groupes de cueilleuses et les fait avancer par zone. La ferme des Domaines Agricoles, étant beaucoup plus grande, l'organisation diffère quelque peu. Chaque groupe de cueilleuses est supervisé par un caporal.
Sur les sites, les cueilleuses et les caporaux sont reconnaissables visuellement. D'abord, parce que les caporaux sont des hommes et les cueilleuses des femmes mais aussi par leur tenue. Les cueilleuses portent une robe, une casquette et des gants pour se protéger des ronces, ainsi qu'un *tachtat* pour cueillir les roses. Le caporal est surtout identifiable par le bâton qu'il tient, symbole de son autorité. Il occupe également une position statique qui montre qu'il surveille les cueilleuses tandis que les femmes sont en mouvement pour cueillir les roses (Figure 36).



Figure 36 : Organisation de la cueillette des roses.

© NM, 2022

Le caporal rythme le travail des femmes en criant « *yallah ! yallah ! »*, c'est-à-dire « allez ! » pour leur signifier de se dépêcher et il les reprend à l'ordre lorsqu'il le juge nécessaire, par exemple pour leur dire d'arrêter de discuter. Le caporal impose aux femmes une cadence soutenue de cueillette, qui vient s'ajouter à un travail standardisé. Les cueilleuses reproduisent alors les mêmes gestes durant des heures. C'est un travail extrêmement difficile car elles sont debout durant plusieurs heures pour couvrir toute la ferme. D'après les échanges informels partagés avec elles, elles travaillent de 5h à 17h. Ce travail est d'autant plus difficile car il se pratique sous le soleil. Cette pénibilité du travail n'est d'ailleurs pas allégée en période de ramadan, où la faim et la soif s'ajoutent à leurs souffrances physiques.

A cette pénibilité s'ajoutent les salaires des cueilleuses qui sont, d'après nos échanges, de 70 dirhams (7€) la journée. Au sein du domaine Imlil, l'employé en charge de la gestion du site en l'absence du propriétaire témoignait qu'un bonus de 20 dirhams (2€) par jour pouvait parfois leur être ajouté. Un geste qui selon lui souligne la « gentillesse » du propriétaire de la ferme. Ce commentaire en dit long sur les représentations qui sont associées au travail des femmes puisque les rémunérer un peu plus relève de la gentillesse alors que les hommes sont payés beaucoup plus qu'elles. En effet, à Imlil par exemple, les ouvriers agricoles et le caporal sont payé 3000 dirhams (300€) le mois, ce qui représente un salaire mensuel de 90€ de plus que celui des cueilleuses.

Ainsi, l'étude de la répartition sexuée des tâches dans les fermes des entreprises montre qu'elle se fait selon des représentations de genre propres à des constructions sociales qui associent aux postes d'autorité des attributs masculins et aux postes de subalternes des attributs féminins. Cette division sexuelle du travail qui installe un rapport de dominant/dominé entre les hommes et les femmes s'inspire aussi de l'organisation du travail sur les exploitations familiales. En effet, dans le contexte de l'exploitation familiale, le travail des femmes est une tâche domestique invisibilisée car elle est considérée comme naturelle et découlant de sa fonction de femme, de mère et d'épouse. Dans le contexte de la ferme, le travail des femmes est aussi inconsidéré et leur statut au sein de la ferme découle aussi de leur position de femme et de toutes les représentations de genre qui y sont associées.

III. La mise en tourisme de la cueillette de la rose.

1. La découverte de la cueillette avec les femmes.

D'après les observations menées dans les exploitations agricoles de la basse et moyenne vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès, de nombreux producteurs et/ou transformateurs de rose, des propriétaires d'hébergement touristique et des guides proposent aux touristes de découvrir la culture de la rose. Les exploitations qui proposent cette activité aux touristes sont situées dans les terroirs villageois de la vallée. Les exploitations situées hors des oasis ne sont pas ouvertes aux touristes.

Les champs en fleurs sont visibles dès l'entrée des Aït Yahya sur le territoire communal de Aït Sedrate al Gharbia de part et d'autre de la route N10 jusqu'à la commune de Kelâat M'gouna, avant de s'étendre de nouveau le long de l'oued du M'Goun en direction de Boutaghrar. On les trouve aussi dans la vallée de Dadès. Les balades réalisées avec les touristes dans les *jnanes* sont effectuées le plus souvent le matin, les roses étant cueillis à ce moment de la journée.

Entre le 21 avril et le 8 mai 2022, j'ai suivi deux groupes de touristes dans les *jnanes*. Le premier venait d'Italie et visitait des *jnanes* de la basse vallée du M'Goun et le second de France et visitait des *jnanes* de la moyenne vallée du M'Goun. Le groupe d'Italiens était accompagné d'un guide qui voyageait avec eux et du président de la coopérative qu'ils allaient visiter dans un second temps. Le groupe de Français était accompagné du guide qui voyageait avec eux et de la propriétaire de la Kasbah touristique où ils logeaient. Les deux groupes étaient venus pour découvrir la rose c'est-à-dire contempler son apparence et sentir son odeur, mais aussi et surtout voir sa cueillette (Figure 37).



Figure 37 : Une femme cueillant des roses dans la basse Vallée du M'Goun.

© NM, 2023

D'après mes observations lors de ces deux visites, les femmes qui effectuaient la cueillette de la rose constituaient le centre de l'expérience touristique (Figure 37). Les touristes observaient attentivement les cueilleuses en écoutant les explications données par l'agriculteur et le transformateur pour le groupe d'Italiens et par la propriétaire de la Kasbah touristique pour le groupe de Français. Les touristes des deux groupes ont essayé de cueillir des roses en reproduisant les gestes méticuleux des cueilleuses. Certains ont même porté le *tachtat* pour y déposer les roses qu'ils avaient cueillies, reproduisant complètement le travail des cueilleuses.

« On emmène les touristes voir les champs. C'est une expérience riche de voir les gens faire la cueillette le matin. On la vit avec eux, on voit les roses fraîches, on cueille les roses. C'est quelque chose qu'on ne peut pas expliquer, il faut le vivre. » Mohamed Ennassihi, Guide professionnel Espaces naturels, le 24 avril 2022.

La mise en tourisme de la cueillette des roses, qui est à l'origine un rituel agricole quotidien des femmes de la région, transforme le travail de la cueillette. Il passe de l'objectif de production à celui de la démonstration et de la contemplation impliquant des touristes. Les touristes s'essayent à la cueillette, emportent des roses avec eux, et photographient les champs et les femmes en train de faire la cueillette.

D'après les guides, le transformateur et la propriétaire de la Kasbah, la cueillette de la rose dans les *jnanes* est une activité qu'ils proposent systématiquement aux touristes en visite dans la région. Les touristes qui font halte à Kelâat M'gouna souhaitent acheter des produits de rose et découvrir la matière première initiale à partir de laquelle ils sont fabriqués. La cueillette apparaît alors comme une activité de référence dans le parcours touristique des voyageurs. C'est une porte d'entrée privilégiée qui est proposée sur le territoire afin de faire découvrir aux visiteurs la filière de la rose à parfum, c'est-à-dire la rose à l'état sauvage puis sa transformation.
La présence lors de ces deux visites de guides mais aussi d'un transformateur et d'une propriétaire d'un hébergement touristique montre comment les acteurs du territoire de la rose travaillent avec les groupes de touristes.
D'après mes observations à l'occasion de ces deux visites et d'après les échanges informels avec les guides, le transformateur et la propriétaire de la Kasbah, la découverte de la cueillette se clôture souvent par la dégustation du thé traditionnel à la rose fraîchement cueillie. Le thé à la rose a été dégusté au sein de la coopérative du transformateur pour le groupe de touristes italiens et dans le *jnane* pour le groupe de français. Dans les deux cas, ce sont les femmes cueilleuses ou qui travaillent dans la coopérative qui ont préparé le thé à la rose. Le thé aux pétales de roses fraîches est une boisson éphémère qu'il n'est possible de déguster qu'à cette saison. Le thé occupe une place importante dans l'expérience touristique au Maroc, il y est montré comme une figure emblématique de l'hospitalité marocaine. Traditionnellement, la cérémonie du thé est réalisée par des hommes (Skounti, 2006). Pourtant, ici ce sont les femmes cueilleuses ou transformatrices qui réalisent le thé, montrant ainsi la transformation des rôles de ce cérémoniel dans l'espace touristique.

La découverte de la cueillette des roses et du thé à la rose par les touristes grâce aux femmes montrent comment les cueilleuses de roses ont été insérées dans l'espace touristique. Les cueilleuses ne sont pas à l'initiative de la mise en tourisme de leur travail mais c'est autour d'elles que s'articule l'activité touristique dans les *jnanes*.

2. L'utilisation de l'image des femmes pour promouvoir le territoire autour de la rose.

C'est parce que la cueillette des roses est une activité principalement exécutée par les femmes de la région qu'elle est exploitée pour développer l'offre touristique et promouvoir le territoire. Les agricultures familiales sont des espaces qui sont réappropriés par les acteurs des hébergements touristiques et les guides pour développer un produit typique, c'est-à-dire basé sur le terroir de la rose. En y amenant des touristes, ils créent une nouvelle activité pour les exploitations familiales de la basse et moyenne vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès

« (…) *La femme fait la publicité à travers les reportages par exemple qui viennent filmer les femmes cueilleuses.* » Lahcen, gestionnaire d'une Kasbah touristique, le 10 août 2021.

Ce témoignage montre comment les femmes cueilleuses sont utilisées pour promouvoir le tourisme dans la région. Elles représentent un atout promotionnel de taille pour les acteurs du tourisme de la région. En même temps, cette articulation d'un produit touristique autour des femmes cueilleuses dans les exploitations familiales représente une incursion des propriétaires des hébergements touristiques, des guides, mais aussi des touristes dans l'espace domestique, voire intime, des femmes.

Cet intérêt touristique pour les cueilleuses en fait des objets de contemplation à commenter, photographier et filmer. Un traitement qui interroge sur la valeur et la reconnaissance qui sont accordées à la cueillette en tant que savoir-faire mais aussi en tant que travail agricole féminin. Plusieurs acteurs de l'offre touristique et de la culture de la rose font abstraction de l'aspect difficile et éprouvant de ce travail mais soulignent le rôle que les femmes jouent dans la préservation de ce savoir-faire. Nombre d'entre eux rattachent la cueillette des roses aux femmes à travers des représentations de genre sexistes :

« *Les femmes contrairement aux hommes sont patientes, et la rose demande à être récoltée délicatement pour qu'elle ne se déchire pas. »* Lahcen, gestionnaire d'une Kasbah touristique, le 10 août 2021.

« *Les femmes sont très présentes dans les cultures sensibles, qui demandent une technique spécifique, c'est pourquoi ce sont elles qui cueillent la rose. Par exemple, dans la cueillette des fraises ou de la fleur d'oranger, ce sont des femmes qui sont recrutées pour faire la cueillette. Les hommes ne travaillent pas dans ce type de culture. Ils vont plutôt travailler dans les récoltes dans lesquelles la manière de récolter n'a pas d'importance. Les hommes ne savent pas travailler de façon qualitative dans un temps court, la cueillette des hommes n'est pas un travail de qualité. Les femmes, elles, savent travailler efficacement, rapidement, et sans abîmer les fleurs. Dans la ferme, ce sont les femmes qui font la cueillette, c'est très rare que des hommes soient recrutés pour la cueillette. »* Anissa, responsable d'une ferme agricole, le 29 avril 2023.

Ces témoignages montrent une assignation de la cueillette des roses aux femmes par des représentations genrées. Il y a une attribution faussement biologique au corps et à l'esprit des femmes pour mystifier et justifier leur exploitation. La pensée selon laquelle les femmes ont un esprit qui véhicule de la patience et un corps délicat qui permet de cueillir les roses avec douceur et prudence permet de détourner le regard sur leurs conditions de travail et sur la pénibilité de

ce travail. Ces deux témoignages montrent bien comment ces représentations sont utilisées pour justifier cette exploitation des femmes tant dans l'espace de l'agriculture familiale que dans les grandes fermes agricoles. Les femmes sont en réalité employées comme main-d'œuvre agricole pour la cueillette pour leur prix extrêmement bas et leur incapacité de s'opposer à des conditions de travail difficiles du fait de leur précarité (Chapitre 1). De la même manière, concernant les hommes ce n'est pas la virilité qui entre en jeu mais le fait que le coût de la main d'œuvre masculine est plus élevé, donc moins avantageuse.

L'association des femmes à la rose se fait aussi dans un autre registre que celui du travail de la cueillette. La rose Damascena est considérée comme étant la fleur la plus célèbre du monde et comme une merveille pour le monde du végétal (Pacchioni, 2015). Plus généralement, la rose est une fleur qui a toujours eu une place importante dans la littérature, sa beauté est souvent associée à celle des femmes, grâce à des procédés métaphoriques de personnification. Elle inspira en ce sens de nombreux poètes parmi lesquels Ronsard dont son poème *Mignonne, allons voir si la rose* est proposé ci-dessous.

« Mignonne, allons voir si la rose
Qui ce matin avoit desclose
Sa robe pourpre au soleil (…) » (Vers 1 à 3, *Mignonne allons voir si la rose*, Les Odes 1550-1552).
Mais aussi Rilke et son recueil de 24 poèmes, *Pour la circonstance,* qui célèbre la rose :
« Une rose seule, c'est toutes les roses (…)
Comment jamais dire sans elle
Ce que furent nos espérances (…) » (Vers 1, 5 et 6, Une rose seule, *Pour la circonstance*, Rilke, 1875-1926).

Ce poème est une ode, c'est-à-dire un poème destiné à être chanté, qui célèbre traditionnellement un grand événement. Ici, l'ode célèbre l'amour. La rose glorifie la beauté de l'être aimé (« mignonne »). L'auteur utilise alors un procédé de personnification. La rose devient femme avec l'utilisation du terme "sa robe". Elle prend une dimension érotique que le poète invite à saisir à travers l'utilisation des termes « allons voir », ce qui donne un rythme rapide au poème dès le départ et montre que l'homme, à travers le poète, s'élance d'amour vers la femme, l'être aimé.

Dans tous les entretiens que j'ai réalisés auprès des femmes et des hommes impliqués dans la culture et la transformation de la rose, je me suis intéressée à leur représentation de la rose. Dans les réponses des femmes et des hommes, la rose est le plus souvent associée à la beauté :
« *La rose est belle comme son nom.* » Fatna, cueilleuse, le 27 février 2022.
« *La rose, c'est la mariée du village.* » El houssine, propriétaire de la Kasbah de l'Artiste, le 11 mars 2022.

La rose est associée à la beauté, et en particulier à celle des femmes, comme le montre le témoignage d'El houssine. Le mariage est un jour de fête à l'occasion duquel une femme, la future mariée, est exceptionnellement mise en beauté. Elle est habillée d'une tenue

traditionnelle qu'elle ne porte à aucun autre moment dans sa vie. Le pont qui est fait ici entre la rose et la mariée du village montre l'association de la rose et de la femme à travers la beauté.
La photographie ci-dessous est une numérisation de la première page d'un ouvrage que j'ai acheté dans une librairie à Kelâat M'gouna (Figure 38). À l'occasion de cet achat, la première page a été dédicacée par un homme qui a participé à la réalisation du terrain. S'il s'agit d'un hommage personnel qui ne fait pas partie du travail de terrain, ce sont certains des mots choisis qui intéressent notre propos. Il est écrit « *Une vraie princesse Lala rose* ». Princesse est un titre attribué à une femme qui fait partie d'une famille royale (épouse ou fille d'un souverain). Il est accompagné du vocable féminin arabe « Lala » qui est un titre de sainteté. Cette expression est utilisée comme signe de respect. « Lala » est une femme respectée. Ces deux notions de titre royal et de respect réservé aux femmes sont associées à la rose, faisant de nouveau le pont entre la fleur et le féminin. Dans ce contexte, la rose est un signe de valorisation, de gratification féminine à l'image des titres royaux ou de respect linguistique arabe. Cette représentation fait écho à la tradition locale, sur laquelle nous reviendrons et qui associe la rose au titre de Reine ou de Miss attribué à une femme chaque année.

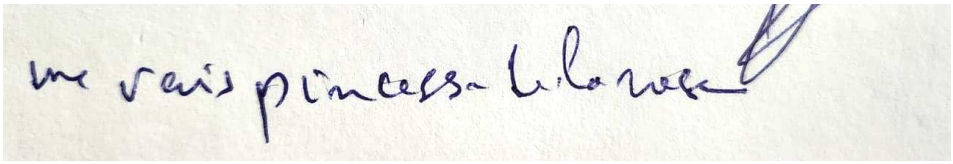


Figure 38 : Extrait d'une dédicace qui m'est adressée.
Numérisation faite par Nacima Mohamdi, le 18 juin 2023.

Le parfum de la rose Damascena, considéré comme unique, enivrant et inimitable a toujours suscité de l'intérêt. Durant l'Antiquité, la rose Damascena, était la plus populaire, devant la rose rouge de Macédoine ou de Crête. Son essence, extraite par macération des pétales au bain-marie, était utilisée par les Grecs pour parfumer l'huile des oliviers et pour imprégner les cheveux et les voiles des prêtresses (Pacchioni, 2015). L'utilisation féminine du parfum de la rose montre ici le lien esthétique avec des attributs corporels féminins.
La beauté et le parfum de la rose n'étaient pas ses seuls attraits, ses bienfaits thérapeutiques étaient eux aussi recherchés. Pour Avicenne, le remède contre la tuberculose résidait dans la rose. Dans la continuité de cette théorie, Mattioli prescrivait l'ingestion des pétales de rose pour lutter contre la maladie (Pacchioni, 2015). En Europe, le « vinaigre de rose » était connu comme remède contre les migraines, le miel *rosa* (mélange de miel et de rose) contre les maux de gorge et l'infusion des pétales séchés contre la conjonctivite et l'ophtalmie (Pacchioni, 2015).
La rose a conservé sa popularité non seulement pour sa beauté, pour son parfum mais aussi pour ses bienfaits pour la santé. Elle présente par exemple des vertus hydratantes, anti-rides et anti-acné, faisant d'elle un incontournable de l'industrie cosmétique. Elle possède aussi des vertus anti-inflammatoire et apaisante, l'eau de rose est en ce sens utilisée sur le visage et en vaporisation sur les yeux ouverts. Elle est également utilisée dans la consommation alimentaire, et aurait des vertus pour réguler le cycle menstruel et calmer les maux dépressifs.

La rose a une place privilégié dans l'univers du bien-être. C'est aussi le cas dans la sphère culturelle locale où l'on retrouve, là encore, cette association entre la rose et le corps des

femmes. Elle est traditionnellement utilisée dans les rituels de mise en beauté des femmes à l'occasion de leur mariage où elle est mélangée au henné pour les soins capillaires de la future mariée en raison de ses vertus odorantes et d'embellissement. Elle est aussi utilisée comme ornement décoratif lors de la célébration du mariage, sur les tables, dans les plats, dans les cadeaux des invités. D'après certains enquêtés, la rose est également utilisée lors de la célébration du mariage, apposée près des dattes et du lait que les futurs époux se partagent.

Certains échanges avec les enquêtés étaient tournés vers l'interprétation du patrimoine et de ses représentations. La rose n'est pas le seul élément qui définit le patrimoine mais il est bien souvent une de ses composantes majeures.

« *Le patrimoine, c'est quelque chose de local dans lequel on se reconnait, comme la rose. C'est ce qui fait voir Kelâat M'gouna et les femmes.* » Dalal, présidente d'une coopérative de rose, le 2 août 2021.

Dans cet extrait, la rose est désignée comme étant un patrimoine car d'après Dalal, il y a une mémoire collective qui rassemble la population autour de ce patrimoine. D'après elle, la population du territoire de Kelâat M'gouna s'identifie à la rose. Dans ce témoignage, le patrimoine a aussi un rôle promotionnel pour les femmes et le territoire.

« Le patrimoine pour moi c'est quelque chose d'hérité des générations précédentes comme l'alambic pour moi que j'ai hérité de mon père (…) il y a aussi les kasbahs, la rose et ahidouss, le tachtat. » El houssine, propriétaire de la Kasbah de l'Artiste, le 11 mars 2022.

Il y a une dimension générationnelle qui est intégrée au patrimoine, à travers la filiation. L'alambic mentionné est un outil de la distillation de la rose, qui est le métier d'El houssine, pratique héritée de son père. Le patrimoine se constitue également par l'association de ses dimensions matérielles, à travers les kasbahs, qui est une architecture spécifique de la région, et immatérielles à travers la rose, l'*ahidouss* et le *tachtat*.

La rose occupe une place privilégiée dans le folklore local à travers le Festival des roses qui a lieu chaque année à l'occasion de la saison de la rose. Cet événement touristique international participe à la faire connaître dans le monde. Présente dans le folklore à travers les danses et chants appelés localement *ahidouss*, les stands de vente de produits dérivés de la rose, le défilé mais aussi l'élection de la *Reine des roses* ou *Miss roses*, la fleur constitue le patrimoine du territoire et en tant que telle, elle rassemble la population autour d'une identité commune. La compétition de *Miss roses,* faisant concourir uniquement des jeunes femmes dont la gagnante porte le titre de *Miss roses,* montre là encore le lien qui est tissé entre le corps des femmes et la rose. Nous reviendrons plus en détail sur le folklore dans la troisième partie de la thèse.

Conclusion du chapitre 5

L'étude des exploitations agricoles ont permis de comprendre les différents aspects du travail des femmes et la manière dont ce travail domestique constitue un savoir-faire. Ce savoir-faire féminin est au cœur des différents systèmes de production agricole propres à l'agriculture familiale ou à l'agriculture capitaliste et productiviste tournée vers l'exportation.

Le développement du marché de la rose et l'introduction de modèles de production capitalistes transforment le statut de la cueillette des roses qui passe d'une activité domestique à une activité rémunérée. Tous ces changements impliquent aussi une transformation des rapports sociaux de production dans lesquels les femmes se voient insérées dans une double division sexuelle du travail. Dans cette nouvelle organisation du travail, les cueilleuses sont sujettes à l'exploitation, montrant ainsi une reproduction de la répartition domestique traditionnelle des tâches entre les hommes et les femmes et cristallisent des représentations de genre qui condamnent les femmes à des positions de subalternes soumises à l'exploitation. Toutes ces nouvelles dynamiques agricoles se traduisent par la monétisation du travail de la cueillette. Celui-ci permet une intégration des femmes dans l'économie marchande, et rend leur travail visible. La rémunération de la cueillette donne lieu aussi à des formes exceptionnelles d'autonomisation.

Les savoir-faire des femmes sont au cœur de tous les systèmes de productions agricole du rosier sur le territoire de la rose. Ce rôle clé qu'elles jouent est aussi introduit dans le secteur touristique par les acteurs du tourisme, participant à faire de la cueillette de la rose une expérience incontournable qui fait plus largement de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès la renommée du territoire. Les femmes, à travers la mise en tourisme de leur savoir-faire, deviennent un point d'ancrage identitaire contribuant à ériger la rose dans un processus de patrimonialisation.

Chapitre 6. Les femmes dans les unités de transformation : entre invisibilisation et *empowerment.*

Le travail des femmes dans les exploitations agricoles ne constitue qu'une partie du travail qu'elles accomplissent dans la filière de la rose. Il est complété par leur intervention dans la transformation de la rose et la commercialisation de ses produits dérivés, soulignant ainsi le caractère multidimensionnel du travail des femmes. En accord avec la stratégie de développement agricole mais aussi avec la volonté nationale d'inclure les femmes au développement (chapitre 1), celles-ci ont massivement été intégrées au secteur de la transformation de la rose, à travers les coopératives notamment. Comme ouvrières, elles constituent également la main-d'œuvre principale des unités de transformation.

Comme dans les exploitations agricoles, regarder les femmes au travail dans la transformation de la rose est au cœur de l'offre touristique proposées pour découvrir la filière de la rose à parfum. L'étude du rôle des femmes dans cette offre de découverte de la transformation permet d'éclairer le niveau de leur implication dans le processus d'ancrage territorial, identitaire et de patrimonialisation de la rose, et de savoir aussi si cette participation entraine une amélioration de leur statut et un changement des relations de genre dans lesquelles elles sont impliquées.

Dans ce chapitre, nous allons montrer dans un premier temps les différentes caractéristiques du travail des femmes et des postes qu'elles occupent dans les unités de transformation (1). Cela permettra de mettre en évidence les inégalités de genre et les rapports sociaux de sexe qui découlent de l'organisation du travail dans les structures de transformation. Dans un deuxième temps, nous étudierons les perspectives d'évolution qui se présentent aux femmes dans les unités de transformation et qui encouragent leur autonomisation, leur permettant de se faire une place sur le marché local et international (2). Enfin, nous analyserons l'insertion des femmes dans la mise en tourisme des unités de transformation et les défis qu'elles doivent relever dans ce contexte (3).

I. Organisation du travail dans les unités de transformation.

1. Les unités de transformation sur le territoire de la rose.

Après avoir été récoltées, les roses fraîches sont acheminées vers des structures pour être transformées en produits dérivés avant d'être commercialisées sur différents marchés (chapitre 4). Au cours des travaux de terrain menés dans la région, j'ai pu identifier 67 unités de transformation qui fabriquent des produits dérivés de la rose et les commercialisent. Pour plus de simplicité dans la lecture, j'ai choisi de les regrouper en trois catégories : 3 grandes entreprises, 7 sociétés de transformation locales et 57 coopératives.
Parmi ces unités de transformations, nous avons pu enquêter auprès de 2 grandes entreprises (Biolandes n'ayant pas répondu à mes sollicitations), 6 sociétés locales et 11 coopératives.
Les structures que nous regroupons sous l'appellation « grandes entreprises » désignent des groupes. Il s'agit des Arômes du Maroc, de Biolandes et d'ARD GUISSER, précédemment présentés. Seules leurs usines de transformation de la rose et leurs exploitations agricoles sont basées à Kelâat M'gouna.
Les structures que nous avons nommées « sociétés locales » désignent des entreprises de type société, c'est-à-dire que d'un point de vue juridique, la propriété juridique est détenue par un ou plusieurs associés. Le bénéfice revient donc uniquement à ces personnes. Le vocable « local » a été ajouté pour désigner le fait que ces sociétés ont un centre de production uniquement basé sur le territoire de la rose, contrairement aux grandes entreprises.

Les coopératives sont constituées suivant la loi qui régit la création, la composition des membres et le fonctionnement des coopératives. Conformément à la loi 112.12, la coopérative est « un groupement de personnes morales et/ou physiques qui se mettent d'accord pour la création d'une entreprise dans le but de satisfaire leurs besoins économiques et sociaux » (Royaume du Maroc, 2018). Tous les membres y sont adhérents et sont rémunérés par le partage du bénéfice généré annuellement par la coopérative. Toutes les coopératives sont dirigées par un bureau qui est constitué d'un président, d'un trésorier et d'un secrétaire général, élus annuellement par les membres de la coopérative à la majorité.
Certaines sont des coopératives familiales, c'est-à-dire que leurs membres sont tous issus de la même famille. D'autres sont mixtes, constituées de membres issus de plusieurs familles. Une autre distinction importante, toujours dans la dimension organisationnelle, réside dans le fait que certaines travaillent uniquement avec les membres de la coopérative tandis que d'autres font appel aussi à des employés, occasionnellement durant la saison de la rose.

<u>Des méthodes de production différentes.</u>

Les grandes entreprises ont des équipements de très grande taille qui leur permettent de produire à des niveaux industriels. Elles utilisent des équipements de pointe et des produits chimiques. D'après les échanges informels partagés dans l'usine des Arômes du Maroc en mai 2022, j'ai appris que les techniciens venaient des autres sites de transformation de Tiddas ou d'Agadir. C'est d'ailleurs la seule information qui m'a été divulguée concernant les employés. Ils sont relocalisés à Kelâat M'gouna juste pour la saison de la rose.

Les coopératives et les sociétés locales produisent, quant à elles, en plus petite quantité. Elles possèdent des équipements modernes, c'est-à-dire en acier inoxydable ou traditionnels, en cuivre par exemple. Ces équipements modestes, associés à l'absence de qualification de la main-d'œuvre, limitent la fabrication d'huile essentielle, ce qui les exclus du marché international des parfumeurs.

Une variété de produits distincte.

Les grandes entreprises fabriquent principalement des produits destinés au marché des parfumeurs. Les Arômes du Maroc fabriquent aussi de l'eau de rose qui est commercialisée localement à travers la marque cosmétique du groupe (Tiyya). Les sociétés locales et les coopératives ne fabriquent pas toutes les mêmes produits, exceptées l'eau de rose et occasionnellement l'huile essentielle. Certaines se concentrent sur la fabrication de produits naturels, d'autres sur la confection de produits synthétiques (chapitre 4), certaines font le choix des deux. D'autres encore fabriquent uniquement des produits naturels, mais achètent et revendent des produits synthétiques pour obtenir un bénéfice complémentaire.

Un accès aux marchés propre à chaque structure.

Les grandes entreprises, puisqu'elles ciblent essentiellement le marché de la parfumerie, commercialisent tous leurs produits sur le marché international. Ce sont elles qui représentent la majorité des exportations d'eau de rose, d'huile essentielle, de concrète et d'absolu. Les informations sur le volume d'exportation de chacune de ces entreprises sont considérées confidentielles. Aucune n'a accepté de les partager. Toutefois, la taille imposante des machines de distillation et d'extraction laisse entrevoir l'importance de leur rendement. Les échanges informels partagés avec les personnes des Arômes du Maroc, par exemple, ont révélé que leurs alambics, présents par dizaines, peuvent contenir jusqu'à 500 kilos de roses fraîches. Les grandes entreprises sont plus discrètes sur le marché national, où seule est présente l'entreprise les Arômes du Maroc. Et c'est aussi le cas sur le marché local où elles sont absentes même au moment du Festival des roses.

L'accès aux différents marchés est plus complexe concernant les sociétés locales et les coopératives. L'accès au marché international dépend de la certification des produits de chaque structure (chapitre 4), elles n'y ont donc pas toutes accès. En revanche, elles ont toutes accès au marché national et local, c'est-à-dire dans les différentes régions du royaume et sur le territoire de la rose.

Un intérêt inégal pour le marché touristique.

Les grandes entreprises ne sont pas accessibles au public, elles sont donc fermées aux circuits touristiques. Ce sont les sociétés locales et les coopératives qui accueillent les touristes. Nombre d'entre elles font de ces visites un fonds de commerce, comme nous le verrons dans la dernière partie de ce chapitre.

2. L’invisibilisation du travail féminin.

L’enquête déployée auprès des unités de transformation a permis de révéler la présence de fortes disparités concernant la main-d'œuvre employée. Les visites effectuées dans les usines des Arômes du Maroc et d’ARD GUISSER m’ont permis d’observer que les employés présents dans les usines étaient essentiellement des hommes. La confidentialité ne nous a pas permis d’obtenir des données exactes sur le nombre d'employés, mais lors des visites, je n’ai repéré aucune femme employée.

Dans les sociétés locales et les coopératives, par contre, la main-d'œuvre est majoritairement féminine. La société Florose emploie 43 personnes, parmi lesquelles 41 sont des femmes et la société Flora Sina compte 3 employés, toutes des femmes. Dans les coopératives, les emplois sont occupés à 100% par des femmes, 17 dans la coopérative Les Femmes du Dadès, 8 dans la coopérative Taytmatine.

D’après l’enquête et les observations effectuées au sein des différentes sociétés locales et auprès des coopératives, il s’agit d’une main-d'œuvre de proximité. Les femmes sont recrutées dans la région et le plus souvent dans les villages environnants. Les 3 employés de la société Flora Sina, par exemple, viennent toutes d’Aït Yahya, qui est un groupement de villages de la commune d’Ait Sedrate Sahl El Gharbia, proche de la société. De la même façon, les membres de la coopérative Les Femmes du Dadès habitent toutes la commune de Souk la Khmiss Dadès.

Les tâches effectuées par la main-d'œuvre varient suivant le type d’unité de transformation, ce qui contribue à justifier les différences d’employabilité entre les femmes et les hommes. Dans les grandes entreprises, les observations ont montré que les tâches se résument à la réception des fleurs fraîches (en tonnes), leur répartition dans les différentes machines (extraction ou distillation) ou au séchoir, le chargement des machines en roses fraîches (plusieurs centaines de kilos par alambic), la maintenance des machines, le stockage, le suivi de la production journalière et le management des ouvriers de l’usine.
Dans les sociétés locales ou les coopératives, le travail est différent car il est principalement manuel, à l’exception de la distillation. Les tâches varient selon les structures car elles ne fabriquent pas toutes les mêmes produits. En effet, les tâches sont différentes entre la fabrication de produits naturels et celle de produits synthétiques (chapitre 4).
Concernant la fabrication de produits naturels, les tâches concernent principalement la fabrication d’eau de rose et de roses séchées. Dans ce cadre, ce sont les femmes qui interviennent pour le tri des roses fraîches, le séchage des roses, le stockage, la mise en bouteille, l’étiquetage, la préparation des commandes et la vente. C’est au niveau de la distillation que les hommes interviennent. Les femmes réalisent la distillation dans 5 coopératives sur 11 et dans une seule société sur 6.

Concernant la fabrication de produits synthétiques (chapitre 4), les tâches sont différentes car elles concernent plutôt la fabrication d’une large gamme de cosmétiques. À titre d’illustration, nous avons observé la confection de savon, de savon noir, de shampoing, de gel douche, d’huile, d’argile, etc. Les sociétés qui fabriquent ces produits proposent un découpage des tâches à la

chaine qui rappelle les méthodes de rationalisation tayloristes et fordistes (Jacot, 1990 ; Pouget, 1998). La production est découpée en ateliers spécifiques, par exemple la fabrication des shampoings. À Florose, les ateliers se succèdent, du haut vers le bas de l'immeuble de la société. Pareils à une chaîne de montage, les ateliers vont de la fabrication à l'expédition ou la vente en boutique, située au rez-de-chaussée, en passant par l'emballage et l'étiquetage.

Ce sont majoritairement des femmes qui travaillent dans les ateliers. Les hommes sont peu nombreux et, lorsqu'ils interviennent, ils le font dans des activités spécifiques. À Florose, par exemple, où seuls deux hommes sont employés, l'un est en charge de souffler les emballages en plastique à l'aide d'une machine, l'autre s'occupe des livraisons. De plus, cette rationalisation de la production est associée à un découpage minutieux des tâches entre les femmes dans chaque atelier. Suivant une division horizontale du travail (Figure 39), une femme est en charge de remplir les récipients (de savon noir, de crème, de shampoing…), une autre de l'empaquetage et une autre appose les étiquettes, une autre les emballe par lot selon les commandes. Enfin, les produits sont mis en carton dans l'atelier qui gère les commandes qui sont expédiées ou stockées.



Figure 39 : répartition des tâches selon le modèle tayloro-fordiste.

© NM, 2021

Elles effectuent les mêmes gestes tout au long de la journée et ces gestes doivent être rapides. En effet, les femmes doivent respecter une cadence pour s'adapter à la chaîne de montage du produit. Cette division du travail permet d'augmenter leur productivité. En outre, d'après nos observations, il existe une division verticale du travail inspirée du découpage cols blancs/cols bleus du modèle tayloro-fordiste. Une manager, Sabrina, est chargée de veiller au respect des délais impartis pour la réalisation des tâches dans chaque atelier. Tel un contremaître, elle vérifie l'heure d'arrivée de chaque femme le matin avant de superviser les ateliers tout au long de la journée. Les femmes sont donc constamment surveillées.

« *J'ai travaillé à Florose pendant 4 ans (…) Quand tu arrives là-bas, les anciennes te donnent beaucoup de travail pour être mieux vu par le patron. Je souffrais, je ne pouvais même pas*

toucher mes bras. » Jamila, employée dans une coopérative, le 10 juillet 2021, dans la vallée du Dadès.

D'après ce témoignage, une pression pèse sur les femmes qui, par peur de perdre leur travail, malmènent les nouvelles arrivées pour montrer qu'elles ont adopté le management de surveillance et de rationalisation prôné dans cette société.

Pour répondre aux besoins de productivité et assurer le bon fonctionnement de la production, les femmes sont formées à effectuer toutes les tâches des différents ateliers. C'est ce qu'explique par exemple Sabrina, la manager de la société Florose : « *Toutes les femmes que nous recrutons sont formées sur tous les postes afin que, si l'une d'entre elles tombe malade, elle puisse être facilement remplacée pour que le travail soit fait quoi qu'il arrive, que la production ne soit pas bloquée. Toutes les femmes, ici, sont polyvalentes.* » Le 5 janvier 2021 à Florose, à Kelâat M'gouna.
Cette polyvalence est surtout un moyen pour l'entreprise de rationaliser l'utilisation de ses employées en s'assurant qu'elles ne deviennent pas indispensables. Chaque jour, la manager les assigne à une tâche selon les besoins de la société. Les femmes n'ont pas de poste attitré, ni de statut dans la société. Elles ne sont donc pas irremplaçables, ce qui fragilise leur position. Au moindre désaccord avec la direction, elles peuvent être facilement remplacées, sans impact sur la production. Une situation qui pousse parfois l'exploitation des femmes à l'extrême :
« Je ne travaillais pas que à l'usine, je nettoyais la vaisselle et le ménage pour eux. J'étais traitée comme un chiffon pas comme un être humain. Ici les femmes ont peur, elles ne parlent pas de leur situation. Les patrons leur disent toi tu peux dégager j'en trouverais 10 autres comme toi. » Karima, ancienne employée de Florose, le 10 juillet 2021.
De plus, la manager a précisé que seules les femmes doivent se plier à cette polyvalence. Les hommes ont un travail qui se limite à des tâches spécifiques : distillation, transport ou soufflage. Il ne leur est pas demandé de maîtriser les différentes tâches effectuées par les femmes en vue de les remplacer ou de travailler avec elles en renfort. Cette polyvalence imposée aux femmes est d'ailleurs poussée à l'extrême puisque les femmes accomplissent en plus les tâches d'entretien. Cette différence de traitement entre les femmes et les hommes s'apparente à la division domestique des tâches.
La situation précaire des femmes est renforcée par leur statut dans l'emploi. Dans 5 des 6 sociétés enquêtées les ouvrières n'ont pas de contrat de travail ni de couverture sociale et sont rémunérées à la semaine.

« Personne n'a de contrat ici, le patron nous recrute, il nous dit combien on est payé et c'est tout. » Yamina, manager dans une société locale, le 13 juillet 2021

« Je n'avais pas de contrat, et les femmes non plus. (…) Maintenant que je ne travaille plus là-bas je m'en fiche je peux le dire. » Yassine, ancien employé de Dar el Kelaa, le 7 mai 2022.

La non-contractualisation affecte aussi les hommes. Dans les coopératives, la situation est différente car, de par leur nature juridique, les membres sont en principe tous déclarés, bénéficiant ainsi d'une couverture sociale et d'une part des bénéfices générés. Les membres

travaillent tout au long de l'année et partagent les bénéfices à. Dans certains cas, il y a un noyau dur qui travaille tout au long de l'année, tandis que d'autres viennent ponctuellement donner un coup de main ou travailler en renfort durant la saison de la rose.
« *Parmi les membres, il y a 6 femmes qui travaillent de façon permanente et les autres de façon ponctuelle. A la saison de la rose, il y a entre 10 à 12 femmes qui travaillent parce qu'il y a beaucoup à faire.* » Drissia, présidente de la coopérative Les femmes du Dadès, le 28 juillet 2021.

Il n'y a pas de différence de statut entre les femmes qui travaillent tout au long de l'année et celles qui viennent travailler ponctuellement durant la saison de la rose, comme c'est le cas ici dans la coopérative Les Femmes du Dadès. En revanche, ce que révèlent les entretiens effectués dans les coopératives qui s'organisent de cette façon, c'est que seul le noyau dur perçoit les bénéfices les plus importants. Ces bénéfices sont souvent répartis sur l'année afin que les femmes puissent recevoir chaque mois des revenus supplémentaires. Les femmes qui sont intervenues uniquement durant la saison de la rose, par exemple, perçoivent une part du bénéfice proportionnelle à cette implication.
Toutefois, les observations et les entretiens menés au sein de certaines coopératives révèlent le non-respect de ce cadre juridique dans certaines d'entre elles. En effet, des présidents de coopérative déclarent les membres de leur famille comme membres de la coopérative et membres du bureau, mais en pratique, ceux-ci ne travaillent ni n'apparaissent dans la vie de la coopérative. Les présidents se comportent alors plutôt comme des propriétaires. Cette pratique permet au président de bénéficier de tous les avantages de la coopérative, augmentant ainsi son profit au maximum. Contrairement à une société, la coopérative n'est pas soumise aux taxes et bénéficie d'aides de l'État dans le cadre de programmes d'aide au développement pour acheter le matériel de production et construire ou louer un local. Lorsque cette pratique a été observée, le président était un homme, créant ainsi un rapport de domination fort entre un homme qui perçoit tous les bénéfices et des femmes en situation de précarité. Cette pratique, qui bénéficie aux seuls dirigeants, n'échappe pas aux femmes.

(…) Les organismes extérieurs disent qu'ils aident les femmes mais en réalité ils aident les patrons des coopératives et pas les employés. Les patrons utilisent l'argent pour leur famille ou le réinvestisse. Nous on ne gagne rien. » Jamila, employée dans une coopérative, le 10 juillet 2021.

Ce témoignage cible les dirigeant qui détournent l'usage de la coopérative mais aussi les organismes nationaux et internationaux qui leur viennent en aide. En effet, dans le cadre du Plan Maroc Vert et du plan Green Generation, un certain nombre de programmes ont été mis en place pour soutenir le développement des coopératives. Seulement, il n'y a pas de suivi qui permet de veiller sur les droits et la main-d'œuvre. De la même façon, concernant les aides financières qui leur sont attribuées, il n'y a pas de suivi de son utilisation au sein de la coopérative, ce qui ne permet pas d'assurer que l'argent bénéficie bien à la force de travail de la coopérative.

Dans le cadre de ces sociétés déguisées en coopératives, les femmes sont alors recrutées comme des employés. Certaines sont recrutées pour travailler toute l'année, d'autres ponctuellement selon les besoins (grosse commande ou saison de la rose).
Les entretiens avec les femmes qui travaillent dans ce type de coopérative révèlent qui leur est imposé la même polyvalence que dans les sociétés locales :
« Je travaille, je vends, je nettoie, je fais à manger… c'est beaucoup ! En plus, j'étais dans le besoin car il y avait des problèmes dans ma famille. » Jamila, employée dans une coopérative, le 10 juillet 2021.
« Ici, je travaille seule pour le patron de la coopérative et je dois m'occuper des deux boutiques en même temps. (…) Je m'occupe du nettoyage, du remplissage, de l'étiquetage, de la vente. » Nour, employée dans une coopérative, le 24 mai 2023.

Ces deux témoignages montrent que tout type de tâches peut être imposé aux femmes selon le bon vouloir du patron. On peut voir là aussi que les tâches domestiques sont largement imposées aux femmes en plus de leurs tâches habituelles. Toutes ces tâches de reproduction ne sont pas mentionnées comme faisant partie de leur métier. Elles ne m'ont été présentées aucunement par les dirigeants des coopératives ou des sociétés, faisant apparaître une association naturelle des tâches reproductives aux femmes mais aussi leur invisibilisation naturelle. Cette absence de tâches associée à un poste, comme dans les sociétés locales, est propre aux femmes. Les hommes ont des tâches bien définies pour lesquelles ils sont payés :
« Je m'occupe de la distillation. J'ai été formé à la distillation au sein de la coopérative. Je travaille aussi à d'autres moments dans l'année, le patron m'appelle quand il a besoin. » Zoubir, employé saisonnier dans une coopérative, le 9 août 2021.

Tout comme la majorité des sociétés que nous avons enquêtées, les femmes comme les hommes n'ont pas de contrat ni de couverture sociale.
« On a un accord verbal mais pas de contrat. Et dans le bâtiment c'est pareil, je suis payée à la journée sans contrat. » Zoubir, employé saisonnier dans une coopérative, le 9 août 2021.
« Je travaille ici toute l'année. (…) Non, je n'ai pas de contrat et je ne suis pas déclarée à la CNSS (Caisse Nationale de Sécurité Sociale) mais ici personne n'en a. » Jamila, employée d'une coopérative, le 10 juillet 2021.

Cette pratique renverse l'objectif même du développement des coopératives lancé par l'État. Les femmes sont exploitées et invisibilisées, leur travail non déclaré n'apparaissant dans aucune statistique. Elle renforce aussi la précarité des femmes qui, remplacée facilement, sont contraintes d'accepter ces conditions de travail. D'après les témoignages recueillis, même si les hommes sont peu représentés dans la main-d'œuvre des sociétés locales et des coopératives, ils sont dans la même situation que les femmes. Ces témoignages montrent aussi une réalité du travail dans une région où l'absence des droits sociaux pour la main-d'œuvre semble généralisée. Les sociétés locales et les coopératives sont une source d'emploi précieuse pour les femmes, qui leur offre la possibilité de travailler tout au long de l'année, contrairement à la cueillette dans les exploitations agricoles qui n'est que saisonnière. Seulement, en l'absence de déclaration et de couverture sociale, ces structures participent en même temps à entretenir un système capitaliste. En effet, la force de travail des femmes est invisibilisée et exploitée dans le

but de maximiser le profit du propriétaire ou des associés qui dirigent ces structures. Cette situation touche à la fois les femmes et les hommes, même si ces derniers ne sont pas très représentatifs dans la catégorie de la main-d'œuvre.

3. Le salaire : un révélateur des inégalités de genre et des rapports sociaux de sexe.

Le salaire est un indicateur qui permet de faire émerger les inégalités de sexe au sein des unités de transformation. Le refus des grandes entreprises de communiquer sur les salaires ne nous permet pas de les intégrer à cette analyse. Elle concerne donc uniquement les coopératives et les sociétés locales.

La rémunération varie considérablement entre les coopératives et les sociétés locales mais aussi d'une coopérative à l'autre ou d'une société locale à l'autre. L'enquête dans les deux types de structures réalisée en 2021, 2022 et 2023 révèle d'importantes disparités de revenu entre les hommes et les femmes mais aussi entre les femmes elles-mêmes. De plus, de nombreux témoignages partagés par les femmes révèlent que leur rétribution mensuelle est située nettement en dessous du Salaire Minimum Agricole Garanti (SMAG) qui s'élève à 2303 dirhams par mois (230 euros) en septembre 2023 (Medias 24, 2023).

Les entretiens et échanges informels réalisés dans les six sociétés locales ont révélés que les femmes sont rémunérées à la semaine ou au mois. Le salaire est variable selon les employeurs, et peut être conclu sur la base d'un forfait journalier :

« Je gagne 350dh par semaine (35 euros). C'est encore trop peu pour aider ma famille. Je gagne tout juste suffisamment pour nourrir ma famille, répondre aux besoins primaires comme l'école. » Yamina, manager dans une société locale, le 13 juillet 2021

« *Moi, j'ai travaillé un moment dans l'entreprise Dar el Kelaa, je n'y travaille plus maintenant. Je travaillais surtout dans la boutique, alors je ne peux pas te donner un salaire exact parce que ça dépendait beaucoup de ce que j'arrivais à vendre chaque jour, j'étais payé à la commission. Mais pour les femmes c'était horrible, j'avais vraiment mal au cœur pour elles. Elles travaillaient de 8h jusqu'à 20h. Elles font tout : le nettoyage, le remplissage, l'étiquetage, le mélange des produits, la nourriture… Tout. Et le patron ne les paie que 20dh (2 euros) par jour.* » Yassine, ancien employé de Dar el Kelaa, le 7 mai 2022

« Le prix de base de rémunération dans la région de Kelâat M'gouna est de 70dh/jour environ. Nous on les rémunère 100dh/jour et on leur paie en plus le petit-déjeuner, le déjeuner et le goûter. » Zoubida, propriétaire d'une société locale, le 13 avril 2022.

D'après les différents témoignages, les salaires des femmes varient de 2 euros à 10 euros la journée donc de 60 euros à 300 euros le mois (en comptant 7 jours de travail par semaine), soulignant de ce fait une grande disparité entre les salaires des femmes, sans qu'elle ne soit expliquée. Lorsque l'on confronte les témoignages des employés à celui de Zoubida la propriétaire, on constate que les salaires perçus par les femmes sont largement en dessous du

prix de base de 7 euros journalier qui est communiqué par la propriétaire. Les femmes ont donc une rémunération qui oscille plutôt entre 2 euros et 5 euros la journée de travail soit entre 60 euros et 150 euros de salaire mensuel. Cette fourchette place donc le salaire mensuel des femmes qui travaillent dans les sociétés locales nettement en dessous du SMAG de 230 euros par mois (2022).

Le témoignage de Yassine ne permet pas de connaître le salaire exact qu'il perçoit. En revanche, il montre que celui-ci est plus flexible et donc plus extensible que celui des femmes. Le travail qu'effectuait Yassine lui permettait de gagner plus d'argent puisqu'il était payé à la commission sur les ventes tandis que les femmes ont un salaire fixe. Il y a une possibilité de négociation autour de la rémunération des hommes qui n'existe pas autour de celle des femmes.
Dans les coopératives, les bénéfices annuels sont partagés entre les membres suivant des modalités qui peuvent varier comme nous l'avons vu précédemment (bénéfice mensualisé, bénéfices partagés entre les membres qui travaillent tout au long de l'année uniquement…). Pour ce cas de figure, les enquêtes ont révélé que les femmes perçoivent toutes la même rétribution, puisque les bénéfices sont divisés à parts égales.

« Au début, on n'était pas payé, l'argent servait à construire la coopérative, cela fait 4 ans seulement je suis payée. » Firdaous, membre d'une coopérative, le 10 mars 2022.

« On touche 1000 dirhams par mois et 3000 dirhams quand on fait une bonne année. » Hanane, membre d'une coopérative, le 10 mars 2022.

Comme le montrent les témoignages de ces femmes, les membres des coopératives perçoivent un revenu identique qui dépend du bénéfice qui a été généré par la coopérative durant l'année. Le témoignage de Hanane montre que lorsque le chiffre d'affaires de la coopérative est élevé, le bénéfice généré est intéressant pour les femmes car il leur offre parfois des revenus mensuels qui sont supérieurs au SMAG (2022). De la même manière, lorsqu'aucun bénéfice n'a été généré, les membres de la coopérative ne perçoivent aucune rétribution. La situation est différente pour les coopératives dont l'usage est détourné, comme nous l'avons déjà abordé. Dans ce cas de figure, la distribution de la rémunération est très similaire à celle des sociétés locales.
« Je suis payée 300dh par semaine (30 euros). Quand j'ai commencé à travailler, je touchais moins que 300dh. Au bout de 3 ans de travail à la coopérative, j'en ai eu marre et j'ai râlé auprès du patron. (…) J'en ai eu marre et je lui ai dit de m'augmenter sinon je m'en vais. Et pourtant la loi c'est 2500 dirhams le mois. D'ailleurs, c'est ce qu'ils nous disent de répondre aux journalistes alors qu'il y a des femmes qui touchent que 100 dirhams la semaine. » Jamila, employée dans une coopérative, le 10 juillet 2021.

« Je suis payée 30dh la journée (3 euros) donc environ 1000dh le mois (100 euros), et je dois même payer ma nourriture. Alors, pour économiser, je mange des boîtes de sardines ou du pain avec de l'huile. Mais ça c'est depuis que le Covid est passé par là. » Nour, employée dans une coopérative, le 24 mai 2023.

« *J'ai commencé à travailler en 2019 après avoir eu mon bac car ma famille n'avait pas les moyens de payer mes études supérieures. »* Nour, employée dans une coopérative, le 24 mai 2023.

Ces deux témoignages placent la rémunération mensuelle des femmes dans une fourchette de prix entre 90 euros et 150 euros le mois. Les salaires sont donc, à l'image de ce qui est pratiqué dans les sociétés locales, nettement inférieurs au SMAG. Ce sont de bien maigres salaires étant donné le panel de tâches que nous avons précédemment présenté et qui leur est imposé. Il y a d'ailleurs une forme de prise de conscience de la part des patrons de l'exploitation du travail des femmes car comme le souligne le témoignage de Jamila, il leur est demandé de mentir aux journalistes pour dire qu'elles perçoivent le SMAG. Les dirigeants ne souhaitent pas déclarer les véritables salaires qu'ils distribuent à leurs employés. C'est pourquoi les femmes qui ont accepté de me divulguer ces informations ont préféré garder l'anonymat dans leur témoignage.

Ces maigres salaires viennent rémunérer un temps de travail qui est lourd, à l'image de la quantité de tâches que les femmes assument.
« Je travaille de 7h à 20h toute l'année, y compris pendant le ramadan. Il n'y a que les jours de l'Aïd où je ne travaille pas. (…) Avant que je travaille, on s'était mis d'accord avec le patron pour que je ne travaille pas le jeudi et finalement je dois travailler le jeudi. Je travaille même quand je suis malade » Nour, employée dans une coopérative, le 24 mai 2023.
« Je travaille tous les jours de 8h à 20h, du lundi au dimanche. Je n'ai pas de jour de congé en dehors de l'aïd. » Karima, employée d'une coopérative, le 10 juillet 2021.
Selon ces témoignages, les femmes dans les sociétés locales et les coopératives peuvent travailler jusqu'à 12h par jour en comptant l'heure de repas.
Pour les hommes, la situation est différente. Leur rémunération dépasse celle des femmes pour des tâches moins diversifiées :

« Je suis payé 1000dh la semaine (100 euros) en période de distillation. (…) Je n'ai pas de contrat, j'ai un accord avec le propriétaire de la coopérative. Comme quand je travaille dans le bâtiment, j'ai un accord et je suis payé à la journée. » Zoubir, employé dans une coopérative, le 9 août 2021.
Comme le montre ce témoignage, les hommes sont recrutés pour effectuer une mission précise pour laquelle ils sont rémunérées. Ici, Zoubir facture son travail à la journée, à l'image d'un prestataire. Pourtant, avec un salaire qui peut atteindre 400 euros, la rémunération des hommes est jusqu'à 7 fois supérieure aux salaires de certaines femmes. De plus, le témoignage de Zoubir illustre bien qu'il s'agit d'un salaire négocié contrairement aux femmes dont le salaire est arbitrairement imposé.
Les femmes perçoivent un salaire extrêmement variable, dont le montant est décidé par le dirigeant de la structure :
« Je recrute les femmes mais c'est le patron qui choisit leur paie. » Yamina, manager dans une société locale, le 13 juillet 2021

« Avant je touchais 50dh par jour (5 euros) donc environ 1500dh par mois (150 euros). Maintenant, il n'y a plus de Covid mais le patron dit qu'il n'y a pas de tourisme. » Nour, employée dans une coopérative, le 24 mai 2023.

Selon ces témoignages, le salaire est défini par les dirigeants de la société ou de la coopérative, lorsque celle-ci ne respecte pas le cadre juridique officiel. De plus, ces salaires peuvent être amenés à être revus à la baisse si le contexte économique est jugé difficile par le dirigeant, comme c'est le cas de Nour. Le dirigeant vient alors diminuer en priorité la rémunération des femmes pour réduire ses charges et ainsi protéger ses bénéfices. C'est là un principe du modèle capitaliste, en cas de crise, c'est le capital qui est protégé au détriment de la force de travail.
Cette faible rémunération attribuée aux femmes par rapport à celle des hommes est liée au fonctionnement de ce modèle qui repose aussi sur des représentations dévalorisantes de la femme.
« Je pense que j'aide les femmes en les recrutant (…) travailler dans la rose leur permet de sortir de la misère. » Othman, président d'une coopérative, le 14 juillet 2021.
« La filière de la rose s'est développée et il y a besoin de main-d'œuvre. C'est bien car les femmes ont besoin d'argent alors ça les aide, parce qu'avant elles n'avaient rien. » El houssine, propriétaire d'une société locale, le 11 mars 2022.

Les dirigeants conservent une représentation stéréotypée des femmes comme étant continuellement en difficulté financière et en situation de précarité extrême. Pour certains dirigeants, comme c'est le cas d'Othman, recruter des femmes représenterait même un geste généreux envers elles. Ces représentations les placent dans un rapport de dominées avec les dirigeants qui détiennent de ce fait le pouvoir de les recruter ou non et de décider de leur rémunération. Et cela, quel que soit le sexe du dirigeant :
« Peu importe que ce soit un homme ou une femme le propriétaire de la coopérative, le salaire n'est pas meilleur pour autant, c'est pareil. » Jamila, employée d'une coopérative, le 10 juillet 2021.
Le témoignage de Jamila explique que la faible rémunération ne diffère pas selon le sexe. Pour elle, qui a connu des dirigeant hommes et femmes, la rémunération entre pleinement dans un rapport de domination. Ce salaire non négociable est imposé et les femmes lorsqu'elles accèdent à des postes de direction reproduisent le même comportement des hommes dirigeants. C'est intéressant car cela signifie que même lorsque les femmes sont à la tête d'une unité de transformation, elles ont tendance à rémunérer faiblement les femmes par rapport à ce que les hommes peuvent percevoir sur le marché de l'emploi de la rose. De cette manière, les femmes qui dirigent les structures contribuent à renforcer les inégalités de genre et les rapports sociaux de sexe dans le secteur de la transformation de la rose.
Cette représentation des femmes en situation de précarité a été vérifiée par des entretiens que nous avons menés auprès des femmes qui travaillent dans des unités de transformation. Les usages qu'elles font de leur salaire sont révélateurs de leurs conditions sociales. Travailler dans une coopérative ou dans une société locale, surtout dans une position qui leur permet d'y travailler tout au long de l'année, représente pour elles la garantie de revenus mensuels précieux.

« Mon travail à la coopérative me permet d'acheter des médicaments pour ma mère, de nourrir ma tante et ma mère, et de payer mes crédits d'eau et d'électricité. Eh oui ! Maintenant, j'ai l'électricité et l'eau courante. » témoigne Karima, employée d'une coopérative le 9 juillet 2021.

« La coopérative nous aide beaucoup. Grâce à elle, je peux aider financièrement ma famille. (…) J'ai sept frères et sœurs, ma mère ne travaille pas et mon beau-père n'est plus en état de travailler. » Jamila, employée d'une coopérative le 10 juillet 2021.

« (…) *Je suis heureuse même si le travail dans la rose est vraiment, vraiment dur car comme ça j'ai de quoi nourrir mes enfants. Et c'est moi qui ne veux pas compter mes heures car je veux gagner de l'argent (…) L'argent me sert juste à nourrir mes enfants, le transport de mes filles pour aller à l'école environ 200dh, le loyer et la nourriture de mon fils qui étudie à Tinghir c'est au minimum 400 dh, je paie l'eau et l'électricité et la nourriture.* » Hanane, membre d'une coopérative, le 4 mars 2022.

« *J'utilise mon salaire pour payer l'eau, l'électricité, le sucre, l'huile… Bref, tout ce dont il y a besoin à la maison parce qu'il y a ma sœur, mon oncle qui est âgé, mon père, ma mère. On est 6 enfants alors tout le monde participe du mieux qu'il peut mais tous ne travaillent pas*. » Nour, employée d'une coopérative, le 24 mai 2023.

Ces témoignages illustrent bien que les femmes travaillent dans les unités de transformation dans le but de couvrir les besoins primaires de leur famille. Une charge qui les contraint d'accepter de travailler pour un salaire limité. Et même salariées, leur situation est similaire à celle des femmes qui travaillent dans les exploitations agricoles pour faire la cueillette (chapitre 5). Pourtant, cette responsabilité financière vis-à-vis de la famille incombe traditionnellement aux hommes qui ont le statut de tuteur pour les autres membres de sexe féminin et/ou mineurs. Néanmoins, alors que de nombreuses femmes doivent assumer la charge de leur foyer, en présence des hommes, le statut de chef de foyer ne leur est pas reconnu.

Le travail des femmes, qu'il intervienne dans les exploitations agricoles ou dans les unités de transformation, permet de faire vivre de nombreuses familles sur le territoire de la rose. Et même si elles sont exploitées et leur travail invisibilisé, les femmes sont des actrices clés du développement de la filière et plus largement de leur territoire. L'engagement de certaines femmes au niveau des unités de transformation peut leur ouvrir la voie vers de nouvelles perspectives professionnelles.

II. L'entreprenariat, une voie vers la valorisation du rôle de la femme dans le travail

1. Entreprenariat féminin : le passage obligé par la coopérative

Le développement des unités de transformation, et en particulier des coopératives, sur le territoire a permis aux femmes d'accéder à l'entreprenariat. Pour rappel, la coopérative est une structure qui contrairement aux sociétés, ne nécessite pas de capital de départ et qui peut être

financièrement soutenue par l'État. Cela permet de faciliter la création de coopératives par les femmes qui, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, sont souvent dans des postures financières plus précaires que les hommes.
L'enquête menée auprès des unités de transformation a révélé que parmi les 67 unités de transformation, 15 sont dirigées par des femmes. Sur ces 15 unités de transformation, 14 sont des coopératives. Les hommes dominent donc encore la direction des unités de transformation, mais ces données montrent qu'à travers l'apparition des coopératives, les femmes ont opéré une percée dans les postes de direction et plus largement dans l'entreprenariat.

« Je me suis mariée à 15 ans avec un homme de 23 ans. Il ne m'entretenait pas. Je travaillais dans les champs. Je prenais un âne pour aller chercher les céréales pour nourrir les animaux. Je cueillais les roses en avril et mai. (...) Je travaillais chez les gens aussi, pour trouver de quoi m'habiller et de quoi manger, je faisais le ménage et je cuisinais. (...) Mon mari ne ramenait rien, il retournait ses poches vides lorsque je lui demandais de l'argent, (...) alors je devais assumer la responsabilité de la maison. Au bout de huit ans, (...) il s'est trouvé une femme et s'est enfui avec. (...) On a fini par divorcer même s'il ne voulait pas. En 2018, j'ai créé la coopérative, (...) c'est une coopérative familiale. Ma sœur et mon frère aussi travaillent avec moi. (...) Al hamdoulillah [louange à Allah], la coopérative me permet de bien vivre et ma famille aussi. (...) Mon ex-mari a regretté et m'a demandé de revenir, mais moi je ne veux pas. » Dalal, présidente d'une coopérative, le 2 août 2021.

Ce témoignage montre que la création d'une coopérative peut être un moyen pour les femmes de sortir d'une situation de précarité extrême. Elle permet ainsi aux femmes de trouver une réponse financière solide lorsque les maris, traditionnellement chef de famille, n'assument pas la responsabilité financière de leur foyer. Créer une coopérative représente également une opportunité pour les femmes, qui souffrent dans leur union maritale, pour obtenir les moyens financiers suffisants qui les rendent autonome. En effet, lorsque les femmes sont à l'origine de la création de coopérative, elles peuvent choisir elles-mêmes les membres qui la composent et donc décider du partage du bénéfice. Moins il y a de membres, plus la rémunération issue du partage du bénéfice est grande.

En outre, créer une coopérative et en être la présidente permet d'accéder à un poste de décision qui confère aux femmes un rôle valorisant socialement. Les femmes ressentent un sentiment d'accomplissement procuré autrement que par le mariage et elles peuvent peser davantage dans les décisions concernant leur avenir marital, comme c'est le cas ici pour Dalal.
Créer une coopérative n'est toutefois pas toujours une réponse à la précarité des femmes. Cela représente aussi un projet de solidarité féminine et/ou d'aide au développement du territoire pour certaines femmes. C'est ce qu'illustre le récit de trois dirigeantes de coopératives et d'une société.

Drissia, présidente de la coopérative Les femmes du Dadès.

« J'ai 6 frères et 4 sœurs. Avec moi, ça fait 11. (…) Je viens de la commune de Souk la Khmiss Dadès. (…) J'ai étudié à l'université en géographie, j'ai obtenu ma licence en 1997 et depuis je travaille. De 1997 à 2013, j'ai travaillé avec des entreprises de développement où j'étais chargée d'accompagner les coopératives dans leur développement. J'ai aussi travaillé avec des ONG internationales comme l'UNICEF sur des projets éducatifs, puis, plus tard, avec d'autres ONG dans un projet de protection de l'arganier. Depuis 2014, je travaille dans le secteur minier mais toujours en lien avec les coopératives. Je travaille actuellement au sein de l'entreprise Managem et en même temps je suis présidente de la coopérative. Ce sont toutes ces expériences qui ont fait progresser la coopérative parce que, grâce à elles, j'ai créé un réseau qui m'a permis de trouver des clients pour la coopérative.

(…) J'ai créé cette coopérative parce que je voulais aider les femmes en difficulté, et il y en a beaucoup ici qui ont besoin d'aide, surtout celles qui ont des enfants, qui sont veuves, célibataires ou celles dont le mari n'aide pas. Alors, en 2003, j'ai eu l'idée de créer une association d'aide au développement féminin qui s'appelait Association Femmes Dadès Pour le Développement et la Solidarité. Et, lorsqu'il y a eu la création du Plan Maroc Vert, j'ai saisi cette opportunité pour créer la coopérative qui porte le même nom aujourd'hui et qui remplace l'association. La coopérative assure un revenu régulier aux femmes en difficulté, elles peuvent, grâce à elle, prendre leur vie en main et celle de leur famille, faire face aux difficultés du quotidien. Et la coopérative, c'est aussi un lieu de formation pour les femmes car ici la plupart des femmes sont analphabètes ou déscolarisées très tôt.

(…) C'est essentiel d'être scolarisé, de faire des études. L'analphabétisme ou le manque de scolarisation c'est un problème même pour la coopérative. C'est une des raisons qui explique que les bénéfices des coopératives sont si faibles aujourd'hui. Les femmes, oui elles travaillent, elles trient, elles emballent, etc., mais ce n'est pas tout, il faut chercher des clients, il faut vendre. Sinon, on perd de l'argent. Moi, je fais de mon mieux pour le faire mais, tu sais, toute seule ce n'est pas facile, et je travaille en même temps à Marrakech. Seulement, les femmes de la coopérative comptent sur moi, elles te le diront ».
Le 28 juillet 2021.

Naïma, présidente de la coopérative Bio Dadès.

« Le poste de présidente pour moi est plus un poste honorifique que décisionnel. (…) Je réside à Marrakech où je travaille alors je ne peux pas être sur place mais on discute quotidiennement par téléphone avec les femmes de la coopérative.

J'ai fait des études en chimie clinique, notamment une thèse de doctorat entre le Maroc et la France. Quand j'ai intégré la fac de médecine, j'ai fait une formation sur les maladies rares à Manchester, en Espagne et un peu partout. Aujourd'hui, je suis la seule à faire le diagnostic des maladies rares. Je dirige mon propre laboratoire à Marrakech qui est dédié à cela, la plateforme métabolique de la faculté de médecine.

L'idée de créer une coopérative est venue progressivement. Je me rendais régulièrement dans la région de Kelâat M'gouna dans le cadre de certaines campagnes pédiatriques concernant les maladies infectieuses que j'ai réalisées avec le centre hospitalier et universitaire (CHU) de Marrakech. A chaque déplacement, je me rendais compte que les femmes étaient incapables de s'occuper financièrement de leurs enfants. Et, justement, j'ai remarqué que cette incapacité à s'occuper des enfants est corrélée avec le développement des maladies infectieuses chez les enfants comme les rhumatismes articulaires aiguës et tout ça parce qu'elles n'ont pas les moyens de les soigner, les emmener à l'hôpital, acheter les médicaments, etc. Les femmes doivent donc améliorer leurs conditions de vie.

Alors j'ai eu l'idée de créer une structure dont le but était d'améliorer le quotidien des femmes, qu'elles puissent être autonomes en utilisant les richesses de la région. Elles ne peuvent pas commencer à faire des carrières dans le village, ce n'est pas évident. Pour elles, c'est plus simple d'avoir des rentes et d'avancer et de s'améliorer tout en restant dans leur environnement, donc automatiquement il fallait chercher autour de soi et il n'y a que la rose qui peut faire la différence.

Au début, j'ai créé une association, l'association féminine pour le développement de la famille. Puis l'association a adopté une coopérative avec laquelle elle a fusionné pour devenir en 2012 la coopérative Bio Dadès. Les femmes ont alors appris comment la valoriser. Maintenant, toutes les femmes de la coopérative savent distiller. Maintenant, le travail c'est la gestion et la commercialisation.

(…) Les femmes ont beaucoup appris depuis la création de l'association et de la coopérative notamment en matière d'alphabétisation. Maintenant, elles savent lire, ça a beaucoup changé depuis le début. Et puis elles sont obligées parce qu'elles doivent voyager, se rendre dans des foires, etc. parce que moi je ne peux pas faire cela toute seule (voir témoignage Fairouz et Hanane). Sur la vallée, il y avait des associations qui s'occupaient de l'alphabétisation des femmes donc elles se sont inscrites et elles ont appris à lire et à écrire. Ces associations ont rendu beaucoup de services aux femmes de notre association et à toutes les femmes de la vallée d'ailleurs ».
Le 22 avril 2022.

Hafssa, propriétaire de la société Flora Sina.

« J'ai fait ma maternelle en France, mon CP, CE1 CE2 au Maroc et ensuite tout le reste en France. J'ai effectué une classe préparatoire à Toulouse, puis une école d'ingénieur de chimie à Paris au sein de laquelle j'ai eu mon doctorat. J'ai travaillé quelques années chez Total en France, puis on m'a proposé un poste aux Etats-Unis dans le domaine de l'extraction pétrolière mais j'ai décliné l'offre. Je pense que j'ai toujours su que je m'installerais au Maroc pour créer une entreprise qui a du sens pour moi, et c'est que j'ai fait. J'ai économisé pendant que je

travaillais chez Total en France et j'ai créé mon entreprise. Aujourd'hui Flora Sina c'est mon activité principale.
Je me suis spécialisée dans le domaine des plantes à parfum, donc je fais la distillation de la rose mais je travaille aussi sur le jasmin et la fleur d'oranger que j'ai introduit dans la Vallée des roses. Je travaille uniquement sur des produits naturels et certifiés bio afin de conserver toutes les qualités des plantes. Je pratique d'ailleurs la distillation traditionnelle grâce à l'hydrodistillation que je pratique dans des alambics en cuivre que j'ai fait venir de l'étranger.
J'aime beaucoup la rose et je pense qu'il faut la préserver et la valoriser.

(…) A part mon partenaire agricole, il n'y a que des femmes qui travaillent ici et de façon saisonnière suivant la saisonnalité des fleurs. Elles font principalement le tri des boutons et certaines participent maintenant à la distillation, petit à petit je leur apprends. Ce sont souvent les mêmes femmes qui travaillent d'une année sur l'autre, maintenant elles connaissent bien le laboratoire.

Chaque année, autour du mois de mars, un pourcentage des bénéfices est utilisé pour financer un projet. L'année dernière, on a acheté une machine à coudre pour une femme qui voulait lancer son propre atelier. Et elle a lancé son projet aujourd'hui. Il y a plein de petits projets dans la Vallée des roses qu'il faudrait soutenir. Je travaille aussi en collaboration avec une coopérative de la commune de Taznakht à qui je sers de relais de vente ici à Kelâat M'gouna pour les aider dans la commercialisation de leurs tapis artisanaux. Là-bas, ce sont aussi essentiellement des femmes qui travaillent ».
Le 03 mars 2022.

Le premier point commun entre ces trois récits est la volonté de chacune de participer au développement de la région à travers un projet qui porte assistance aux femmes. Pour Drissia, comme pour Naïma, cette ambition a d'abord pris la forme d'une association qui a été transformée ensuite en coopérative, soulignant la dimension humanitaire et bénévole de leur implication à l'origine du projet. Cette prise de conscience de la précarité des conditions de vie des femmes de cette région et la volonté d'y remédier sont fortement liées au fait qu'elles en sont toutes les deux originaires. Ceci a facilité leur introduction sur le territoire, contrairement à Hafssa qui témoigne aussi de sa volonté d'aider les femmes mais pour qui cette volonté est liée à celle de vouloir exploiter la rose à parfum.
Ces trois femmes témoignent d'un bagage scolaire et professionnel qui a généré leur ambition d'apporter leur aide pour autonomiser les femmes financièrement et participer au développement de la région de la rose. C'est aussi ce bagage qui a facilité le développement de leurs unités de transformation : la connaissance du tissu associatif à travers le réseau de lutte contre les maladies infectieuses pour Naïma, la connaissance du réseau d'acteurs des ONG et des aides qu'elles attribuent pour Drissia et la maîtrise de la chimie et d'un modèle entrepreneurial participatif pour Hafssa. Elles apparaissent alors comme des points stratégiques pour capter les ressources intellectuelles et financières nécessaires au développement des unités de transformation, à l'image des courtiers locaux du développement (De Sardan et Bierschenk, 1993).

La création de ces trois unités de transformation par ces femmes a permis d'offrir un revenu aux femmes qui est supérieur à celui pratiqué dans d'autres coopératives ou sociétés locales. Dans le cas de la société Flora Sina, l'entreprenariat féminin est également encouragé à travers le financement de projets dans la région de la rose et dans d'autres régions. Le développement de ce type d'unités de transformation permet aussi aux femmes qui y travaillent de développer des connaissances et des compétences qui favorisent leur autonomisation.

2. La coopérative : un tremplin pour le développement professionnel et personnel des femmes.

La coopérative n'est pas seulement le lieu de la transformation de la rose, c'est aussi un lieu d'opportunité pour les femmes. Les femmes qui en sont membres peuvent participer à des salons professionnels qui leur permettent de voyager, de sortir et de découvrir d'autres territoires. En effet, les salons régionaux, nationaux ou internationaux sont devenus des vitrines qui permettent d'exposer et de commercialiser les produits de terroir marocains des différentes régions du pays (chapitre 4). D'après les entretiens menés auprès des femmes des coopératives, toutes celles qui y participent s'y rendent à tour de rôle dans une visée égalitaire.

« *Je suis allée à Casablanca et Azmour, Béni Mellal pour le travail de mon mari et Tinghir et Ouarzazate quand je me suis mariée pour faire des papiers. C'est mon frère qui m'a emmené. Tu vois j'étais mariée et c'était impensable que je sorte seule. Les femmes ne sortent pas seule par exemple mes filles ne sortent pas sans moi. Mais avec la coopérative je suis allée partout, j'ai vu comment les autres vivent. C'est un énorme plaisir. (…) Je suis allée à Agadir 2 fois, Taroudant, Zagora, Fès, Meknès… Moi je n'y vais pas beaucoup car j'ai mes enfants. Certaines d'entre nous sont même allées en France. En allant là-bas, je me suis aperçue que les gens vivent bien par rapport à nous. J'ai vu des filles de l'âge de mes filles qui parlent super bien et moi je me sens mal après pour moi et pour mes filles car on est loin de ce niveau.* » Hanane, membre d'une coopérative, le 10 mars 2022.

« *J'ai pu voyager dans des endroits que j'atteignais juste en rêve. J'ai voyagé dans le Maroc entier grâce à la coopérative. Les endroits que j'ai préférés c'est Tanger et Laarache.* » Fairouz, membre d'une coopérative, le 29 juillet 2021.

Ces deux témoignages illustrent bien l'accomplissement et l'enrichissement personnel que le voyage représente pour les femmes des coopératives. Certaines n'avaient jamais quitté la région car, comme elles le soulignent, il n'est pas coutume pour les femmes de quitter le domicile familial pour voyager seules. La coopérative apparaît alors comme une raison et une occasion de rompre avec les codes sociaux traditionnels qui régissent le foyer. Cette possibilité de prendre de la distance par rapport au foyer, même si pour un temps court, constitue un point de départ, une sorte d'initiation à l'autonomisation.

Les salons professionnels sont des lieux où les femmes vendent les produits qu'elles ont fabriqués dans leur coopérative. Des moments aussi où elles ont l'occasion d'échanger, de parler de leurs savoir-faire, de reproduire les gestes de fabrication des produits de la rose, et de

donner à voir, à travers l'habit traditionnel qu'elles portent, l'image et la culture de leur territoire d'origine.
Être dans le salon, c'est aussi changer de monde et s'adapter à de nouveaux codes.

« *Nous on a aussi cette honte des hommes qu'il n'y a pas ailleurs, dès qu'on voit un homme on s'écrase comme si on avait vu un loup. Moi, si des hommes me regardent, j'ai honte de parler devant eux car c'est comme ça que j'ai été élevée. Mais même comme ça je suis mieux que beaucoup de femmes ici qui n'ont rien de tout cela. (…) Grâce à la coopérative, j'ai changé, je ne suis plus la femme qui avait honte de tout, de parler avec les hommes, de vendre, de faire des activités de travail à l'extérieur de chez moi. Maintenant je vais aux salons, je parle avec les clients.* » Hanane, membre d'une coopérative, le 10 mars 2022.

Une fois de plus, la coopérative rompt légitimement avec les codes sociaux traditionnels qui régissent les comportements et la communication entre les femmes et les hommes. Les femmes sont insérées dans de nouvelles formes de sociabilité où la parole des femmes est libérée et valorisée quel que soit le sexe de l'interlocuteur. La coopérative devient ainsi un lieu d'acquisition de compétences et un moyen de conquête de nouveaux espaces qui n'étaient autrefois réservés qu'aux hommes.

« Moi je fais tout dans la coopérative. C'est d'autant plus pour ça que je regrette de ne pas être allée à l'école car c'est moi qui connais le plus la distillation, par exemple. Avant, il y avait des hommes qui s'occupaient de la distillation et, quand ils n'étaient pas là, c'est moi qui les remplaçais. (…) Mais maintenant, on s'en occupe nous-même. Tout le monde sait faire de tout mais, pour la distillation, il n'y a que moi et une autre femme. J'ai fait une formation avec l'homme qui faisait la distillation chez nous. J'ai fait une vidéo pour m'en rappeler car moi je n'ai pas étudié. Heureusement, j'ai vécu à Jdida et, du coup, je parle arabe. La langue c'est important car sinon on ne peut pas communiquer si on parle que tachelhit. » Hanane, employée d'une coopérative, le 10 mars 2022.

Pour certaines femmes, ces nouvelles compétences leur permettent d'accomplir de nouvelles tâches, effectuer par exemple des manipulations qui demandent des connaissances, et de sortir des tâches répétitives et aliénantes du tri, de l'emballage ou de l'étiquetage. Accéder à ces tâches importantes comme la distillation permet aussi aux femmes de se sentir valorisées, d'avoir plus d'estime pour leur personne, en particulier pour les analphabètes ou les peu scolarisées.

Les unités de transformation représentent aussi des lieux où les femmes innovent. Les femmes du Dadès ont par exemple développé de l'eau de rose au safran à travers un partenariat avec une coopérative de Taliouine, ou encore de l'huile d'argan parfumée à l'huile essentielle de rose. La société Flora Sina a développé de l'huile d'amande douce parfumée à l'huile essentielle de rose afin de valoriser la rose ainsi que l'amande de la région de Kelâat M'gouna. Le développement de ce type de produit onéreux permet aux unités de transformation de faire plus de profit. Dans le cas des sociétés locales, cela profite surtout aux dirigeants mais pour les coopératives qui respectent le cadre légal, l'innovation profite à tous les membres qui touchent leur part du bénéfice généré.

Pour certaines coopératives, l'innovation permet aussi de sortir de l'impasse commerciale. C'est le cas de la coopérative Assif Hdida, une coopérative féminine de la moyenne vallée du M'Goun, située dans le village de Hdida. Ce village se trouvant sur un flanc de montagne est desservi par une route en très mauvaise état. La coopérative réunit une quinzaine de femmes dont la plupart sont analphabètes ou avec de faibles niveaux scolaires, à l'exception d'une seule qui parle le tachelhit, la darija et le français. De ce fait, la coopérative peine à effectuer les différentes tâches administratives et comptables que la gestion d'une coopérative implique. Le récent local de fabrication, qui a bénéficié d'une aide de l'État, se trouve dans les hauteurs de la montagne et ne permet pas la création d'une boutique nécessaire à la vente directe, la clientèle principale de la coopérative étant les touristes qui traversent le village en direction de Boutaghrar et plus largement du Mont M'Goun et du Haut Atlas. Elles ont alors décidé de louer un garage qui fait office de local pour commercialiser de l'eau de rose mais aussi les différentes productions artisanales qu'elles fabriquent comme le couscous ou les plantes séchées de leurs *jnanes* telle la verveine ou le romarin. Des produits qui ne trouvent pas acheteurs, dans la mesure où les touristes font leurs achats dans les villages situés sur leur parcours.

Pour faire face à cette situation et répondre à l'urgence de leurs besoins financiers, les femmes de la coopérative Hdida se sont orientées vers la fabrication d'un nouveau produit, la confiture de rose. Pour arriver à le faire, elles ont reçu l'appui de l'association *Les bras du développement* avec la participation des membres d'une ONG belge, le Maillon Humanitaire.

« *Une des femmes du Maillon humanitaire est originaire de Bulgarie et elle connaît bien la rose parce que là-bas aussi ils ont la rose de Damas, et du coup ils ont fait des ateliers pour apprendre aux femmes de la coopérative Hdida de faire de la confiture avec la rose Damascena de Kelâat M'gouna.* » Lahcen Azghari président de l'association Les bras du développement, le 3 mars 2022.

« *C'est notre collègue qui leur a appris à faire la confiture, et tu sais, en Belgique, la confiture artisanale se vend bien et elle se vend cher alors c'est aussi pour ça qu'on y a pensé. Et ici, tout est naturel. Alors on a dit aux femmes qu'elles doivent en profiter pour faire un produit naturel qui leur permettra aussi de ne plus dépendre du tourisme. Et oui parce que lorsqu'il n'y a pas de touristes, en basse saison, elles n'ont plus de revenu, et d'ailleurs avec le Covid c'était pire, tout s'est arrêté il n'y avait plus aucun touriste donc elles n'avaient plus de revenu. Alors la confiture c'est aussi la possibilité de commercialiser le produit ailleurs que dans la vallée, et aussi à l'international. C'est la prochaine étape, on veut les aider à avoir les certificats pour qu'elles puissent vendre le produit. Tu sais, elles sont très motivées et très sérieuses, moi je pense qu'elles vont y arriver. Et on leur a fait jurer de garder la recette secrète pour que personne ne puisse leur voler l'idée* ». Karima de l'association le Maillon Humanitaire, rencontrée à l'occasion de la caravane médicale réalisée en 2022.

L'accompagnement offert aux femmes de la coopérative Hadida par l'association de Kelâat M'gouna et l'ONG belge leur permet de se différencier des autres structures auprès de la clientèle, dont des touristes étrangers, lors des évènements nationaux comme les festivals. L'intervention de ces associations et ONG apportent de nouvelles compétences aux femmes

mais elle montre aussi les limites des ressources humaines propres aux coopératives. L'engagement dans des processus d'innovation ne devient possible que lorsque, parmi les membres, certains ont une connaissance du marché, des compétences de fabrication ou du réseau d'acteurs d'aide au développement qui permettent à la coopérative de progresser. Lorsque ce n'est pas le cas, comme pour la coopérative Hadida, c'est difficile pour la coopérative de faire face à la compétition sur le marché sans aide extérieure. Le niveau d'autonomisation des femmes dépend lui aussi de la capacité des coopératives à se développer. Plus la coopérative est en capacité de générer du chiffre d'affaires, d'être un lieu de formation, d'innovation et d'échanges, plus elle est un lieu porteur de l'autonomisation féminine.
Toutes les nouvelles pratiques telles que le voyage, la formation, la recherche de l'innovation développées dans la coopérative rompent avec les règles sociales traditionnelles. Les femmes transforment leur rôle social et se voient insérées dans de nouvelles relations de genre en même temps qu'elles acquièrent les capacités de faire face à la concurrence du marché local et d'intégrer de nouveaux marchés.

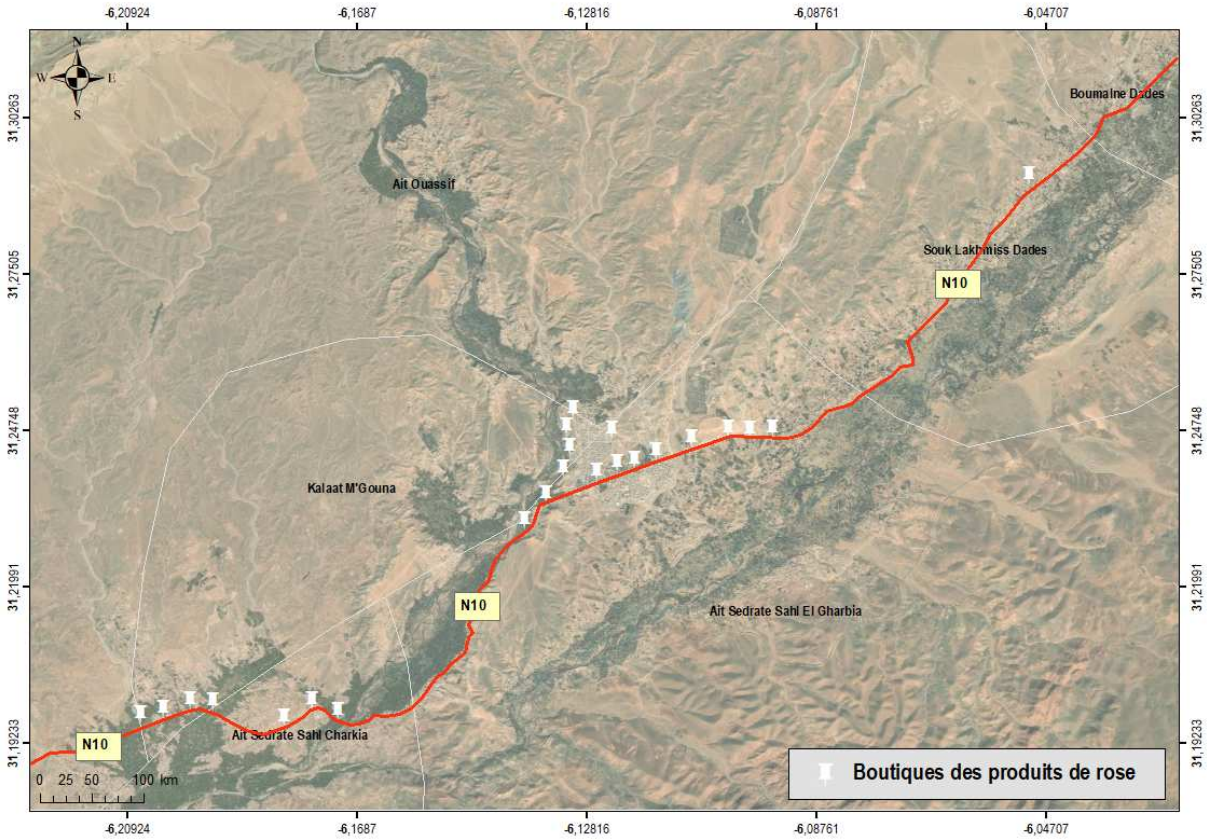
3. Se faire une place sur le marché local et international.

En aval de l'innovation et de la fabrication des produits, il y a la commercialisation. Il s'agit pour les femmes des coopératives développées relativement récemment sur le territoire de la rose de se faire une place au sein du marché local. Les coopératives ne peuvent pas être seulement un lieu de production, les femmes doivent trouver le moyen d'écouler leurs stocks afin de créer un chiffre d'affaires suffisant qui leur permet de se rémunérer et de pérenniser leur activité. Dans un marché envahi par les produits de rose synthétiques des sociétés locales et des boutiques de reventes, le défi est grand pour des produits naturels issus des coopératives féminines.
Les sociétés locales possèdent des boutiques dont elles commercialisent leurs produits et des boutiques indépendantes achètent des produits en gros aux sociétés locales et les revendent. L'ensemble de ces boutiques sont des lieux présentant une offre de produits destinée aux habitants des différentes communes qui entourent Kelâat M'gouna ainsi qu'aux touristes qui traversent le territoire de la rose :

« Le tourisme extérieur c'est environ 20% de la clientèle avant le Corona, et les touristes nationaux représentent aussi environ 20% de la clientèle donc les touristes c'est la moitié de notre clientèle. » Adel, propriétaire d'une boutique, le 4 août 2021.

« Les touristes marocains sont ceux qui achètent le plus chez nous. » Yahya, propriétaire d'une boutique, le 5 août 2021.

C'est la raison pour laquelle toutes les boutiques qui commercialisent les produits de rose synthétiques sont réparties à des endroits stratégiques (Carte 7).



Carte 7 : Répartition des boutiques de produits de rose « synthétiques ».

Carte réalisée par H. Iaich t A. Binane, LITOPAD, Université Mohamed V (Rabat).

Les visites de ces 23 boutiques et le relevé de leurs coordonnées GPS a permis de révéler qu'elles sont toutes situées soit dans le centre-ville de Kelâat M'gouna, soit le long de la route (N10). La localisation géographique des boutiques montre bien leur stratégie de capter une clientèle locale se rendant régulièrement dans le centre-ville de Kelâat M'gouna, qui est le pôle économique, commercial, social et culturel du territoire de la rose. Les habitants de toutes les communes environnantes s'y rendent ou le traversent très régulièrement. La localisation des boutiques le long de la route, qui permet de se rendre à Marrakech et Merzouga, offre l'opportunité pour les boutiques de capter également une clientèle touristique de passage. Les produits de rose sont commercialisés en tant que souvenir dans des coffrets qui mettent en avant un *merchandising* et un *branding* autour de la rose (ruban rose, décoration des étals avec des roses…).

L'enjeu pour les coopératives est donc de pénétrer ce marché local dominé par ces boutiques afin de capter une partie de la clientèle touristique.

« *Il y a beaucoup de concurrence pour les produits synthétiques (…) 8 dh (0,80 euros) trois petites bouteilles d'eau de rose, alors oui les touristes achètent.* (…) *Tu sais, même si je suis contre, c'est grâce aux produits synthétiques que la rose est connue au niveau international*. »
Drissia, présidente de la coopérative Les Femmes du Dadès.

Pour les coopératives qui fabriquent des produits naturels, comme c'est le cas des Femmes du Dadès, les clients visés sont les touristes qui ont un pouvoir d'achat leur permettant de les acquérir. Les touristes sont les seuls clients potentiels sur le marché local. Seulement, comme Drissia le souligne, ces boutiques et ces produits synthétiques devancent les coopératives pour faire la renommée de la région de la rose. C'est à travers la commercialisation de ces produits comme souvenirs que les boutiques ont valorisé la rose comme la spécificité de la région de Kelâat M'gouna.

Ces boutiques ont aussi une forte empreinte visuelle dans le paysage, le long de la route et dans le centre-ville. Comme le montrent les photos ci-dessous, elles cherchent à capter le regard des touristes par les nombreuses enseignes écrites en français, du genre « produits de rose » ou « distillerie artisanale ». De plus, les façades des échoppes reproduisent le modèle des kasbahs (chapitre 8) à travers la couleur rose poudrée de la peinture, les petites fenêtres sculptées, les deux pointes en escaliers au sommet (Figure 40).



Figure 40 : Les boutiques de roses, un élément paysager phare.

© NM, 2020

Bien que les produits synthétiques soient fabriqués à partir d'ingrédients chimiques importés des grandes villes telles que Casablanca ou Marrakech (chapitre 4), ces produits faussement locaux contribuent à faire le lien entre la rose et le territoire. Ils sont ainsi commercialisés sur le territoire de la rose et à travers tout le pays mais la couleur rose des produits associée aux appellations « rose de Kelâat M'gouna » sur l'étiquette ou encore aux marques des produits

« Vallées des roses » ou « Dar el Kelaa » rattachent ces produits falsifiés à Kelâat M'gouna. De cette manière, bien que ces produits n'aient de rose de Kelâat M'gouna que le nom, leur forte visibilité participe à les ériger comme produits de terroir de la région. Cet ancrage territorial de la rose par la commercialisation des produits synthétiques à l'échelle nationale participe à sa patrimonialisation.

Développer des compétences grâce à des actrices clés de la coopérative ou en recevant l'aide d'ONG par exemple, comme précédemment étudié, permet aux femmes des coopératives d'intégrer le marché international. Cette intégration se fait par l'acquisition de certification sanitaire et biologique qui donne accès au marché international (chapitre 4). Mais aussi par la réponse à des appels à projets internationaux qui sont un moyen pour les femmes pour se faire connaître sur le marché international et en même temps d'obtenir des financements pour développer leur structure. Néanmoins, il est important de souligner que toutes les coopératives n'ont pas les moyens de répondre à ces appels à projets. Il faut un niveau scolaire et appartenir à des réseaux qui permettent l'échange de l'information autour de ces appels à projets et des acteurs qui en sont les commanditaires.

C'est le cas de Naïma, présidente de la coopérative Bio Dadès, anciennement Association Féminine pour le Développement de la Famille, que nous avons précédemment évoquée. En 2013, elle remporte la première place du prix *Terre de femmes* de la Fondation Yves Rocher Pour la Nature. Ce prix vient récompenser l'innovation mais aussi l'implication de Naïma pour la création d'une activité autour de la rose qui a permis aux femmes de la coopérative de bénéficier d'une alphabétisation et d'un revenu régulier pour subvenir aux besoins de leur famille.

La Fondation Yves Rocher pour la Nature se présente comme une institution qui mène des actions en France et à travers différents pays du monde dans l'objectif de protéger la biodiversité animale et végétale. Compte tenu de la place occupée par les femmes dans les initiatives pour la protection de l'environnement, ce prix permettrait de mettre en lumière l'action des femmes en les faisant connaître et en leur attribuant une aide financière pour soutenir leurs efforts (Site internet de la Fondation Yves Rocher pour la Nature, consulté le 25 juillet 2023). En réalité, les femmes sont utilisées comme un moyen marketing pour valoriser la marque en lui donnant un aspect éthique qui facilite la commercialisation de ses produits.

Les visages des lauréates, comme c'est le cas de Naïma, sont d'ailleurs utilisés sur le site internet de la fondation. Les coopératives voient en cela le moyen de se faire connaître mais en réalité c'est le visage d'une seule femme qui est utilisé à des fins marketing pour l'entreprise Yves Rocher. A aucun moment la fondation ne fait la promotion commerciale de la coopérative ou de ses produits de rose mentionnés sur la page internet (Figure 41).

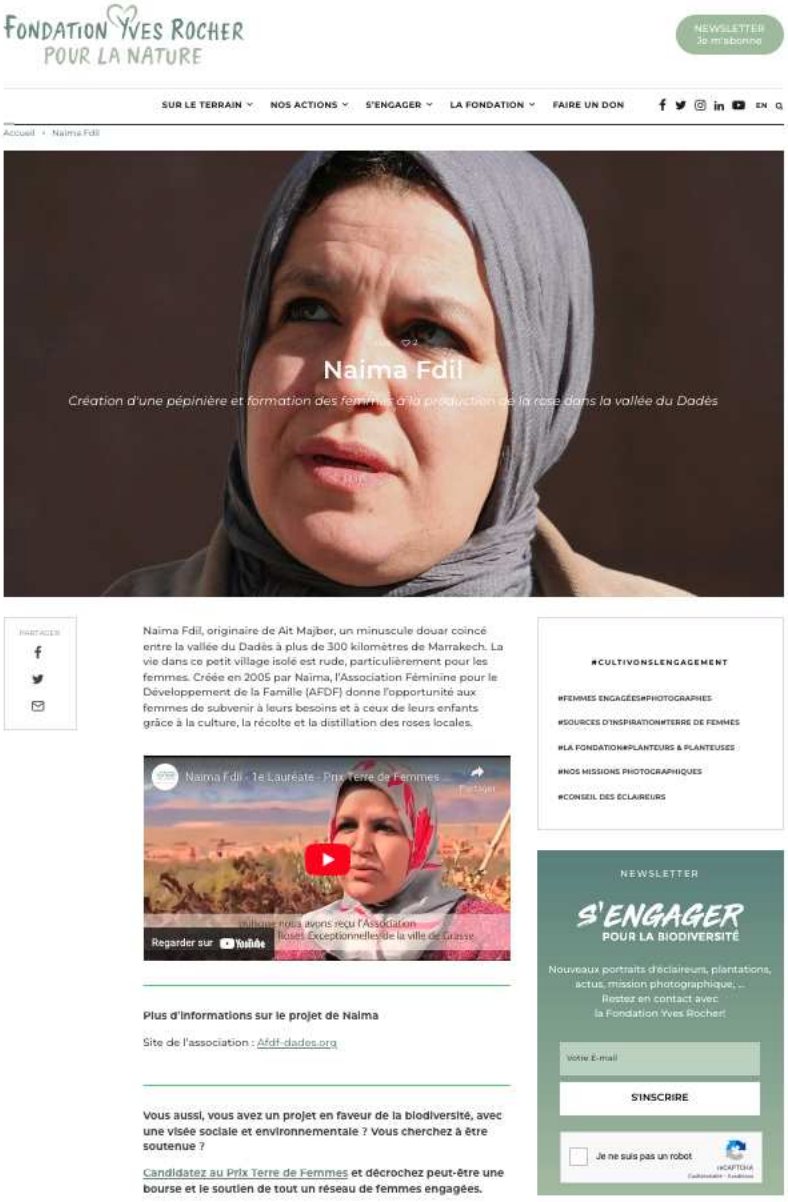


Figure 41 : Page web de la Fondation Yves Rocher pour la Nature dédiée à Naïma.

Source : Site internet de la Fondation Yves Rocher Pour la Nature, consulté le 25 juillet 2023, https://www.yves-rocher-fondation.org/laureate/naima-fdil/

Le prix *Terre de Femmes* est défendu comme une action sociale et humanitaire mais l'ambition commerciale d'Yves Rocher demeure liée à la fondation. En effet, son intérêt pour la coopérative dont Naïma est présidente et la découverte de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès sont aussi une opportunité potentielle pour l'entreprise de développer de nouveaux produits :

« *Yves Rocher a acheté des pétales de rose chez nous. Ils ont même créé des produits à partir de nos pétales de rose et le Corona est arrivé et a tout fichu en l'air. (…) Et bien justement cette idée c'est la mienne. J'ai confectionné un sérum visage à base de macération de pétales de rose dans l'huile d'argan. Et Yves Rocher se sont inspirés de beaucoup de nos produits.* ». Naïma, présidente d'une coopérative, le 22 avril 2022.

Nous n'avons pas effectué d'entretiens avec le Groupe Yves Rocher mais après quelques recherches, nous avons pu constater que toute une gamme de produits alliant pétales de roses et huile d'argan du Maroc a été développée, confirmant le témoignage de Naïma. Le groupe propose par exemple de l'huile pour le corps, du gel douche, du lait pour le corps ou encore un gommage à base d'argan et de pétales de roses. Il propose également une prestation de massages au sein des salons esthétiques du Groupe à base d'argan et de pétales de roses intitulée « Escale Orientale aux Huiles d'Argan & de Rose ». Pour chacun de ces produits, le groupe souligne l'origine marocaine : « Les sensations relaxantes d'un hammam traditionnel dans un bain douche au parfum oriental envoûtant. Enrichi en huile d'argan et rose bio du Maroc. » (Site internet, Yves Rocher, consulté le 25 juillet 2023). Ici, ni le territoire de Kelâat M'gouna, ni celui de l'argan ne sont mentionnés, détachant ainsi les produits de leur terroir. Il y a donc là uniquement le but de générer du profit pour l'entreprise, il n'est aucunement prévu de valoriser la rose de Kelâat M'gouna, l'origine du produit ou de générer des retombées pour son territoire.

Par ailleurs, Naïma parle de la création de produits par Yves Rocher à partir de son idée de fabrication de cosmétiques à base de pétale de rose et d'argan mais l'entreprise ne fait nullement mention de cette inspiration. Ce qui peut être interprété comme un viol de la loi sur la propriété intellectuelle. Elle ne fait pas non plus mention de son fournisseur de roses, donc si la coopérative commercialise les roses à Yves Rocher elle ne bénéficie d'aucune visibilité. Le prix *Terre de Femme* apparaît alors comme le moyen pour Yves Rocher de faire de la recherche et du développement à très bas coût puisque ce prix ne leur coûte que 10 000 euros alors que la vente de ces produits génère beaucoup plus d'argent.

Yves Rocher n'est pas le seul à exploiter l'image des femmes sur son site internet. Utiliser l'image des femmes est un moyen marketing qui tend à se répandre largement dans le marché des cosmétiques biologiques ou à base d'ingrédients naturels. C'est le cas par exemple de l'entreprise Weleda qui commercialise des produits cosmétiques biologiques à base d'huile essentielle de rose de Kelâat M'gouna-Dadès (Figure 42).

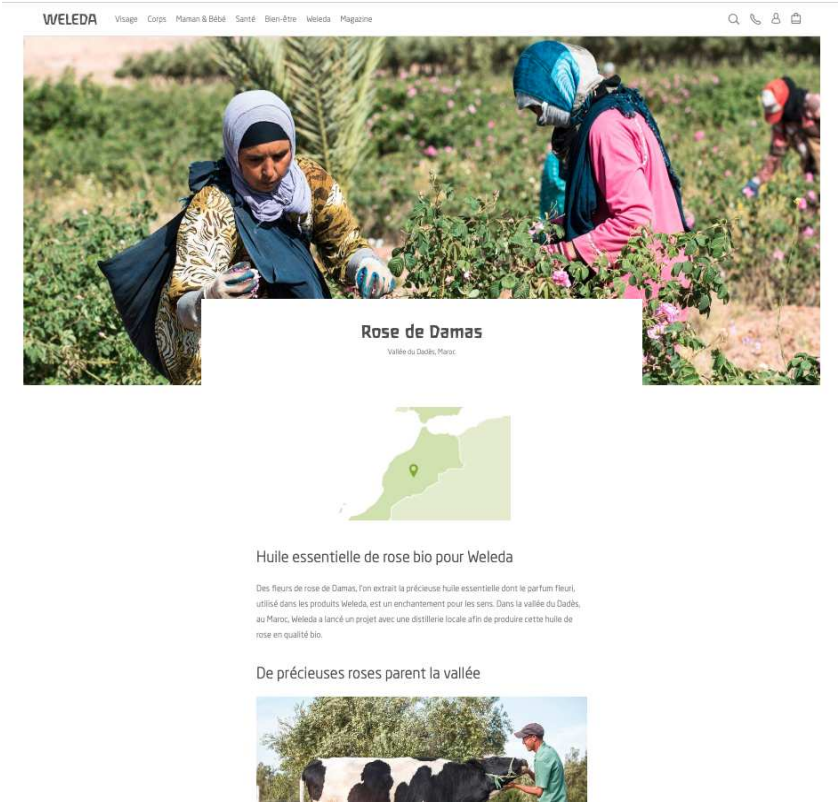


Figure 42 : Extrait d'une page du site internet de l'entreprise Weleda.

Source : Site internet de l'entreprise Weleda, consulté le 25 juillet 2023, https://www.weleda.fr/commerce-equitable/rose-de-damas

Pour certifier l'utilisation de produits naturels, Weleda mentionne la Vallée du Dadès qui est vaguement localisée par un point sur la carte du Maroc. La mention de la Vallée du Dadès ne sert pas à localiser l'origine de la rose que l'entreprise utilise, c'est surtout un moyen de faire voyager le client pour déclencher l'achat. Dans ce cadre, l'utilisation sur leur site internet de l'image des femmes qui font la cueillette dans les campagnes est aussi une stratégie marketing qui permet de convaincre les consommateurs sur la qualité et l'authenticité des produits de la marque. L'image des femmes constitue dans ce cadre une publicité à moindre coût pour valoriser les produits auprès des consommateurs. A aucun moment l'entreprise ne mentionne travailler avec des cueilleuses ou avec une unité de transformation féminine, il est seulement fait mention d'une « distillerie locale ». Pourtant, c'est bien l'image des femmes qui apparaît au premier plan de l'illustration (Figure 42).

L'appropriation de l'image des femmes de la rose et de leur savoir-faire pour valoriser la ressource par les entreprises françaises les empêche d'obtenir et de maitriser la place qu'elles essaient de conquérir sur les marchés internationaux. Dans les coopératives, les femmes réalisent des progrès en termes d'entreprenariat et d'autonomisation, mais se trouvent confrontées à des défis pour s'affirmer sur le marché local et international. L'utilisation détournée de l'image des femmes pour servir la promotion des cosmétiques par les entreprises françaises fait écho à la stratégie des unités de transformation d'utiliser l'image des femmes pour vendre leurs produits aux touristes.

III. La place des femmes dans l'activité touristique des unités de transformation.

1. Le développement d'une activité touristique.

Les sociétés locales et les coopératives ont développé une activité de découverte de la distillation de la rose pour les touristes. Elles organisent les visites avec des guides qui emmènent des groupes de touristes ; ou bien accueillent ceux qui s'arrêtent spontanément chez elles. Par ailleurs, pour inviter les touristes à s'arrêter, certaines structures situées le long de la route affichent des panneaux où est indiqué en français « distillation de rose ». L'utilisation des langue étrangères (français, anglais et chinois) dans ces panneaux, seul le titre étant en arabe, montre bien la catégorie de clientèle visée, constituée essentiellement de touristes étrangers. Des panneaux arborent aussi les schémas de la distillation afin de servir de support à la visite. Les femmes s'en servent comme outil pour expliquer les différentes étapes pratiquées par la coopérative pour réaliser la distillation (Figure 43).



Figure 43 : Panneaux de présentation de la distillation de la rose destinés aux touristes.

© NM, 2021 ; Coopérative Rosaland, 2022.

Dans ces différentes structures, les femmes se chargent de l'activité d'animation qui consiste à faire découvrir aux touristes les différentes étapes de la fabrication de l'eau de rose et de l'huile essentielle de rose. Certaines femmes font de l'animation en langues étrangères, c'est le cas dans une des deux sociétés et dans 4 des 6 coopératives observées. Lorsque les femmes ne parlent pas de langue étrangère, elles animent les visites en *darija* et c'est le guide qui fait la traduction aux touristes qu'il accompagne.

Pour les femmes, le tourisme permet de commercialiser les produits de rose, de faire découvrir la distillation, de créer de nouveaux liens, etc.

« *Il y a beaucoup de touristes étrangers et des Marocains qui viennent. Les touristes, c'était 100% de notre clientèle. (…) Avant le Corona, ici c'était plein, je n'avais même pas le temps de m'asseoir ou de déjeuner comme je le fais avec toi maintenant. Je ne m'arrêtais pas. (…) Je fais les visites en darija et en arabe lorsqu'il n'y a personne d'autre pour le faire. D'habitude c'est Hasna, une collègue qui parle un peu français, anglais et espagnol qui effectue les visites mais pour le moment elle est à Agadir.* » Jamila, employée d'une coopérative, le 10 juillet 2021.

Comme le montre ce témoignage, ce ne sont pas toutes les femmes qui animent ces visites. Ce sont principalement celles qui parlent des langues étrangères ou au minimum la *darija*. Celles qui ne parlent que le *tachelhit* ne réalisent aucune visite. Elles restent dans les coulisses de la structure, s'occupant plutôt des tâches qui découlent de la fabrication des produits.

Les femmes qui animent les visites sont aussi celles qui présentent les produits de rose vendus dans la boutique, elles effectuent la vente et l'encaissement. Dans certaines coopératives et sociétés, les achats peuvent être effectués en euros ou par carte bancaire. Les femmes qui animent les visites maîtrisent donc la conversion des monnaies et l'utilisation des terminaux de paiement (Figure 44).

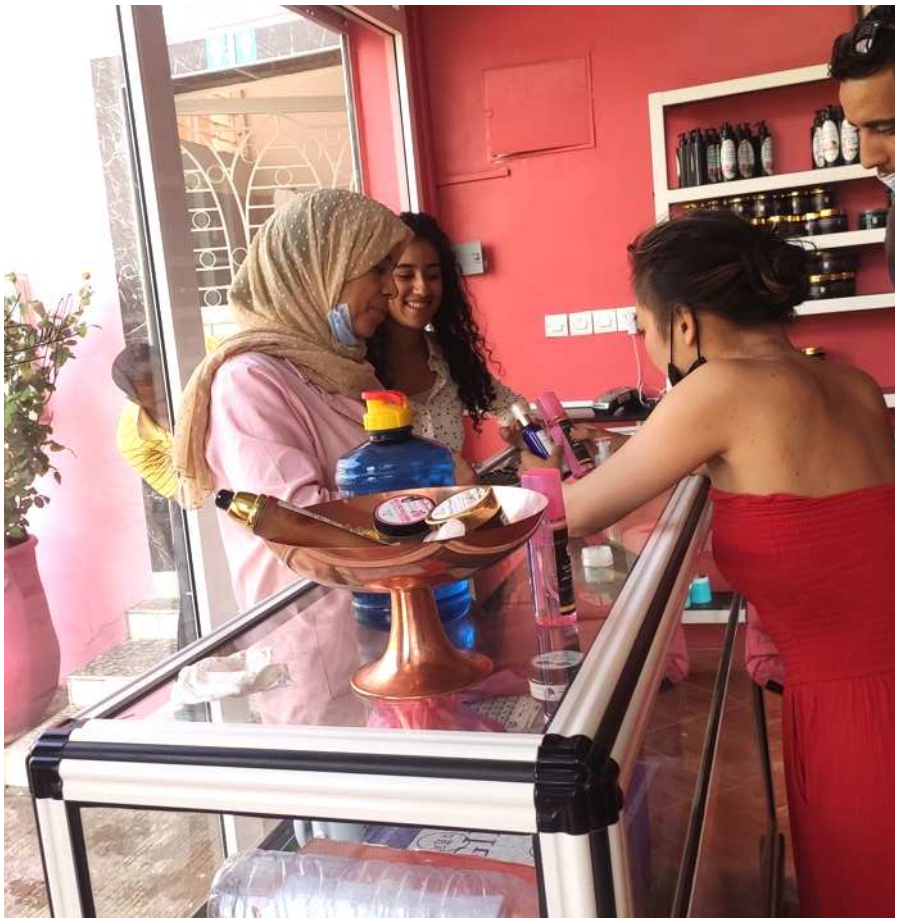


Figure 44 : Présentation des produits de rose par une femme à un groupe de touristes.
© NM, 2021

La réalisation des visites touristiques dans les unités de transformation par les femmes montre leur participation à ancrer ces lieux dans les parcours touristiques qui traversent la région. La promotion qu'elles font de la distillation et des produits dérivés auprès des touristes contribue à faire de la rose la renommée du territoire. La visite des unités de transformations montre que les savoir-faire de la transformation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès, c'est-à-dire la distillation de la rose et la fabrication de produits dérivés, deviennent un objet de fréquentation touristique (Morice, Martin 2010).

2. Le détournement de la mise en tourisme des unités de transformation par les guides.

La découverte de la transformation assortie à celle des produits de rose est une offre destinée aux touristes qui traversent la région. Ceux qui s'arrêtent dans les unités de transformations sont le plus souvent accompagnés d'un guide.
Le guide est un organisateur du voyage et un accompagnateur des touristes sur leur parcours. Il fait le lien avec les acteurs locaux de l'hébergement et des activités, et sert d'interlocuteur privilégié entre les prestataires et les touristes. Au Maroc, du point de vue légal, les guides officiels sont référencés au sein d'une association régionale. Il existe en effet une association pour chaque région du Maroc, chargée de superviser l'aspect légal de la profession.

La part des femmes guides à l'échelle nationale est faible. Sur un total de 3000 professionnels, seulement 4% sont des femmes, montrant ainsi que ce métier est réservé aux hommes (*L'observateur*, 2023). L'analyse anthropologique des guides dans le sud du Maroc proposée par Cauvin Verner, dans son ouvrage *Au Désert* (2007), met en évidence la prédominance masculine de cette fonction. Notre terrain d'étude confirme aussi la prévalence du sexe masculin dans cette fonction. Les 17 guides référencés dans la province de Tinghir, dont dépend notre terrain d'étude, sont des hommes (Site internet du Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir, consulté le 28 juillet 2023).

Toutefois, des initiatives, bien que discrètes, voient le jour au Maroc et travaillent à renverser l'asymétrie des sexes dans le métier de guide. L'entreprise Intrepid Travel, implantée au Maroc depuis 2007, s'est engagée à travailler sur l'égalité de sexe dans la fonction en offrant des formations gratuites aux femmes et en les recrutant (*L'observateur*, 2023).

La halte dans la région de la rose pour découvrir la transformation de cette fleur fait partie de l'itinéraire que les guides respectent (chapitre 2). L'enjeu pour les unités de transformation est donc de capter cette clientèle touristique qui prend le temps de s'arrêter durant son voyage. La concurrence est donc forte entre toutes les unités de transformation qui doivent trouver le moyen de se démarquer pour amener les touristes à s'arrêter dans leur structure plutôt que dans une autre.

Il y a donc une tension commerciale qui se crée entre d'une part l'offre, représentée par les unités de transformation qui se font concurrence, et de l'autre, la demande qui est constituée de groupes de touristes principalement accompagnés de leur guide et qui vont potentiellement

acheter des produits de rose. Cette tension est exploitée par les guides qui cherchent à en tirer des bénéfices.
Les guides proposent de s'arrêter dans une unité de transformation en échange d'une commission qu'elle lui est attribuée en contrepartie de l'achat de souvenirs effectué par les touristes. Ils sélectionnent les unités de transformation qui leur offrent la plus grande commission prélevée sur le tarif des produits proposés aux touristes. Cette pratique, illégale, crée un rapport de force entre le guide et les unités de transformation. Celles-ci sont contraintes d'accepter les conditions des guides pour pouvoir vendre leurs produits aux groupes de touristes qu'ils accompagnent.
La pression des guides sur les unités de transformation est encore plus forte quand elles ne sont pas visibles sur la route. C'est le cas des coopératives qui, pour avoir accès à la clientèle touristique, sont obligées d'accepter les conditions fixées par les guides :

« *Le peu de fois où il y a eu des touristes, ils sont venus avec un guide mais je ne veux plus accueillir de guide ici. Il y a un lobby des guides comme ils reçoivent de grands pots de vin. C'est lui qui définit les prix. Donc il va là où ils gagnent. Dans mon expérience, ça m'est arrivé 2 fois. Le guide augmente les prix. Il les triple, les quadruple et il prend plus de 50% de commissions. Ils gagnent plus que nous ! Moi je n'aime pas cette pratique, c'est du vol. Ce sont surtout les usines et coopératives qui sont sur la route qui ont cette pratique. Alors quand j'ai vu ça j'ai dit c'est fini je ne veux plus de guide chez nous.* » Hafida, présidente d'une coopérative, le 28 juillet 2021.

Comme le montre le témoignage d'Hafida, le comportement des guides est critiqué. Par cette commission qu'ils imposent, les guides peuvent gagner de l'argent sur des produits qu'ils n'ont pas fabriqués. Du fait de leur enclavement, la condition de la commission imposée par les guides limite encore plus l'accès des coopératives à la clientèle touristique du fait de leur enclavement géographique.

Précédemment nous avions étudié le cas de coopératives dont le cadre légal n'est pas respecté du fait de dirigeants qui ne redistribuent pas les bénéfices mais rémunèrent les femmes par un salaire. Pourtant, les femmes sont aussi sollicitées pour accueillir les touristes, animer les visites et convaincre les visiteurs d'acheter les produits de rose, sans avoir aucune rétribution supplémentaire à leur salaire. Or, par cette activité destinée aux touristes, elles génèrent du chiffre d'affaires pour la structure et pour le guide à travers une commission en argent sur les achats qui lui est remise discrètement.
Afin de rendre compte de cette pratique des guides et des conséquences qu'elle engendre sur les femmes, j'ai effectué des observations du 19 au 25 juillet 2021 au sein d'une coopérative en échange de ma discrétion sur l'identité des femmes. Les guides que j'ai observés au cours de cette semaine étaient tous marocains sauf un qui était de nationalité française. Tous ont pris une commission sur les produits achetés par les touristes qu'ils accompagnaient.

Au cours de cette semaine, j'ai noté les prix maximums qui sont pratiqués auprès des touristes (Tableau 12). Ces prix sont revus à la baisse lorsque les touristes achètent en grande quantité.

Nom du produit	Prix de vente initial (proposé aux habitants de la région)	Prix de vente maximum proposé aux touristes
Huile de rose 30ml (synthétique)	40dh (4€)	400dh (40€)
Eau de rose 100ml	15dh (1,5€)	100dh (10€)
Eau de rose 200ml	30dh (3€)	150dh (15€)
Eau de rose 500ml	60dh (6€)	400dh (40€)
Eau de rose 1L	140dh (14€)	800dh (80€)
Huile essentielle 1ml	200dh (20€)	900dh (90€)

Tableau 12 : Observation des prix pratiqués au sein d'une coopérative en juillet 2021.

Dans la coopérative observée, le prix de vente initial appliqué à ses produits de rose correspond au prix auquel ces produits sont vendus aux habitants du territoire de la rose (Tableau 12). Les mêmes produits sont proposés aux touristes à un prix différent plus élevé.

Considérés comme ayant un plus grand pouvoir d'achat, les touristes étrangers se voient proposer un prix plus élevé que les touristes marocains Parmi les touristes étrangers, ceux originaires d'Amérique du Nord, de Corée du Sud, de Chine ou du Japon se voient proposer un prix plus élevé que les touristes européens qui sont perçus comme ayant un pouvoir d'achat plus faible. Dans de plus rare cas, le guide communique discrètement des informations sur le comportement d'achat des touristes qu'il a pu observer à la femme de la coopérative qui les accueille. Il lui dit par exemple d'augmenter le prix au maximum lorsqu'il considère que le groupe de touristes qui l'accompagne a un fort pouvoir d'achat.

Les prix, si l'on prend l'exemple de l'huile de rose synthétique, peuvent être multipliés par dix passant de 4€ à 40€ l'unité (Tableau 12). Alors que les femmes employées dans cette coopérative gagnent 30€ par semaine. Elles se retrouvent donc à vendre des produits qui peuvent dépasser à l'unité leur rémunération hebdomadaire. De plus, les guides perçoivent plus d'argent qu'elles alors que ce sont elles qui effectuent tout le travail d'accueil, de présentation et de commercialisation auprès des touristes. Cette dynamique inégalitaire renforce donc le rapport de domination que les femmes subissent déjà par le président de la coopérative. La dimension masculine de la profession de guide vient elle aussi renforcer cette exploitation par les hommes de la main-d'œuvre féminine.

Quelques structures tentent de sortir de cette mainmise du marché des guides. Certaines refusent tout simplement de leur donner une commission. D'autres choisissent d'afficher les prix de leurs produits pour se protéger de l'intervention des guides. Seulement cette opposition aux guides est génératrice de conflits, notamment dans les structures féminines :

« On m'a déjà proposé de faire des prix plus haut pour les touristes mais j'ai refusé car c'est péché. Les guides que j'accepte ne font pas ça. Je sais que cette pratique existe et qu'elle est

fréquente mais ça nuit à l'image des coopératives moi je trouve. Moi, sur chaque produit, j'ai une toute petite marge (…) Je ne prends que mon dû. » Dalal, présidente d'une coopérative, le 2 août 2021.

« *Ça fait quelques années que j'ai ouvert ma boutique. Je ne fais pas de publicité, je ne travaille pas avec des agences. (…) Oui, il y a des touristes qui viennent. (…) Ça dépend, parfois ils viennent seuls et parfois ils sont accompagnés d'un guide. (…) Ici, le prix est le même pour tout le monde. (…) Les guides c'est souvent un sujet de conflit parce qu'ils me demandent une commission et je leur dis non parce que moi je ne leur ai pas demandé d'amener leurs clients ici, ce sont les touristes qui viennent d'eux-mêmes alors je ne donne pas de commission et ça leur déplait. Une fois, il y en a même un qui, mécontent, a pris des bouteilles d'eau de rose sans payer. Comme c'était devant les clients je n'ai rien dit. Je me dis que Dieu est témoin.* » Zoubida, présidente d'une société locale, le 13 avril 2022.

Ces témoignages montrent l'ampleur du phénomène et les répercussions sur les unités de transformation féminines qui doivent déjà relever de nombreux défis pour se faire une place sur le marché. L'imposition d'une commission par les guides est tellement répandue dans la région de la rose que lorsque des structures refusent de donner une commission, certains guides usent de la force allant jusqu'à dérober des produits pour se rémunérer. Ainsi, l'intégration des femmes dans la mise en tourisme des unités de transformation en fait des actrices privilégiées de la promotion des produits de rose et de la renommée du territoire de la rose, mais elles sont en même temps confrontées à de nouveaux rapports de force qui constituent un défi supplémentaire à relever.

Conclusion du chapitre 6

L'étude de l'étape de la valorisation de la rose à parfum permet de faire ressortir les unités de transformation comme étant des lieux diversifiés. Les anciennes usines coloniales ont laissé progressivement la place aux grandes entreprises, aux sociétés locales et plus récemment aux coopératives. L'essor du secteur de la transformation a été possible grâce aux femmes qui, par leurs prestations, constituent désormais le cœur de la transformation de la rose sur le territoire. Après avoir été la cheville ouvrière de la production de la rose au sein des exploitations familiales, les femmes peuvent être considérées comme le pilier principal de la filière de la rose à parfum.

L'analyse comparée des unités de transformation permet de souligner que ce sont des espaces complexes du point de vue de l'évolution des rôles des femmes et des rapports de genre. D'un côté, les unités de transformation sont des lieux de reproduction des rôles domestiques des hommes et des femmes calquées sur la séparation de la sphère productive et reproductive. Les femmes sont celles qui composent en nombre la force ouvrière quand les hommes interviennent pour des missions ponctuelles plus complexes ou occupent en plus grand nombre les postes de directions. Le salaire nettement supérieur des hommes en comparaison de celui des femmes vient souligner l'absence de reconnaissance du travail des femmes en faveur de celui des hommes. Les femmes apparaissent alors comme des assistantes à la production. L'absence de

cadre légal dans de nombreuses structures vient renforcer l'invisibilisation du travail des femmes et leur précarisation cristallisant les inégalités de genre et les rapports de domination homme/femme dans les unités de transformation. Une situation qui est donc similaire à celle des femmes cueilleuses.

D'un autre côté, les unités de transformation peuvent être des lieux privilégiés de l'évolution professionnelle et personnelle des femmes, ce qui vient encourager leur émancipation et intégration en les mettant sur le devant de la scène de la commercialisation locale et internationale des produits de rose. C'est particulièrement le cas des coopératives qui permettent aux femmes de voyager, de participer à des salons nationaux et internationaux, d'accéder à des formations, de créer de l'innovation, etc. Autant de nouvelles compétences qui leur permettent de se sortir de la condition d'ouvrière d'une chaine de montage et de participer activement au développement de leur structure en même temps qu'elles améliorent leur condition de travail et de vie. Ces nouvelles compétences et le développement de leur niveau d'implication dans les coopératives les aident aussi à renverser les rapports de genre, en se permettant de quitter légitimement l'espace domestique et celui du village pour intégrer des espaces de sociabilité traditionnellement réservés aux hommes.

Les femmes jouent aussi un rôle important dans la mise en tourisme des unités de transformation. Ce sont elles qui dévoilent les secrets de la distillation de la rose et qui valorisent les produits de rose qu'elles fabriquent auprès des touristes. Cette place d'animatrice touristique leur donne un rôle majeur dans le développement de la renommée touristique de la vallée autour de la rose comme produit de terroir. Ce sont toutes ces transformations cumulées qui favorisent la création d'un *empowerment* féminin.

Conclusion de la partie II

L'étude de la filière de la rose à parfum a permis de mettre en évidence différents systèmes d'organisation du travail qui traduisent différents degrés d'émancipation féminine, sur lesquels s'articulent des rapports de genre propres à chaque situation. Au sein des exploitations agricoles familiales traditionnelles de l'oasis, les femmes mobilisent un savoir-faire de cueillette qui se transmet de façon matrilinéaire et qui est lié à la charge de travail domestique que les épouses doivent assumer dans la sphère familiale. Au contact de la modernisation agricole, les systèmes de production changent, modifiant avec eux le contexte de la cueillette de la rose et le système agraire lié à la rose. Les hommes, dans la famille comme dans les exploitations qui ne sont pas les leurs, occupent des postes de direction, traduisant une double division sexuelle du travail et une répartition sexuelle des tâches. Le modèle néolibéral encouragé par les directives nationales intègre la production agricole dans une logique de recherche de profit, qui participe dans certains cas à l'intégration des cueilleuses dans une dynamique entrepreneuriale. Cet entreprenariat féminin reste limité par la présence d'intermédiaires masculins, les peseurs de rose, qui freinent l'enrichissement des femmes. La domination des femmes par les hommes dans l'organisation verticale sexuelle du pouvoir sur les exploitations se fait à travers des postes clés que sont les peseurs et les cabranes qui ont été conservés de la période du Protectorat Français. Cet héritage souligne les effets de la colonisation sur les formes de productions agricoles et sur la construction des rapports de genre au sein des exploitations.

Dans la même lignée, la cueillette des roses ainsi que l'activité de nombreuses femmes dans les unités de transformation, notamment dans les sociétés locales, sont faiblement rémunérées et ne sont pas déclarées. L'implication des femmes n'est donc pas comptabilisée dans l'activité économique du territoire. Cette absence de reconnaissance rend invisible la participation des femmes au développement du territoire. Ce traitement discriminatoire exprime aussi un rapport de domination dans les rapports de production, révélant une reproduction sociale des rapports de genre de la sphère domestique à la sphère professionnelle, où le travail des femmes est largement considéré comme un travail domestique « naturel ». Ce modèle de domination des femmes par les hommes dans les exploitations est renforcé par une gouvernance représentée majoritairement par des hommes. Du côté des unités de transformation, si les femmes accèdent certes à des postes à responsabilité, elles sont toutefois confrontées à cette gouvernance masculine dans la filière. L'intervention des femmes dans la prise de décision concernant le développement du secteur se limite souvent aux coopératives qu'elles dirigent.

En même temps, l'intégration des femmes dans la filière leur donne accès à de nombreuses possibilités. La monétisation de l'activité de la cueillette liée à la modernisation agricole, l'employabilité des femmes dans les unités de transformation et l'accès aux postes à responsabilités intègrent les femmes à l'économie marchande de leur territoire. L'élan de solidarité qui se crée entre les femmes dans l'espace de l'exploitation agricole à travers la transmission des savoir-faire de la cueillette ou dans les coopératives participe au processus d'ancrage de la rose sur le territoire. Au sein des unités de transformation, les femmes ont accès à un statut professionnel et perçoivent un revenu mensuel tout au long de l'année, ce qui leur confère une stabilité financière ainsi qu'un rôle important dans la famille.

Contrairement aux exploitations, l'accès aux postes à responsabilités est aussi facilité pour les femmes de la région puisqu'elles peuvent y accéder librement. Les coopératives, en particulier, génèrent aussi un accès à des formations et à une mobilité qui permettent aux femmes de voyager et d'acquérir des compétences professionnelles ainsi qu'une alphabétisation. Tant d'éléments qui leur permettent de faire face aux dynamiques d'isolement et d'exclusion sociale qui frappent durement les femmes de la région. La présidence des coopératives par des femmes ayant un haut niveau d'instruction, d'expérience professionnelle et une meilleure connaissance des acteurs du marché assure un meilleur développement pour les structures et des retombées plus importantes pour les femmes.

La mise en tourisme des exploitations agricoles et d'une partie des unités de transformation participe aussi à faire évoluer le statut des femmes et les rapports de genre dans la filière. Les femmes sont mises en avant car ce sont elles qui animent les expériences touristiques proposées. Elles sont le point de contact qui permet aux touristes de découvrir l'univers de la rose, participant ainsi à faire la renommée du territoire autour de ce produit de terroir. L'offre touristique, qui se constitue autour de la découverte des unités de transformation et des savoir-faire de la cueillette des roses, s'articule autour du travail des femmes, démontrant leur rôle indispensable dans la création de ces produits touristiques. La mise en tourisme est donc articulée sur la multidimensionnalité du travail agricole des femmes et leur forte implication dans toute la chaîne de valeur de la rose.

Le tourisme est aussi un vecteur d'intégration des femmes dans les processus de patrimonialisation de la rose comme produit de terroir du territoire de la région de Kelâat M'gouna. La prise de parole par les femmes et la présentation de leur savoir-faire de cueillette et de leur travail dans la création des produits de rose participent aussi à sortir les femmes de l'espace réservé des douars en les intégrant dans un statut et dans des échanges avec des personnes extérieures qui peuvent être enrichissants. En même temps, l'intrusion dans l'espace privé de la cueillette des roses et l'utilisation de la main-d'œuvre féminine dans la création de ces expériences touristiques sont surtout bénéfiques pour les unités de transformation, les guides et les propriétaires d'hébergement touristique. Toutes ces dynamiques montrent la présence d'un *empowerment* féminin qui se fait à différents niveaux avec une intensité plus ou moins forte, mais elles montrent en même temps la résistance d'un système organisationnel traditionnel et historique qui freine l'évolution des rapports de genre en faveur des femmes.

Partie III – La place des femmes dans la folklorisation et l'artificialisation touristique de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès

À présent que l'implication des femmes dans la construction de la rose comme produit de terroir et dans celle d'une filière industrialisée et mondialisée a été démontrée, il convient d'aborder leur implication dans les mécanismes de rattachement de ce produit au folklore et à un produit touristique localisé sur le territoire de la rose. Le festival des roses est une célébration officielle, annuelle et historique de la rose, qui en fait un espace privilégié d'enracinement dans la mémoire collective de la rose comme produit de terroir et composante essentielle de l'identité de la région. La valorisation du folklore traditionnel et son association à la rose à travers les femmes interrogent le rôle qui leur est donné dans le processus de création mémorielle et d'enracinement de la rose au regard de sa patrimonialisation. L'analyse de cette mise en avant des femmes dans le folklore et le tourisme interroge la reconnaissance officielle du rôle des femmes dans la patrimonialisation de la rose, allant dans le sens d'une remise en question de la gouvernance des hommes dans la manière de fabriquer la rose comme patrimoine. Le festival des roses contribue également à rattacher la rose à Kelâat M'gouna et sa région. De la même façon, l'intégration des éléments du folklore et de la vie quotidienne locale à un « patrimoine de la rose » par les propriétaires des hébergements touristiques participe au processus d'ancrage.

La dimension occidentale portée par la fête à travers le rôle historique de « Miss Rose », qui est attribué aux femmes, souligne l'influence du passé colonial français dans les stratégies de développement qui entourent les produits de terroir au Maroc, dont la rose est un exemple. Cette occidentalisation des pratiques est aussi présente dans les modes de mise en tourisme du territoire développés par les acteurs des hébergements touristiques étrangers qui viennent s'installer sur le territoire. Il s'agit alors de comprendre si la mise à l'honneur des femmes à l'occasion du festival des roses ou à celle de la création d'expériences touristiques va dans le sens d'une évolution des rapports de genre.

Le chapitre sept propose une analyse du festival des roses en revenant sur sa construction historique et les dimensions politiques qui en sont l'origine. L'étude de l'évolution de la fête vers l'événement touristique international que le festival représente éclaire le rôle du festival dans la patrimonialisation de la rose. L'analyse de cette évolution permet également de montrer la place prépondérante qui a été progressivement accordée aux prestations effectuées par les femmes du territoire. Ce chapitre est l'occasion d'interroger le rôle des femmes dans la patrimonialisation de la rose à travers la fête mais aussi l'évolution des rapports de genre qui s'y rattachent.

Le chapitre huit aborde l'émergence d'un produit touristique local qui s'articule autour d'un « patrimoine de la rose » et qui reprend notamment les symboles forts du festival des roses, représentés notamment par les femmes, mais aussi des éléments présentés comme étant propres à la vie quotidienne du territoire de la rose. Les imaginaires et l'engouement personnel des propriétaires des hébergements touristiques pour le patrimoine du sud du Maroc et la récupération de ces dynamiques par les acteurs du territoire participent à la création de ce produit touristique.

Chapitre 7 : Le Festival des roses vecteur d'instrumentalisation des femmes dans le processus de patrimonialisation de la rose.

Le Festival des roses constitue un événement vitrine de ce produit de terroir participant à porter la rose comme l'identité du territoire. A l'origine, il n'existait que des fêtes agraires qui célébraient des Saints mais aussi la fin des récoltes dans les différents douars. Sous l'impulsion de la colonisation et de l'indépendance du Maroc, ces fêtes ont été remplacées par un évènement unique qui est connu sous l'appellation « Moussem des roses » ou « Festival des roses ». Cette fête est progressivement devenue un événement annuel national qui attire des touristes du monde entier, ce qui fait de la rose non plus un patrimoine local mais également national.
La transition des fêtes agraires spontanées à un événement organisé par les industriels colons puis par l'État marocain a fait des femmes du territoire un symbole de la culture de la rose. Celles-ci se sont progressivement retrouvées au cœur des processus d'ancrage questionnant ainsi l'héritage de ces épisodes historiques sur les représentations, les rapports et les inégalités de genre au sein de ce festival. Ces évolutions nous amènent à nous intéresser à la place qui est accordée au travail agricole des femmes ainsi qu'à leur rôle dans le folklore. En effet, les femmes sont la porte d'entrée de la découverte de la rose dans le festival. Tout d'abord, dans sa dimension agricole et commerciale à travers la découverte des coopératives féminines qui font la promotion des produits dérivés de la rose au sein du festival. Mais aussi dans sa dimension culturelle car ce sont les femmes qui sont mises en avant pour célébrer la rose. Cela s'observe à travers les danses folkloriques mais aussi par l'élection de la Miss roses et de son défilé qui sont deux activités phares de ce festival pour lesquels le public se déplace. Les différents rôles occupés par les femmes pour valoriser la rose comme patrimoine permettent aussi de questionner les rapports de genre qui sont tissés entre les acteurs du festival au regard de sa mise en tourisme et sa patrimonialisation.

Dans un premier point de ce chapitre, nous étudierons la genèse du Festival des roses de Kelâat M'gouna comme un évènement national qui s'inscrit dans une stratégie de valorisation des patrimoines ruraux ; et dans un second temps, nous analyserons la manière dont les femmes ont été progressivement intégrées dans cette stratégie. Nous éclairerons leurs rôles et comment elles sont utilisées dans la stratégie de mise en tourisme et de patrimonialisation de la rose par le festival (2). Enfin, l'étude du concours de « Miss roses » nous permettra de mettre en évidence l'hybridation culturelle par un festival qui véhicule une image de la femme héritée d'une pratique coloniale. Nous verrons aussi la manière dont cette hybridation vient renforcer les rapports sociaux de sexe et les inégalités de genre qui découlent de la création de ce patrimoine genré.

I. Le Festival des roses devient un patrimoine national.

1. D'une fête locale à un événement culturel porté par l'État.

Tantôt appelé *Festival, Mihrajan, Moussem el ward*, *lfichta nlourd,* ou simplement *el Moussem*, et rarement par son nom officiel, *le Festival des roses* est une célébration rurale ancienne. L'usage d'une pluralité de noms dans différentes langues (français, arabe, tachelhit) par les habitants du territoire de la rose n'est pas un fait anodin. Il cristallise l'existence d'une célébration qui a traversé les âges. Elle est le témoin de l'héritage des bouleversements provoqués par la colonisation et par les processus de reconstruction d'une nation qui font suite à l'indépendance.
Dans les espaces ruraux marocains, des fêtes comme les Moussems, étaient organisées par les habitants dans les différents douars (Berriane et al., 2016), et la région de la rose ne fait pas exception. Sous le Protectorat, le directeur de la Société Florale de l'Atlas a relancé des fêtes agraires dans les douars pour célébrer la fin de la saison de la rose et donc du travail de récolte, d'extraction et de transformation (Kabbal, 2013). Nous avons pu identifier cette usine située au centre de la commune de Kelâat M'gouna, correspondant actuellement à l'emplacement de l'usine de la *CAPP*.

Cette fête rassemblait les chefs de l'usine mais aussi tous les habitants employés : les peseurs, les transporteurs, etc., mais également les agriculteurs. Pour l'usine, cette fête était le moyen de s'enraciner localement car elle n'était active qu'une fois par an durant un mois environ. Cela permettait de faire en sorte que les acteurs locaux acceptent sa présence sur le territoire compte tenu des circonstances coloniales de son installation. La fête impliquait tous les douars, mais avait lieu dans l'usine et aux endroits où s'effectuaient les pesées. Ces espaces se transformaient le temps de la fête en lieu de célébration et de sociabilité, entre Français et Marocains. « *Dès la fin de l'opération de la récolte, les agriculteurs installaient des tentes, les tapissaient, et ramenaient avec eux des plateaux d'argent, des théières, des verres de "cristal", du thé et du sucre, des bouilloires d'eau, et du feu* », explique un enquêté (Kabbal, 2013, p.16).
Impliquer les acteurs locaux allait dans la logique de l'usine de se faire accepter. Cela permettait aussi de créer un sentiment d'appartenance des acteurs à l'usine et de l'usine au territoire. Cette occasion représente un avantage professionnel pour l'usine qui assure son fonctionnement et qui alimente l'industrie de la parfumerie grassoise grâce à cette main-d'œuvre et à ces matières premières obtenues à bas coût. De plus, le caractère annuel de cette fête permettait à la population de s'approprier cet évènement et donc plus largement d'accepter les bouleversements inhérents à la création d'une filière industrielle.

D'après Fournier (2007), la fête locale se réfère historiquement à des célébrations communautaires. Dans la vallée du M'Goun et du Dadès, la fête locale organisée par *la Société Florale de l'Atlas* était surtout concentrée sur la célébration agricole, une occasion offerte aux habitants de faire la fête pour célébrer le travail accompli.
« Ils s'asseyaient, et commençaient à préparer le thé, qu'on servait aux agriculteurs présents, qui célébraient la fin du Moussem de la cueillette des roses, en buvant le thé, et en suivant des

spectacles des troupes d'Ahwach, tout en chantant et ne dansant sur des rythmes et des paroles berbères, qui chantaient la nature et les roses » (Kabbal, 2013, p.16).

Cet extrait souligne que les festivités étaient investies par les populations qui y insufflaient leur culture à travers les installations des tentes comme précédemment évoqués, mais aussi par des danses et des chants qui s'articulent autour de la rose qui est l'objet de la célébration. Les danses de la région sont nommées *ahwach* ou *ahidouss*. Traditionnellement, ces danses et chants sont pratiqués à l'occasion de la célébration des mariages dans l'espace de la famille et du village. Cette transition des pratiques de célébrations culturelles amazighes des mariages vers une fête à thème d'importation française participe à créer un événement culturel hybride autour de la rose. Cette hybridation est renforcée par l'implantation spatiale de la fête à la fois dans les villages (espace local) et au sein l'usine (espace colonial). Ces festivités ont progressivement disparu avec l'accès du Maroc à son indépendance. L'heure était à la reconstruction du pays. L'objectif politique était de rassembler et fédérer les territoires et les populations morcelées par la colonisation autour d'un État-nation. Le patrimoine et la culture étaient mobilisés pour servir cet objectif (Cantat, 2018). Toutes les populations du royaume devaient être rassemblées au sein d'une culture et d'un patrimoine commun. C'est la raison pour laquelle les nombreuses fêtes locales qui avaient lieux à travers le royaume et qui étaient organisées par les habitants se sont vues réquisitionnées et nationalisées (Berriane, Michon, Aderghal, 2016). Dans ce cadre, la fête locale qui clôturait la saison de la rose à progressivement été supprimée pour être remplacée par un évènement unique en 1962, *Moussem el woroud* puis plus tard en Festival des roses.

D'après les échanges partagés avec des membres de la municipalité de Kelâat M'gouna, l'année 2013 marque le tournant qui a fait passer le *Moussem* des roses au Festival des roses. Ils expliquent que cette évolution découle d'une décision de l'État qui a souhaité faire du *Moussem* des roses un événement de plus grande ampleur. Cela a modifié la gouvernance de l'événement et le budget qui lui est accordé. La modification de la taille de l'événement a été accompagnée d'une extension temporelle, puisque sa durée est passée de 3 à 4 jours.
Cette transformation s'est traduite par un changement des acteurs du festival. Ce n'est plus l'usine coloniale et les habitants qui organisent la fête mais le gouvernement marocain qui la finance et qui en défini la programmation et la date. À ce titre, chaque édition du festival fait l'objet d'une cérémonie d'ouverture et de fermeture officielle par les représentants de l'État. C'est d'ailleurs le cas de l'ensemble des festivals organisés sur le territoire marocain, soulignant de ce fait ce processus de nationalisation (Berriane, Michon, Aderghal, 2016).
Avant 2013, l'événement était principalement organisé par l'État représenté par la Province qui était relayée localement par la municipalité de Kelâat M'gouna. Depuis 2012, la gouvernance du festival s'est élargie rassemblant les six communes concernées par l'évènement que sont Kelâat M'gouna, Ait Sedrate Sahl El Gharbia, Ait Sedrate Sahl El Charkia, Souk Lakhmiss Dadès, Ait Ouassif et Ighil N'oumgoun, au sein d'une association du nom de *Warda*, en référence à la rose. En plus de cette association, participent à la gouvernance de la Province de Tinghir, la FIMAROSE, l'ANDZOA et le Ministère de l'Agriculture ainsi qu'une société privée de l'événementiel à qui, à la suite d'un appel d'offres, une partie de l'organisation est sous traitée.

Le changement d'échelle de la fête se traduit aussi par le changement du lieu de célébration.
La Fête des roses n'est plus une fête locale villageoise, c'est une fête nationale, elle est alors déplacée depuis les villages vers le centre-ville de la commune de Kelâat M'gouna. Cette commune est née du découpage administratif de l'État marocain contrairement aux douars où l'héritage de la répartition des populations suivant leur tribu est encore réel (Aït Hamza 2015). Ce déplacement du territoire de la fête a une symbolique forte qui montre que ce n'est plus l'évènement des villageois mais celui d'un État centralisé.

Enfin, le passage d'une fête locale à une fête nationale s'exprime aussi par le fait que ce ne soit plus un évènement réservé à un public local. Celui-ci n'est plus destiné uniquement aux populations locales qui travaillent dans la filière de la rose, mais à l'ensemble des Marocains et aux touristes. La programmation est d'ailleurs conçue en conséquence. D'après les dépliants de précédentes éditions que j'ai pu rassembler et aux témoignages des membres de la commune de Kelâat M'gouna, les activités ont évolué pour intégrer des éléments de folklore issus de différentes régions du Maroc et pas seulement des régions amazighes. Au regard de la prédominance de l'oralité sur le territoire de la rose, il ne nous est pas possible de restituer historiquement et chronologiquement l'évolution de chacune des activités du festival.
Ainsi, la fête locale, derrière laquelle se cachait un enjeu économique pour l'usine coloniale, a été remplacée par un évènement national qui revêt un enjeu politique. Dans les deux cas, l'univers culturel festif de la rose est instrumentalisé pour servir des ambitions qui ne sont pas celles de la population locale. C'est dans ces contextes économiques et politiques que la fête participe à construire et enraciner la rose comme identité de la commune de Kelâat M'gouna et de ses territoires environnants.
La valorisation de la fête locale coloniale en *Moussem,* puis en festival, traduit aussi l'évolution de la vision du patrimoine de l'État qui s'est progressivement élargie. Comme le souligne Berriane, Romagny et Skounti (2016), le patrimoine au Maroc concernait surtout la sphère intellectuelle, c'est-à-dire les sciences et la littérature ainsi que les coutumes et les traditions. C'est à travers l'installation de la vision européenne au Maroc par le Protectorat Français que la sauvegarde du patrimoine s'est élargie : En partant d'abord des éléments bâtis à travers la mise en place d'une procédure de classement des sites notamment, a progressivement inclus les patrimoines culturels immatériels. C'est dans cette logique que les activités commerciales ont été introduites dans le festival et qu'elles ont été associées aux prestations folkloriques, participant à présenter la rose comme un produit de terroir participant à sa patrimonialisation.

2. Le festival, un lieu vitrine pour les produits de terroir.

En accord avec la stratégie agricole de patrimonialisation des produits de terroir portée par l'État (Berriane, 2010), les festivals sont progressivement devenus le socle de cette stratégie. Dans cette logique, le *Moussem el woroud* s'est transformé en festival, accueillant un salon professionnel de commercialisation des produits dérivés de la rose nommé le Salon International de la Rose à Parfum.

- <u>Le Salon International de la Rose à Parfum (SIRP).</u>

« *Avant 2013 (…) Il n'y avait pas de chapiteau pour les stands des produits à ce moment- là, ni de conférence* (…) *quand le festival n'était qu'un Moussem, il y avait moins de choses en rapport avec la rose. Après tu sais le rapport avec la rose il se fait beaucoup indirectement et les gens ne le voient pas car ils ne sont pas éduqués. C'est le festival qui a fait augmenter le prix de vente de la rose. Eh oui, la réunion de fixation des prix a eu lieu pendant le festival des roses. En 2012/2013 le prix de la rose fraîche était d'environ 11 à 14dh (1,10 à 1,40€) alors qu'aujourd'hui il est entre 20 et 25dh (2 et 2,50€). Donc le festival a un grand impact sur l'agriculture de la rose. Je te donne encore un autre exemple : le festival permet de ramener des clients aux coopératives, entreprises etc.* » Moussa, membre du comité de direction artistique, le 26 mars 2022.

Comme le souligne ce témoignage, le SIRP est un évènement professionnel vitrine de la filière de la rose à parfum. Différents acteurs de la filière sont invités à tenir un stand, notamment les coopératives et sociétés de transformation ainsi que la FIMAROSE. Les grandes entreprises telles que *Biolandes* ou les *Arômes du Maroc* n'occupent pas de stand. Des conférences sont organisées en parallèle de ces stands dans lesquelles les acteurs de la filière mais aussi des chercheurs, professionnels d'autres horizons, et personnalités politiques sont invités à échanger. Le témoignage évoque à ce titre le débat autour de la fixation du prix de la rose qui a pu avoir lieu lors du festival, qui dépend surtout de la loi du marché de l'offre et de la demande.



Figure 45 : Chapiteau principal du Salon International de la Rose à Parfum lors de la 58e édition en avril 2023.

© NM, 2023

Le SIRP a lieu à l'intérieur d'un grand chapiteau installé pour l'occasion (Figure 45). Comme le montre la devanture, le SIRP est le moyen pour le gouvernement de diffuser ses nouvelles directives. La devanture montre bien que le SIRP se tient dans le cadre de la nouvelle stratégie

agricole pour 10 ans, 2020-2030, *Green Generation* qui s'inscrit dans la continuité du Plan Maroc Vert (Figure 45). L'intitulé en arabe, en amazigh et en français rassemble toutes les langues parlées au Maroc. Le français demeure depuis la colonisation et le tifinagh affiche les récentes ambitions de reconnaissance de la culture amazigh par l'État. L'ajout du tifinagh ici fait écho à l'officialisation de la langue amazigh mais également son intégration dans le programme scolaire et l'insertion du nouvel an du calendrier amazigh comme jour férié officiel. Ce chapiteau (Figure 45) ainsi que la Maison de la rose sont des points d'élocution et de visites des représentants de l'État. En ces lieux, se déroulent les cérémonies d'ouverture et de clôture réalisées par les représentants locaux, provinciaux, régionaux et gouvernementaux du royaume chérifien. En 2023, l'ouverture du Festival des roses et du SIRP s'est fait sous l'égide du ministre de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. L'ouverture ministérielle médiatisée qui se fait au plus proche des populations confère une symbolique forte de la dimension politique du Festival des roses. L'observation que j'ai menée au sein du festival m'a permis de relever l'organisation d'une remise de prix destinée aux transformateurs de la rose. Ils sont récompensés pour la valeur ajoutée qu'ils apportent à la stratégie grâce à leur activité commerciale.

Le SIRP est une bonne illustration qui montre comment le festival sert de point relais à l'État pour diffuser et amener la population à suivre la stratégie de valorisation agricole proposée. À ce titre, à l'intérieur du chapiteau, une exposition est organisée pour présenter les différents organes de l'État impliqués dans la valorisation de la stratégie agricole de la région et du pays.



Figure 46 : Les produits de terroir dans de la région Drâa-Tafilalet.

© NM, 2023

Cette carte produite par le ministère de l'Agriculture montre comment la stratégie agricole se déploie dans la région de Drâa Tafilalet, à travers la promotion des produits de terroir spécifiques à chaque territoire : la rose à Kelâat M'gouna province de Tinghir, la datte Majhoul, dans le Tafilalet, la pomme à Midelt et le henné à Zagora (Figure 46).

Dans cette stratégie étatique de valoriser la rose comme produit de terroir et comme vecteur de développement local portée par le SIRP, les femmes occupent une place prépondérante. La présence des coopératives féminines transformatrices de rose est un moyen pour l'État de montrer que l'ambition agricole nationale prend en compte la dimension du genre (Figure 47).



Figure 47 : Stand des coopératives marocaines au Salon International de la Rose à Parfum.

© NM, 2023

D'autres coopératives sont présentes à ce salon, soulignant la volonté politique de montrer que tous les produits de terroir s'inscrivent dans la même stratégie. Sans ces coopératives, il n'y aurait que peu de transformateurs présents car seuls les détenteurs du certificat de l'ONSSA

peuvent prétendre à avoir un stand sous le chapiteau. Ces critères de labellisation permettent d'éclairer la dimension internationale revendiquée par le salon. Le SIRP s'inscrit aussi dans une dimension internationale à travers son intégration dans les circuits touristiques qui traversent la Vallée.
Les coopératives qui ne répondent pas à ces critères d'éligibilité sont exclues du chapiteau principal mais invitées à prendre part au festival à proximité du chapiteau principal (Figure 48).



Figure 48 : Stands des structures non détentrices du certificat de l'ONSSA.

© NM, 2023

Dans cet espace, différents types de produits non certifiés sont proposés tels que des produits de rose fabriqués à base d'agents synthétiques mais aussi d'autres types de cosmétiques, ainsi que des produits alimentaires tels que des miels, plusieurs variétés de couscous ou de *berkoukes,* (Pâtes en forme de gros grain de couscous), etc. Pour certains, c'est l'occasion de découvrir des produits confectionnés ailleurs.

« *Le festival c'est la rencontre des gens, des esprits, des mentalités, des produits locaux, et des produits de l'extérieur. C'est un lieu d'échange. »* Nasser, agriculteur dans la vallée du Dadès, le 13 avril 2022.

Pour d'autres, la présence de cet espace rappel surtout le défi quotidien qui s'exerce tout au long de l'année localement entre les produits certifiés et les produits synthétiques qui n'ont pas de certificat de l'ONSSA (Chapitres 5 et 6).
« *Je tiens le stand de la coopérative (...) Parfois on vend beaucoup mais à des gens qu'on connaît, à nos habitués. Il y a beaucoup de concurrence par les produits synthétiques qui tiennent un stand près de nous.* » Drissia, présidente de la Coopérative "Les Femmes du Dadès", le 28 juillet 2021.

À l'extérieur de l'espace du salon qui est délimité par des barrières et la présence d'agents de sécurité, se trouve un souk qui ne fait pas partie du SIRP. Il y a donc dans le Festival des roses trois zones commerciales bien distinctes : la première c'est le SIRP, une zone commerciale officiellement revendiquée par l'État ; ensuite une zone hors chapiteau principal où sont commercialisés des produits dérivés de la rose et d'autres produits de terroir qui ne détiennent pas d'autorisation sanitaire (ONSSA) ; et enfin, un souk où tous types de produits sont commercialisés.
La coexistence de tous ces lieux et évènements montre également l'influence des modèles événementiels occidentaux insufflés dans le Festival des roses.

- <u>Le souk (marché).</u>

Contrairement au SIRP qui se trouve dans un espace édifié spécifiquement pour accueillir l'évènement, le *souk* durant le festival est organisé de façon spontanée par les commerçants dont les stands sont distribués spatialement le long des rues des quartiers résidentiels (Figure 49).
Visuellement, ce souk n'est pas différent du souk hebdomadaire habituel. Il se distingue néanmoins par sa taille et par le fait qu'il propose un plus large éventail de produits : habillement pour hommes, pour femmes, pour enfants ; fournitures scolaires ; cosmétiques bas de gamme ; jouets ; vaisselles ; linge de maison ; etc., (Figure 49). C'est un lieu de ravitaillement bon marché pour les familles de la région. Sur la 1ère photo, on peut apercevoir des personnes en train de discuter avec un vendeur de vêtements (Figure 49).



Figure 49 : Le souk du festival des roses

© NM, 2023

Le souk est un lieu très attendu localement à la fois pour la variété exceptionnelle de produits qui sont commercialisés mais aussi pour les prix très attractifs qui y sont pratiqués.

« Les gens attendent cette période pour gagner de l'argent et acheter. » Fadoua, cueilleuse de la vallée du M'Goun et du Dadès, le 3 août 2021.

« J'aime beaucoup m'y promener, pour faire du shopping. » Fouzia, cueilleuse de la vallée du Dadès, le 15 août 2021. Les locaux préfèrent le souk pour effectuer leurs achats, et dans une moindre mesure, dans les chapiteaux des produits non certifiés. Très peu s'attardent au sein du SIRP où les prix des produits exposés sont plus élevés.

Le souk du Festival des roses a toute une histoire. Il semble qu'il s'est développé avec l'arrivée du Moussem el woroud dans les années 1960, comme un lieu de transactions commerciales et de sociabilité.

« Le festival c'est un centre d'achat, un centre de vente. Dans les années 70-80, dans un seul souk tout était mélangé à la place des grands taxis, à l'époque c'était traditionnel, les vêtements, les chaussures, les couvertures (…) *j'y allais pour acheter, pour regarder le folklore et manger un petit peu, à l'époque des années 70 j'étais adolescent c'était une rare occasion pour moi de boire de la limonade, de manger des sardines et du pain. Il y avait cinq cafés à l'époque où on allait manger pendant le festival. Il y avait des endroits pour les hommes : les cafés, les spectacles de folklore, et les femmes, elles, elles venaient pour le souk. Et d'ailleurs même là, il y avait peu de femmes à l'époque c'était rare. À l'époque, je me souviens qu'il y avait un arbre à l'endroit des grands taxis ou il y avait de l'ombre et les femmes se mettaient en dessous. Et elles attendaient là et envoyaient un homme de confiance leur faire la commission. Elles leur donnaient de l'argent et lui allait faire les courses. Pour qu'elles ne se mélangent pas avec les hommes, car elles avaient honte, ça ne se faisait pas. Maintenant il n'y a plus tout ça, il y a beaucoup de femmes au festival. Aujourd'hui le matin il y a une majorité d'hommes, que ce soit dans les activités du festival ou au souk, après Dohr la majorité sont des femmes car elles ont fini leur travail dans les champs et ce jusqu'à la prière du Maghreb, car ensuite la majorité sont des hommes. Ils assistent au spectacle du soir. (…) Je voudrais te dire aussi que la saison des roses est importante dans notre culture, c'est le moment de rembourser les dettes, c'est le moment où on achète les choses pour la dot au festival justement, c'est à cette période que les mariages avaient lieu.* » Nasser, un agriculteur dans la vallée du Dadès, le 13 avril 2022.

Le souk, en plus de sa dimension sociale, a aussi une dimension culturelle forte. D'une part, parce que le souk est profondément ancré dans la culture marocaine, mais aussi parce que c'est une occasion pour préparer la saison des mariages qui coïncidait avec celle de la rose. Les familles peuvent à cette occasion acheter le nécessaire de maison pour le futur couple marié, en particulier dans le cadre de la dot de mariage

Le témoignage de Nasser permet de comprendre comment le souk a évolué avec la transformation du Moussem el woroud en Festival des roses. D'abord, ce n'est plus l'activité centrale de l'évènement même s'il garde une place prépondérante pour les habitants. Le souk reste un lieu de sociabilité majeur mais les règles de cette sociabilité ont changé. Son témoignage montre comment les femmes se sont progressivement introduites dans l'espace du souk. Elles ne pouvaient y faire les courses que par l'intermédiaire des membres masculins de leur famille d'abord avant de pouvoir s'y rendre seules. Le souk, comme les cafés, spectacles etc., étaient réservés aux hommes avant de s'ouvrir progressivement aux femmes.

« *Avant, les femmes n'avaient le droit de sortir, se distraire qu'à l'occasion du Moussem.* » Drissia, présidente de la coopérative "Les Femmes du Dadès", le 28 juillet 2021.

Le *Moussem* des roses, à travers le souk, représentait une interruption des règles sociales le temps de la durée du festival, permettant aux femmes comme aux hommes de se rendre à l'événement. D'après mes observations dans le souk, la situation est maintenant différente. Les femmes sont très nombreuses à déambuler dans les allées pour effectuer des achats. Elles ne sont pas nécessairement accompagnées d'un homme.

L'analyse de la dimension commerciale du Festival de la rose permet de mettre en lumière l'intégration de l'événement dans la politique nationale de développement agricole. Dans cette stratégie, les femmes se trouvent au centre de la vie du festival. Cela traduit une évolution importante dans les rapports de genre. Dans le souk, ce sont surtout des hommes qui tiennent les stands. Au SIRP, la présence des femmes pour commercialiser les produits dérivés de la rose montre bien la volonté de les intégrer dans la valorisation de la rose comme produit de terroir. À travers le souk, les femmes ont progressivement intégré la sphère de l'extérieur traditionnellement réservée aux hommes, en tant qu'acheteuses avant de basculer à travers le SIRP, en tant que commerçantes. Elles ont aussi obtenu un statut professionnel, notamment dans les coopératives.

Le SIRP est aussi un lieu de divertissement grâce à des prestations folkloriques dans lesquelles les femmes, en tant que danseuses, prennent part à la valorisation de leur culture.
Cependant, dans le SIRP, elles sont quasiment absentes dans les organes de représentations étatiques, dans les conférences ou encore dans la remise de prix. Un découpage genré qui interroge une participation des femmes limitée à ce que les organisateurs de l'évènement veulent bien leur accorder comme place.

A l'image du festival, le SIRP est une rencontre qui montre à travers la rose, comment se superposent la dimension agricole, culturelle et sociale d'un produit de terroir.

3. Des activités culturelles et sociales qui servent aussi une ambition politique.

L'association du volet agricole à celui du culturel et du social n'est pas propre au Festival des roses, c'est une dynamique qui se retrouve dans l'ensemble des festivals au Maroc, quel que soit le thème affiché. En tant que fêtes, toutes célèbrent un thème c'est-à-dire une spécificité locale. Elle peut être agricole, comme c'est le cas pour le Festival des roses, ou artisanale à l'instar du festival du tapis à Taznakht, ou encore culturelle comme le *Moussem* des fiançailles à Imilchil (Berriane, Michon, Aderghal, 2016).

Certaines manifestations s'appuient sur une fête ancienne spontanée comme c'est le cas du Festival des roses (58^{e} édition en 2023) et d'autres ont été créées *a posteriori* dans un souci d'uniformité. Parmi les festivals récents, nous pouvons citer le festival du Safran qui a lieu à Taliouine et qui en est à sa 14^{e} édition en 2022 ou le festival des Amandiers qui avec l'édition de 2023 en est à sa 10^{e} édition.

Les thèmes évoqués dans ces fêtes sont certes spécifiques mais sont liés et se superposent lors de la fête. Les festivals sont à la fois agricoles, culturels et artisanaux. Un festival organisé à

l'honneur d'un produit de terroir, comme le Festival des roses, va en même temps célébrer le folklore local, et inversement. Les festivals mettent en avant un ensemble de spécificités locales qui ne vont pas l'un sans l'autre permettant ainsi d'ériger chaque territoire et sa population autour d'une identité spécifique comme la rose, au sein d'une culture collective nationale.

- Les prestations des troupes folkloriques durant le Festival des roses.

À travers le folklore, l'ouverture du Salon International de la Rose à Parfum de la 58e édition illustre la superposition de la dimension agricole du Festival des roses à celle de la culture locale. Avant l'ouverture officielle du festival, une prestation d'une troupe *d'Ahidouss de* la région de Kelâat M'gouna se produit devant le chapiteau principal (Figure 50).
L'Ahidouss proposé, que nous aborderons plus en détail dans la seconde partie de ce chapitre, se compose de danses traditionnelles historiques propres à la région de Kelâat M'gouna. (Figure 50). La troupe se compose d'un groupe de femmes et d'hommes qui sont visuellement identifiables par leur tenue traditionnelle.



Figure 50 : Une Troupe Ahidouss à l'ouverture du Salon International de la Rose à Parfum en 2023.

© NM, 2023

De la même manière que pour le SIRP qui abrite des produits d'autres régions, l'ouverture du festival accueille des troupes folkloriques d'autres territoires, en accord avec le processus de nationalisation que nous avons précédemment évoqué. D'ailleurs, le Festival des roses accueille régulièrement des prestations folkloriques de divers horizons. Nous pouvons citer par exemple la *tbourida (fantasia)* qui n'a pas eu lieu à l'édition de 2023, mais qui d'après les programmes des précédentes éditions récoltés, constitue une des représentations phares du Festival des roses. Inscrite sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'Unesco, *la tbourida*, est une pratique équestre rituelle. Elle est réalisée par des cavaliers qui sont parés de vêtements traditionnels, tenant un fusil de tir à blanc et qui effectuent une parade[7]. Originaire d'Afrique du Nord et très présente au Maroc, cette pratique n'est pas développée dans la région de Kelâat M'gouna. Elle est surtout connue dans d'autres régions comme celle d'El Jadida. L'association de la culture des régions de la rose aux cultures d'autres régions du Maroc se répète dans de nombreuses activités du Festival des roses, comme pour les concerts d'artistes.

- Les concerts d'artistes.

À l'occasion du Festival des roses, des artistes sont invités à se produire au cours de plusieurs soirées durant la durée du festival. Ces concerts qui ont lieu au centre-ville de Kelâat M'gouna constituent une animation nocturne pour les locaux et les touristes. Au cours des différentes éditions, les artistes témoignaient d'une pluralité d'origines géographiques à la fois locale, régionale ou nationale. Cette diversité des origines marque la dimension culturelle cosmopolite insufflée au festival. Il y a donc un véritable mélange culturel et linguistique arabe et amazigh qui se produit à l'occasion de ce concert qui permet, dans le contexte de la stratégie nationale, de faire le pont entre les différentes aires culturelles du pays. À travers le concert, Kelâat M'gouna et sa région se retrouvent connectées à l'ensemble du pays par les artistes venus se produire et les touristes issus de différents horizons.
Cette pluralité géographique des représentations culturelles fait, toutefois, l'objet de débats auprès de la population locale, comme le montre le témoignage de Moussa, membre du Comité de Direction Artistique de l'édition 2015 du Festival des roses :

« *Le festival a beaucoup changé, il est international maintenant et moi, j'aime bien ça. Maintenant, il y a des stands pour les coopératives par exemple, ce qu'il n'y avait pas quand c'était encore un Moussem, il y a aussi plein d'autres activités comme les concerts. On fait une publicité dans le monde entier donc les prestataires, ce ne sont pas les mêmes qu'à l'époque du Moussem. Il y a des gens célèbres qui viennent (…) Les soirées ont lieu sur la scène devant la mairie, des locaux se produisaient tous les soirs certains de Kelâat M'gouna mais aussi un Marocain célèbre d'une autre région, on essaie de représenter toutes les régions du Maroc au fil des éditions. (…) Parfois les gens d'ici disent que ce n'est pas bien, qu'on ne doit pas faire venir des personnalités connues d'ailleurs, qu'on doit recruter des gens de la région. Mais ce qu'ils ne comprennent pas, c'est que recruter des gens célèbres ça fait connaître le festival, ça lui donne plus de visibilité. Et maintenant qu'il est connu, il grandit, et comme il grandit on a besoin de personnel donc ça crée de l'emploi pour les locaux et ça les forme, ils apprennent à devenir de plus en plus professionnel* (..) *Moi je suis un enfant de Kelâat M'gouna alors je me*

[7] Site web de l'Unesco, https://ich.unesco.org/fr/RL/la-tbourida-01483, consulté le 18 septembre 2023

suis dit que je pourrais améliorer le festival et ainsi faire progresser la région, il faut penser à ce qu'on hérite du festival, ce qu'il donne à notre région ».
Ce témoignage révèle que certains habitants ont le sentiment d'être dépossédés de leur évènement. Le Festival de la rose comme son nom l'indique, devrait selon eux mettre en avant l'univers culturel du territoire de la rose, donc son folklore local. Pourtant, dans la programmation une place parfois majoritaire est conférée à des prestations folkloriques qui viennent d'autres territoires. Cela vient exacerber le sentiment de dépossession déjà présent du fait d'une gouvernance représentée par l'État et par des sociétés sous-traitantes.

Pour d'autres, comme c'est le cas de Moussa, placer le festival sous le signe de la diversité fait rayonner la rose et son territoire, permettant ainsi d'importantes retombées économiques, notamment grâce à la présence touristique. Cette vision économique de Moussa s'explique aussi par le fait que c'était pour lui l'occasion d'obtenir un travail dans ce domaine qui n'est pas développé localement en dehors du festival. Depuis qu'il n'occupe plus ce poste, il n'a pas trouvé de travail similaire et espère être réintégré. L'expression de ce refus peut se manifester au cours de certains spectacles par des conspuassions et chants de dénigrement portés à l'encontre du président de la municipalité en place lorsqu'il a l'occasion de monter sur la scène.

- <u>Activités associatives.</u>

Face à ce sentiment de dépossession, une place a été accordée aux associations pour organiser des activités. D'après les échanges que j'ai partagés avec la municipalité de Kelâat M'gouna, les associations sont un moyen de faire participer les habitants à la programmation du festival mais aussi de montrer les activités et actions collectives menées dans la commune tout au long de l'année. Au fil des éditions, le Festival des roses a accueilli un tournoi de football, une course à pied nommée « *course de la rose* », des stands de sensibilisation et d'accompagnement médicaux (diabète, circoncision…), etc. Toutefois, là encore ces activités génèrent du mécontentement et font débat. Certains soulignent l'absence de lien avec la rose et déplorent l'absence de retombées sur la filière :

« *Moi ça fait des années que je n'y suis pas allée (…) Il n'y a plus de liaison concrète entre la rose et le festival. Avant oui. Bon avant, quand nous on a commencé notre activité par exemple, c'était la province qui organisait le Moussem donc elle contactait les personnes spécialistes de ce secteur. C'était plus ou moins bien. Maintenant c'est Lalla FIMAROSE qui a la charge de l'organisation du Moussem. La FIMAROSE connaît des personnes qui écrivent sur la rose ou sa culture ? Donc c'est devenu un Moussem où on vend du plastique et du henné. Les idées qui tournent autour sont loin de la rose. Pourtant c'est une opportunité, il y a beaucoup de choses à faire. Par exemple, ils font des concours mais ils doivent faire des concours sensés, pas des concours de course à pied. Quel est le rapport entre la course à pied et la rose ? C'est l'occasion par exemple d'entendre les idées des étudiants, leur demander d'écrire sur la rose, de donner des idées de développement. Ce n'est pas faire des courses et courir comme ça pour rien.* »
Mariem, présidente d'une coopérative féminine, le 24 avril 2022.

Comme le montre le témoignage, les activités associatives comme l'ouverture du SIRP à la commercialisation de produits synthétiques qualifiés ici de « plastique et de henné » sont génératrices d'incompréhension et mécontentement.

L'intégration du SIRP au festival mais aussi celle de la FIMAROSE dans la gouvernance du festival a créé des attentes chez les transformateurs. Et cet élargissement à des activités qui ne sont pas en rapport avec la filière intervient alors même que les activités en lien direct avec la rose ne sont pas lucratives. Comme le résume le témoignage de Mariem, l'ensemble des dirigeants des unités de transformation interrogé présent au SIRP déplore le manque de retombées économiques du festival sur leur activité. De ce fait, certains refusent de participer au festival, même s'ils possèdent une autorisation de l'ONSSA. C'est le cas par exemple de la coopérative de Mariem.

De surcroît, mon enquête de terrain a permis de relever la présence de 67 structures transformatrices de rose (chapitre 6), pourtant ce nombre est loin d'être représenté dans le festival. Cela montre que de nombreuses structures font le même choix que Mariem. D'ailleurs, l'édition de 2023 a eu lieu une semaine avant le SIAM de Meknès. Plusieurs structures détentrices d'un certificat de l'ONSSA ont choisi de se concentrer uniquement sur la préparation de ce salon qui génère, d'après elles, un plus grand chiffre d'affaires. Ce fait est confirmé aussi par les coopératives présentes au SIRP.

Cette impression d'inefficacité du SIRP ne semble pas être seulement lié au fait de l'organisation rapprochée avec le SIAM de Meknès. D'après le témoignage du président de la FIMAROSE, ce sentiment est largement présent chez l'ensemble des acteurs de la filière (transformateurs et producteurs) :

« *Le côté positif du Covid c'est qu'on a fait se rendre compte que le festival est très important pour la région car beaucoup de gens disaient que c'est une perte de temps. Nous à la FIMAROSE on pense qu'il faut élaborer une vision pour ce festival. On veut le folklore et la diversification des activités mais il faut des activités et des thématiques qui vont dans le sens de rendre le pauvre agriculteur riche. Il doit aussi profiter du salon. C'est vrai qu'on a fait des remises de prix mais pas pour les agriculteurs. Il faut des activités pratiques scientifiques pour les agriculteurs de la rose pour qu'ils puissent la mettre en valeur et gagner de l'argent avec.* »
Rochdi Boubker, président de la FIMAROSE, le 19 avril 2022.

Ce témoignage est intéressant car il souligne l'infime place donnée aux agriculteurs dans le festival, ne permettant donc pas de leur offrir des retombées économiques. Pour les agriculteurs de la région, le terme « pauvre » donne le sentiment d'une situation financière critique chez les agriculteurs de la région. Ils font en effet face à de nombreux défis (chapitre 5). Toutefois, le président de la FIMAROSE parle uniquement de la place conférée aux agriculteurs et non de la place donnée à l'agriculture de la rose et de l'ensemble des acteurs qui travaillent dans le secteur agricole, en particulier celle des cueilleuses qui sont frappées d'une grande précarité. Le festival pourrait être un endroit privilégié de dialogue sur les rapports sociaux de sexe et d'inégalités de genre qui se meuvent dans le milieu agricole et plus largement dans l'ensemble la filière.

L'évolution des activités à travers les âges montre comment le Festival des roses s'est transformé au contact des différents régimes (Protectorat puis indépendance) et des stratégies d'État qui se sont succédées. Fête locale organisée par une usine coloniale à l'origine, c'est devenu un évènement international organisé par l'État Marocain. Dans les deux cas, cet évènement sert des ambitions économiques et politiques. La programmation du *Moussem el woroud* et du Festival des roses est manipulée pour asseoir des stratégies politiques globales. Dans ce cadre, l'étude du passage de la fête locale au *Moussem* des roses puis au Festival de la rose permettent de voir comment les femmes ont été progressivement insérées dans le festival, servant là aussi ces stratégies. Nous verrons dans les parties suivantes comment elles sont intégrées au processus d'ancrage jusqu'à devenir de véritables icônes du patrimoine de la rose.

II. Les femmes au cœur des stratégies d'ancrage.

1. Les femmes dans la mise en spectacle du folklore.

Les représentations d'*Ahidouss, appelé aussi Tahidousst n'oumgoun,* sont des incontournables du Festival de la rose. Elles sont au cœur de la culture de l'oralité amazigh car ce sont les membres des tribus qui les composaient et se les transmettaient au fil des générations. Dans d'autres régions amazighes, comme à Ouarzazate par exemple, les danses et chants sont plutôt appelés *ahwach*.
D'après les entretiens menés avec les associations des troupes locales, les chants de *tahidousst n'oumgoun* sont des témoignages engagés des habitants. Ils partagent leurs émotions et leur quotidien. C'est pourquoi ces poèmes constituent une porte d'entrée sur la culture et l'histoire des populations amazighes.
« *Les poèmes Ahidouss sont composés par les hommes et les femmes de notre région. Par exemple, certains parlent de nos paysages, de la rose, d'autres racontent la souffrance des femmes qui ont vécu sans leur mari à cause de la guerre pendant le Protectorat français.* » Mohamed Ennassihi, directeur au sein de l'association Tizouit Kelâat M'gouna, le 24 avril 2022.

« *Ahidouss rassemble la poésie berbère, la danse, les instruments et les tenues traditionnelles, et crée une harmonie entre tout cela. Ahidouss c'est aussi l'endroit où on discute le quotidien dans les chants. Les thèmes chantés dans le Ahidouss par exemple il y a l'amour, la solidarité, la trahison, l'éthique. Dans les années 1990 et avant, les paroles d'Ahidouss étaient improvisées et depuis les paroles sont connues, ça fait partie de l'évolution de ces traditions.* » Nordine Oumed, manager de troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

Ces extraits d'entretiens révèlent bien comment le *Tahidousst n'oumgoun* constitue le miroir des populations de la région de la rose qui l'utilisent comme un vecteur d'expression. Traditionnellement pratiqué dans l'intimité des villages à l'occasion des mariages par exemple, *tahidousst n'oumgoun* a quitté le seul espace du village, intégrant progressivement celui de la scène du spectacle.

« *Avant dans la tradition, Ahidouss se faisait spontanément à l'heure du Maghreb, les hommes prenaient les tambours et les femmes sortaient de leur maison pour les rejoindre et danser. (…) Lors d'un mariage il y a un espace extérieur un terrain nommé "arnar" où se faisait la collecte des céréales, on le vidait et c'est dans cet endroit que se faisait Ahidouss. Il y avait alors comme une compétition, les douars se succédaient pour faire des représentations Ahidouss. Les hommes portaient une jelaba, les femmes portaient un caftan ou une takchita avec tachtat et les lianes rouges et jaunes à la tête avec un foulard. Ici tout le monde a grandi avec Ahidouss alors tous les douars attendaient pour aller danser Ahidouss. Les gens travaillent, alors Ahidouss c'était le moment pour se défouler. Ahidouss c'est aussi l'occasion pour que les hommes qui ne sont pas mariés voient les femmes car les femmes et les hommes se font beaux pour ces occasions.* » Nordine Oumed, manager de troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

Ces témoignages montrent que le *tahidousst n'oumgoun* a une fonction culturelle ainsi qu'une fonction sociale dans la société locale des territoires de la rose. C'est un moyen d'expression mais aussi un espace de sociabilité et de divertissement. C'est un lieu de rencontre pour les hommes et les femmes en vue d'un futur mariage. Les tenues des femmes comme le *tachtat* (chapitre 5) et les foulards sont des éléments visuels qui permettent aux femmes d'exprimer leur statut marital ou célibataire afin que les hommes non mariés puissent identifier les femmes célibataires.

L'intégration de ces danses au festival bouleverse complètement leurs usages et représentations qu'en ont les habitants. Il y a un déplacement des pratiques culturelles des villages vers l'espace de la fête, ce qui détourne les usages traditionnels du *tahidousst n'oumgoun*. Les danses sortent de la sphère de célébrations villageoises privées pour intégrer un espace de célébration de type spectacle face à un public étranger.

« *Le festival a lieu à la fin de la saison, c'est donc une occasion de vendre des produits de la rose mais c'est aussi une célébration de la rose et c'est là qu'on entre en jeu car ici dès qu'il y a une célébration il y a Ahidouss. On est aussi lié avec le Festival des roses que le sont la prière et les ablutions.* » Nordine Oumed, manager de troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

Avec le festival, le *tahidousst n'oumgoun,* est intégrée dans une logique promotionnelle et touristique de la rose. Les tenues vestimentaires des femmes et des hommes n'ont plus de fonction sociale comme c'était le cas traditionnellement. Elles ont un rôle identitaire, celui de promouvoir et d'enraciner la rose comme un produit de terroir. *Tahidousst n'oumgoun* quitte le village pour se produire à l'occasion d'événements formels organisés par les pouvoirs publics au sein du festival.



Figure 51 : Tahidousst n'oumgoun célébrant la fin du Carnaval, Festival des roses 2023.

© NM, 2023

L*a danse de l'abeille* est la représentation de *tahidousst n'oumgoun* la plus célèbre. Associée à la rose, c'est précisément cette danse qui la met à l'honneur. Le carnaval est une parade qui démarre au bout de la ville de Kelâat M'gouna, au niveau du deuxième rond-point de la N10 et qui la traverse pour se finir devant la municipalité de Kelâat M'gouna, où cette photo a été prise. Il est animé par différentes associations culturelles, sociales, troupes folkloriques, orchestres, etc., surplombé par le char de la Miss roses et de ses deux dauphines qui rattachent le carnaval à l'identité du festival et du territoire.

Lorsque la parade arrive devant la municipalité de Kelâat M'gouna, elle s'arrête. L'hymne national est ensuite joué par un orchestre face aux représentants des pouvoirs publics. Une troupe d'*Ahidouss* ferme la parade et le festival par la célèbre *danse de l'abeille* (Figure 51). Cette danse est utilisée dans toutes les cérémonies du Festival des roses, c'est elle qui est invitée à célébrer l'élection de la Miss roses 2023 et de ses deux dauphines (Figure 52).



Figure 52 : Tahidousst n'oumgoun célébrant la sélection de la Miss roses, Festival des roses 2023.

© NM, 2023

La *danse de l'abeille*, associée avec les tenues vestimentaires des femmes, renforce le lien qui est tissé entre la rose et son territoire. Les femmes portent deux *tachtat*, un blanc et un noir qui se croisent. La *tachtat* sert aussi d'outil de cueillette et est portée par la Miss roses. La tenue des femmes est également surplombée par des ornements en fils de laine multicolores en forme de fleurs. Ils font le tour de leur tête et font référence à la forme et à la texture de la rose. Cette tenue est similaire à celle portée par la Miss roses qui défend le plus souvent les tenues traditionnelles d'Imgoun.

« *Au festival on danse à côté de la reine, on est la troupe de la reine c'est ça notre lien avec elle, elle porte la tenue que les femmes d'Ahidouss portent (…) on danse à côté de la reine, on est la troupe de la reine c'est ça notre lien avec elle.* » Nordine Oumed, manager de la troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

D'après les entretiens, la *danse de l'abeille* est un art qui ne fait pas partie des danses ancestrales *tahidousst n'oumgoun*. Cette danse comme le poème qu'elle intègre sont récents. Certains des interviewés datent son apparition des années 1990 et attribuent ce nom « *danse de l'abeille* » à des étrangers qui l'auraient nommé ainsi. D'autres estiment son arrivée après la création du *Moussem* des roses :

« La danse de l'abeille a commencé en 1961 à Tigharmatine, un prince royal est venu et on a fait cette danse pour lui et c'est depuis que c'est devenu connue. » Lahcen, gérant de l'établissement hôtelier, Les Jardins du M'goun, le 14 mars 2022.

Cette récente apparition questionne les processus de son introduction en lien avec la place qu'elle occupe sur la scène publique et touristique.

À défaut de ne pouvoir éclairer son introduction du fait du contexte de l'oralité, nous pouvons éclairer la construction de cette danse comme composante principale de l'identité de la rose, car c'est en tant que vitrine du patrimoine de la rose que la *danse de l'abeille* prend sa place au sein du festival.

La *danse de l'abeille* porte l'identité du territoire de la rose en rejouant corporellement les mouvements du cycle de la rose et sa pollinisation. Les schémas (Figure 53) affichent les différentes étapes de la *danse de l'abeille*. L'analyse de l'expression corporelle de la danse de l'abeille est à croiser avec l'analyse du poème qui lui succède, car c'est au fil des vers que les performances corporelles évoluent. Pour éclairer cette composition *Ahidouss*, nous proposons un schéma qui s'appuie sur les observations de la *danse de l'abeille* sur le terrain mais aussi sur une représentation filmée disponible en ligne dont le lien se trouve sous le schéma. Dans la représentation filmée, comme c'est le cas au festival des roses, il s'agit d'une prestation commandée qui a lieu en dehors du festival.

Après une étape introductive de mise en scène destinée à animer le public, la *danse de l'abeille* commence avec les hommes et les femmes qui s'alignent respectivement en dansant sur les rythmes des *bendir* (instrument à percussion) et tournent en se faisant face, comme le montre le premier schéma (Figure 53). Les femmes sont représentées par la ligne rose et les hommes par la ligne verte, le sens de la rotation par la flèche noire. Ils tournent dans le sens contraire des aiguilles d'une montre.

Sur les rythmes des percussions et de la performance corporelle du chef de la troupe, les hommes et les femmes vont basculer pour former quatre groupes comme le montre le second schéma. Les femmes se font face ainsi que les hommes, au centre s'y trouve le chef de la troupe. Sous l'impulsion des percussions et des cris du chef de la troupe, les deux groupes de femmes et d'hommes vont respectivement et successivement échanger leur place, comme l'indiquent les flèches sur le schéma. Ce sont ces rapides allées et venues qui donnent le nom à cette danse, rappelant alors les rythmes de l'abeille qui butine le nectar des roses Damascena dans les *jnanes* (Figure 53).

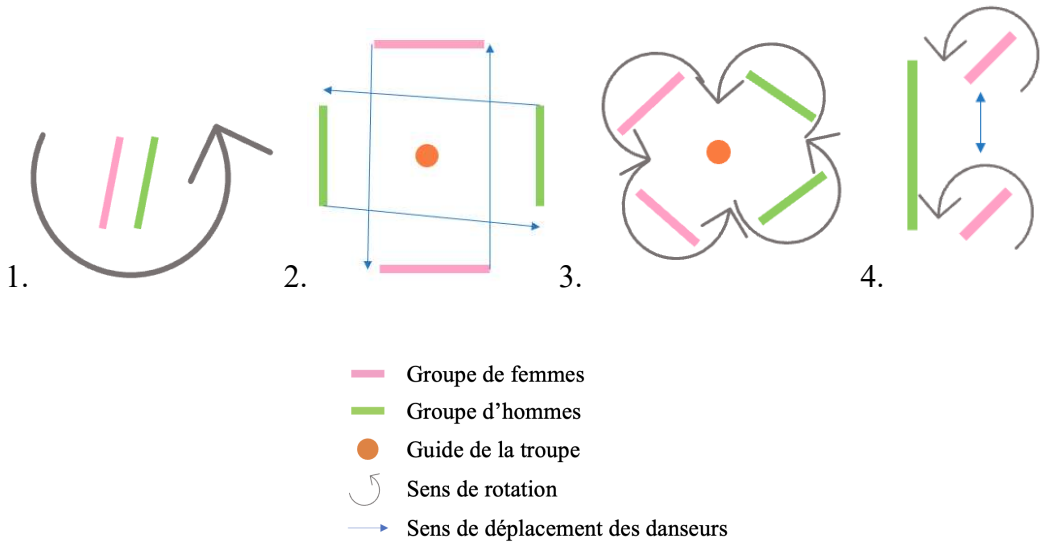


Figure 53 : Schémas des compositions corporelles de la danse de l'abeille.

Sources : Réalisation du schéma par Nacima Mohamdi à partir des représentations ahidouss sur le terrain, et d'une représentation en ligne de la danse de l'abeille : https://www.youtube.com/watch?v=IoKz7gHlgyM

Les femmes et les hommes reprennent la position linéaire initiale (premier schéma, Figure 53), les femmes avancent vers les hommes, puis un saut et un coup de *bendir* du chef de la troupe invitent les femmes et les hommes à former une troisième figure (numéro 3, Figure 53). Les femmes et les hommes forment respectivement deux groupes, comme l'explique la figure précédente, mais sont désormais positionnés en biais. Le chef de la troupe se trouve au centre et indique aux danseurs avec son *bendir* à quel moment ils doivent tourner. Sur ces coups, les groupes se mettent à tourner sur eux-mêmes, reconstituant ainsi des pétales qui, ensemble vu du dessus, forment une fleur, faisant ainsi référence à la rose comme le montre le troisième schéma (Figure 53).

Enfin, le dernier schéma représente la dernière performance de la troupe. Les hommes forment une ligne statique, posant un genou à terre et jouant ensemble du bendir. Les femmes forment deux groupes et font tantôt des allées et venues symbolisant le cycle de vie de la rose (l'ouverture du bouton et sa fermeture), et tantôt tournent ensemble sur elles-mêmes pour incarner les mouvements de l'abeille.

Le chef de la troupe (homme), reconnaissable, marche seul en rond au centre de la pièce en jouant du *bendir* sur un rythme lent, marquant ainsi le début de la danse. Il chante :

« Afous ! Afous ! Aywa ! Afous ! Afous ! Aha Aha tiririri (onomatopée) Afous ! Afous ! »
On applaudit, on applaudit ! Allez ! On applaudit, on applaudit ! tiririri ! On applaudit, On applaudit !

(Le groupe de cinq hommes le rejoigne et se place en file indienne derrière le chef de la troupe, marche derrière lui et joue du bendir sur le même rythme lent. Puis, les cinq femmes rejoignent la piste de danse marchant en file indienne derrière les hommes en frappant des mains et en faisant des youyous).

Le chef de la troupe sautille et accélère les percussions :
« Aywa ! Afous ! Aywa ! »
Allez ! On applaudit ! Allez !

(Les hommes accélèrent les percussions et dansent comme le chef de la troupe avec les femmes derrière qui se mettent elles aussi à danser sur le rythme des percussions avec les épaules en faisant les youyous. Puis les hommes avec le chef de la troupe et les femmes se mettent en ligne face à face. Le chef de la troupe servira alors à conduire tous les mouvements durant toute la prestation.).

----- début du poème -----

« **A wslla 3la nbi Mohamed »** *(Chantent les hommes)*
Ô que la prière soit sur notre prophète Mohamed.

« **Ayd Igan ssabun n'imi »** *(Répondent les femmes)*
La prière lave nos péchés. Couplet répété 8 fois.

« **A nttr ak rrhmt abbi** » *(Chantent les hommes)*
Ô Dieu nous supplions ta miséricorde.

« Tuf kullu mani g'itme yan » *(Répondent les femmes)*
Ta miséricorde est notre souhait. Couplet répété 16 fois.

« Wllah arg a ggang » *(Chantent les hommes)*
Je jure que parfois je dors.

« Fa faj'd innij is id ijra kra » *(Répondent les femmes)*
Brusquement je me réveille, pensant que quelqu'un frappe à la porte. Couplet répété 19 fois.

« Zzij azwu ayddi » *(Chantent les hommes)*
Hélas ! Ce n'est que le vent.

« Sdiddin lbiban jifi » *(Répondent les femmes)*

Qui claque les portes. Couplet répété 11 fois.

Les hommes posent un genou au sol en ligne derrière le chef de la troupe, genou au sol également, et jouent des percussions. Face à eux, les femmes forment deux lignes, tournent et dansent. Les hommes se relèvent, les femmes se positionnent en ligne sur les côtés.

Le chef de la troupe : « **Ahya ! Aywa ! Ahya !** »
Eh ! Allez ! Eh !

(Les hommes dansent en ligne, les femmes derrière. Les hommes et les femmes se subdivisent respectivement en groupe de deux et trois et dansent sous le rythme des percussions. Les hommes posent de nouveau le genou au sol en jouant des percussions et les femmes dansent en formant une ligne. Les hommes se relèvent et tournent, les femmes les rejoignent derrière en file indienne. Ils s'arrêtent en formant une ligne, les hommes continuant de jouer de leur bendir, les femmes frappant des mains. Le chef de la troupe se place devant, joue des percussions et danse. Il frappe trois grands coups sur son bendir, c'est la fin de la danse).

Sources : Représentations sur le terrain, représentation en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=IoKz7gHlgyM
Traduction réalisée par Omar Ait Saïd.

Figure 54 : Description et traduction des paroles de la *danse de l'abeille*.

Le poème relie la danse, et donc la rose à travers elle, à son territoire en élevant la voix des populations qui y résident (Figure 54). La *danse de l'abeille* est récente, ses paroles sont construites sous la forme d'un poème comme pour celles des autres danses. Le poème de la *danse de l'abeille* présenté dans l'encadré est composé de 8 vers qu'il est possible de décomposer en deux parties. La première partie, qui s'articule sur les quatre premiers vers, est un hommage religieux. L'ensemble des poèmes *Ahidouss* ont une première partie introductive qui est similaire. Elle peut faire référence aux croyances musulmanes, et/ou aux croyances et pratiques amazighes qui renvoient à un islam populaire non orthodoxe.
La deuxième partie du poème est composée des quatre derniers vers, qui commencent à « [j]e jure que parfois je dors » (v.5). Il s'agit ici d'un message engagé qui fait référence au contexte économique et social des populations amazigh de la région de la rose. Ce vers permet de personnifier la population amazighe à travers une expérience unique avec l'emploi du pronom personnel « je ». Ce passage peut être interprété dans une dimension onirique, c'est-à-dire que même dans ses rêves, cette personne attend qu'on vienne la secourir « pensant que quelqu'un frappe à la porte » (v.6). Elle pense que quelqu'un va venir. Entendant des bruits, elle se précipite et « brusquement [elle se] réveille » (v.6) mais « hélas ! ce n'est que le vent » (v .7). Le vent est ici une métaphore de l'absence, du néant, c'est-à-dire du désintérêt total qui est porté à ce territoire.
La métaphore du vent est filée jusqu'au dernier vers qui vient décrier ici l'abandon de la population, devant qui les portes claquent sous l'impulsion du vent. La population est donc livrée à elle-même. La troupe danse, en illustrant les mouvements de l'abeille et la rose sur le rythme de chacun des couplets, en même temps qu'elle accélère la vitesse des mouvements

faisant penser à ce vent qui défile et la détresse de la population de la rose qui grandit (Figure 54).
Longtemps oubliée des politiques de développement qui se sont concentrées davantage sur les littoraux et les métropoles, cette région du sud du Maroc a été marginalisée. La région était privée alors de l'accès aux soins, à l'éducation, aux transports, mais subissait également une défaillance de l'enracinement culturel car la langue amazighe a longtemps été mise de côté au profit de l'arabe. Des politiques d'intégration de la culture amazighe et d'accompagnement au développement ont progressivement vu le jour mais les conséquences de ces écarts sont encore bien ancrées, conférant à ce poème, dont la création est récente, un rôle de *continuum*.
À l'image de la rose qui s'ouvre et se referme, la *danse de l'abeille* porte à la vue des spectateurs la voix de la population du territoire au fil des couplets, territorialisant l'identité de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.
L'introduction de la *danse de l'abeille* doit être différenciée du reste de la prestation, comme exposée dans la vidéo proposée. L'introduction ne fait pas à proprement parler la danse, il s'agit plutôt d'une mise en spectacle propre pour la mise en tourisme de la *danse de l'abeille*. Elle peut prendre des formes et mentionner des paroles différentes. C'est une entrée en matière. La première partie du spectacle est destinée à intégrer le public dans l'ambiance festive de *tahidousst n'oumgoun*. Le chef de la troupe invite les spectateurs à applaudir les danseurs qui entrent progressivement sur scène, créant de ce fait une interaction entre le public et la troupe *tahidousst n'oumgoun.* La fin de la danse joue un rôle de clôture (voir vidéo). La position statique du groupe associée aux dernières paroles du chef de la troupe et à ses grands coups de *bendir* marquent la fin du spectacle.

La danse de l'abeille en tant que représentation célèbre du territoire de la rose est produite à l'occasion de moments clés du Festival des roses, mais aussi comme c'est le cas de la vidéo, à d'autres évènements. Elle parcourt les territoires du Maroc, se produisant dans les différents festivals nationaux mais aussi à l'international. Cette dynamique montre que l'*Ahidouss* n'a pas seulement quitté le strict espace du village pour le centre-ville de Kelâat M'gouna. Il y a une véritable mise en tourisme de l'*Ahidouss* qui se fait à plusieurs échelles.
En même temps que le *Moussem* des roses vivait sa transformation pour devenir un festival, que la *Malikat al Jamal* devenait une Miss roses, l'*Ahidouss* a évolué. D'abord à travers la première troupe officielle créée en 1962 dans laquelle faisait partie la première femme nommée *Malikat al Jamal*. Cette troupe originelle s'est vue évoluer pour se constituer en association dans les années 2000-2010. En parallèle, d'autres troupes se sont formées atteignant environ 6 ou 7 troupes en 2022. Toutes proposent de l'*Ahidouss*. Certaines comme la troupe de Touda Aadi s'attachent aux mouvements et poèmes traditionnels quand d'autres font le choix d'actualiser les mouvements de danse. Dans les deux cas, ce sont des troupes qui témoignent désormais d'une logique de spectacle, de scène ainsi qu'une logique commerciale conquérant les marchés de l'évènementiel à l'échelle locale, régionale, nationale et internationale.

« Aujourd'hui je fais toujours partie de la même troupe, la troupe Tizouit el Asslia, qui est une association depuis 2014. Se constituer en une association permet de recevoir des subventions, d'être connue et payée plus facilement. Je voyage pour des festivals, je suis allée à Dubaï, à Londres, au Portugal, en Chine et en Égypte aussi. Les Kasbah et les hôtels de la route

d'Imgoun font beaucoup appel à nous pour danser pour les touristes. Parfois ce sont des hôtels d'autres villes comme Tinghir mais aussi des plus grandes villes comme Marrakech, on a dansé à l'hôtel de la Mamounia. » Touda Aadi, première Reine des roses, le 6 août 2021.

Ainsi, ce ne sont plus des villageois qui prennent part à l'Ahidouss de façon spontanée, mais de véritables troupes lucratives qui sont mises sur pied. Elles prennent une forme officielle, celle de l'association. Elles se composent alors d'une équipe administrative qui s'occupe de la gestion des commandes et de l'agenda des déplacements, mais aussi de la comptabilité. Les membres qui vont former *l'Ahidouss* sont recrutés à l'image d'une troupe de danse. Ils sont sélectionnés puis formés lors d'exercices d'entraînement.

Les troupes mettent également en place une stratégie de communication pour se faire connaître à travers des présences plus ou moins actives sur les réseaux sociaux.
Comme le montre la figure 55, certaines troupes possèdent même un logo.



Figure 55 : Logo d'une association *Ahidouss*.
Source : page YouTube de l'association, https://www.youtube.com/@Groupetizwitejeunesse , consultée le 20 septembre 2023.

Le logo montre que les codes de la rose qui ont été bien assimilés. *Ahidouss n'oumgoun* est pleinement associé à l'identité de la rose à travers la représentation de différents éléments : deux roses de part et d'autre de la femme, la couleur rose qui entoure le logo, la tenue traditionnelle d'Imgoun que porte la femme et l'abeille qui fait référence à la célèbre danse. La femme amazighe est utilisée comme une icône pour représenter cette danse.

« *On a une page Facebook sur laquelle on essaie de mettre des activités, nos rendez-vous pour les gens qui veulent y assister. On est présent dans quelques festivals au Maroc, on est aussi contacté dans des mariages, des anniversaires dans les grandes villes, des hôtels, etc. La danse de l'abeille, c'est comme un mot de passe que tout le monde connaît au Maroc, c'est l'identité de KM.* » Mohamed Ennassihi, directeur au sein de l'association Tizouit Kelâat M'gouna, le 24 avril 2022.

Comme le souligne le témoignage, les associations sont contactées dans le cadre d'évènements très variés pour effectuer des représentations, sortant ainsi complètement du cadre du village et du spontané. Elles reçoivent des rémunérations pour leurs prestations *Ahidouss*. C'est également le cas à l'occasion du Festival des roses, elles sont rémunérées par les organisateurs. Certaines associations reçoivent aussi des subventions de la part des collectivités locales. Ce détournement du *tahidousst n'oumgoun* par le festival bouleverse son usage aussi à l'intérieur des villages qui l'utilisent de plus en plus comme au festival. En effet, ce ne sont plus des danses spontanées effectuées par les villageois mais par une troupe locale recrutée et rémunérée comme prestataire.

Le *tahidousst n'oumgoun* ainsi que la spécifique *danse de l'abeille* se déploient également au sein des hôtels de la vallée du M'Goun et de la basse vallée du Dadès. Ce folklore est montré aux touristes comme une activité typique.
Au cours du troisième et quatrième terrain, à l'occasion de la réouverture des frontières et de la relance du tourisme après la pandémie de Covid-19, nous avons pu mener plusieurs observations lors de divers séjours au sein des hébergements touristiques. À ces occasions, nous avons pu constater l'appel régulier des troupes de *tahidousst n'oumgoun* par les hôtels, pour divertir les touristes, ce qui n'est pas le cas dans la moyenne et haute vallée du Dadès où l'activité touristique n'est pas articulée autour de la rose mais plutôt autour des gorges du Dadès et des reliefs rocheux. Dans la basse et moyenne vallée du M'Goun et dans la basse vallée du Dadès, l'appel à ces troupes dans les hébergements touristiques est une pratique courante comme c'est le cas dès qu'il y a un évènement local notable, telle que la journée de la Femme à Hdida à laquelle nous avons participée.

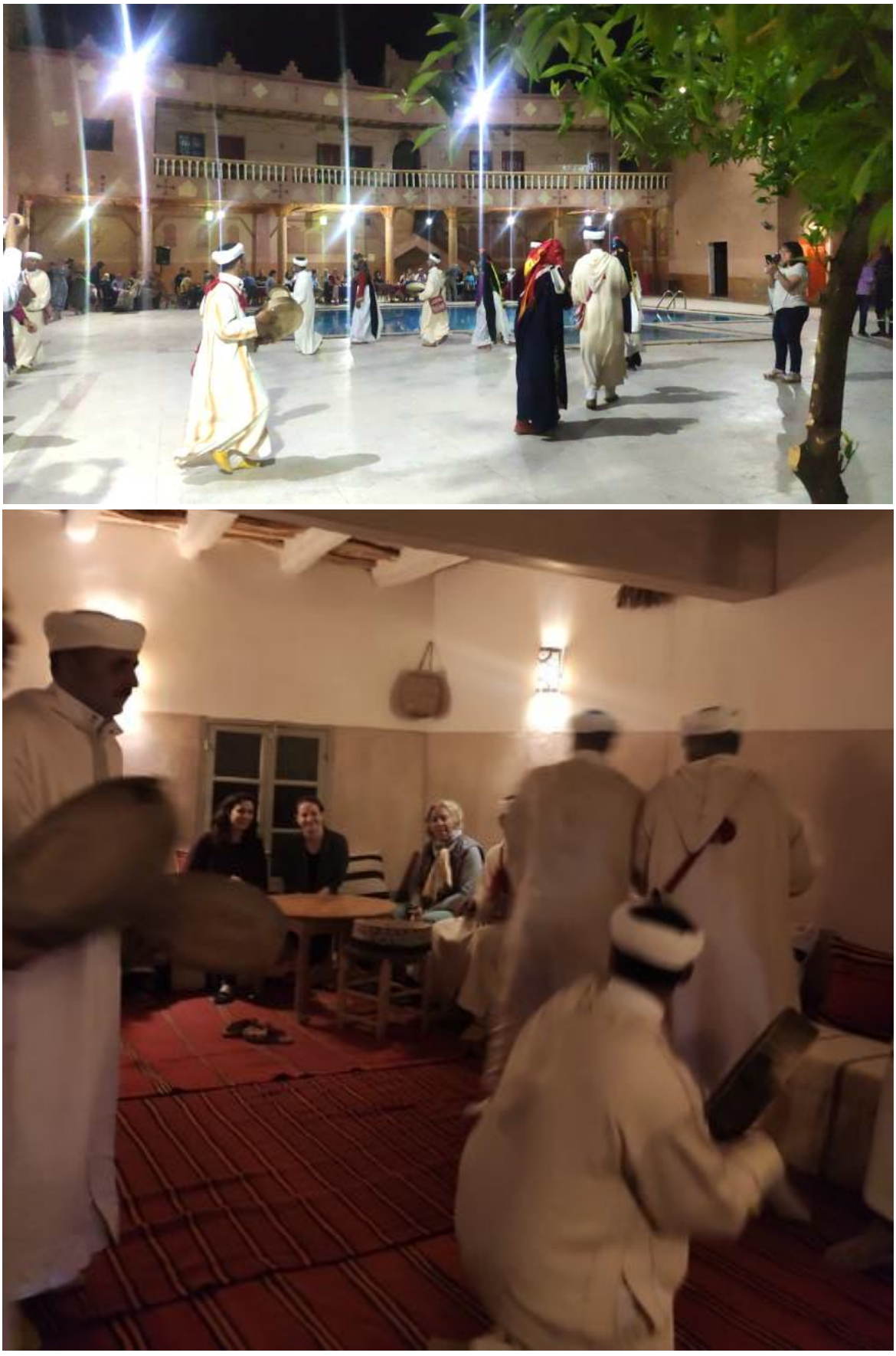


Figure 56 : Représentation *tahidousst n'oumgoun* dans un hôtel de la basse vallée du Dadès et la moyenne vallée du M'Goun.

© NM, 2023

Une représentation de *tahidousst n'oumgoun* a été donnée à l'occasion de la venue d'un groupe de touristes, dans la basse vallée du Dadès et dans la moyenne vallée du M'Goun. La seconde photo permet de distinguer deux femmes touristes en compagnie de la gérante de l'établissement devant lesquelles se produisent la troupe *d'ahidouss* (Figure 56). Ces deux exemples illustrent bien le caractère régulier de la représentation des troupes dans les différents établissements de ce territoire, participant à en faire l'activité incontournable des soirées dans les hébergements touristiques ; les journées étant occupées par des activités extérieures telles que les balades, les randonnées et les visites des coopératives. Ces animations culturelles nocturnes permettent aux hôtels de se distinguer de ceux de la vallée du Dadès en s'intégrant dans l'aire culturelle de la rose. Les touristes qui viennent, s'ils ne l'avaient pas identifié auparavant, repartent avec ce souvenir des danses de la Vallée des roses, participant ainsi à enraciner dans l'expérience touristique le folklore de la rose.

« Le tourisme fait de la publicité car les hôtels font appel à Ahidouss pour divertir les touristes. Quand les touristes voient Ahidouss ils sont intéressés et apprennent sur la culture de la région et cela fait développer le tourisme de notre région, et en même temps le tourisme valorise Ahidouss parce qu'il le fait connaître, le rémunère et donc il y a un lien de développement réciproque (...) Nous on vient de commencer donc on s'y produit ponctuellement mais il y a d'autres troupes qui travaillent avec les hôtels il y en a même qui ont des contrats avec les hôtels de la région. » Nordine Oumed, manager de la troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

Comme le souligne le témoignage de Nordine Oumed, se produire dans les hôtels de la région représente pour les troupes l'occasion de valoriser économiquement leur activité. Se produire dans les établissements locaux permet de réduire les coûts de transports et assurer un revenu régulier, bien qu'il soit intrinsèquement lié à l'activité hôtelière. Pour ces troupes, c'est aussi l'assurance de sauvegarder ce folklore au fil des générations qui apprennent les poèmes et les danses en vue des différentes représentations et qui travaillent à en faire un métier.

Les membres des troupes comme la population locale active dans ces associations ont saisi l'opportunité de participer à la patrimonialisation de *tahidousst n'oumgoun* et en particulier de *la danse de l'abeille* comme composante de l'identité de la rose et du territoire.
« Moi, depuis que je suis petit, j'aime Ahidouss. Quand je voulais écouter de la musique, j'écoutais Ahidouss. Quand je suis revenu ici dans ma terre natale, on a créé cette association avec des objectifs. Et du coup j'ai eu l'idée de rassembler les personnalités anciennes connues qui faisaient de l'Ahidouss, pour les montrer car ils étaient oubliés comme harkouss et d'autres. Et je voulais associer à eux des jeunes pour encourager et transmettre l'héritage. C'est pour cela que j'ai créé l'Ahidouss et donné de la valeur aux anciens qui sont marginalisés en leur donnant un revenu car par exemple les gens comme harkouss allaient aux mariages et le faisaient gratuitement. Alors qu'historiquement ces personnes font partie du patrimoine, et le pauvre il était dans la misère, il travaillait dans les puits le jour et faisait Ahidouss la nuit. Le pauvre ses pieds sont abimés à cause de son travail (...) L'objectif c'est la valorisation du patrimoine culturel. » Nordine Oumed, manager de la troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

La mise en spectacle de l'Ahidouss face un public – c'est-à-dire constituer une troupe, se produire devant les touristes et voyager pour faire des représentations – est un moyen de sauvegarder *tahidousst n'oumgoun,* mais également d'accorder une place aux personnalités anciennes de *tahidousst n'oumgoun* sur le territoire. La mise en tourisme permet à la fois de sauvegarder la pratique de l'Ahidouss, mais aussi les poèmes et les chants qui avec le numérique sortent de l'oralité. Elle constitue aussi une opportunité économique pour ses membres. Par la constitution de troupes, la population amazighe est à l'origine de l'attraction touristique, c'est elle qui est l'animatrice de l'expérience touristique et devient ainsi actrice de son propre patrimoine. Comme le souligne Mahalia Lassibille (2009) concernant les danses des WoDaaBe[8], lorsque la population met en scène les danses folkloriques, elle définit et affirme son identité, l'intensifiant aux yeux des touristes.

La valorisation de *tahidousst n'oumgoun* participe aussi à intégrer Kelâat M'gouna, et plus largement le territoire de la rose, comme une étape importante dans le circuit touristique du sud marocain. À ce titre, le festival est un évènement phare s'inscrivant dans la haute saison touristique de la Vallée des roses. *Tahidousst n'oumgoun,* comme de nombreuses danses africaines, occupe une place privilégiée dans l'expérience touristique. Lassibille (op. cit) explique que les danses africaines représentent un objet de fascination pour les touristes occidentaux qui parcourent les pays africains en accordant une place importante durant leur séjour à la contemplation de ces danses. Comme le souligne l'auteure, les guides de voyages et les agences touristiques, et aujourd'hui les réseaux sociaux, font la promotion d'un certain nombre de destinations à travers la danse comme gage d'authenticité du voyage

Seulement, la mise en tourisme de *tahidousst n'oumgoun* rencontre des obstacles du fait de son changement de territoire qui implique une sortie du cadre traditionnel. Le principal concerne la participation des femmes qui se trouve au cœur de l'opinion sociale. Une mise en tourisme de *tahidousst n'oumgoun* comme un spectacle implique une mise en scène des femmes, qui sont d'autant plus observées, car elles se produisent devant un public étranger en dehors du cercle du village.
À l'occasion de ces spectacles, les individus regardent mais prennent aussi des photos et des vidéos de la prestation, et donc des femmes et plus précisément de leur corps en mouvement. Les femmes sont aussi maquillées pour l'occasion, leur beauté étant alors sublimée en dehors de l'intimité de son foyer. Faire partie d'une troupe implique aussi d'être en contact régulier avec les hommes de la troupe, mais aussi de l'association, car en accord avec ce que nous avons analysé dans le chapitre 6, la gouvernance de la rose est masculine et les associations *Ahidouss* n'y font pas exception. La troupe étant obligée de voyager pour se produire, les femmes doivent alors quitter leur foyer, leurs responsabilités au sein du foyer, et voyager dans les transports et dormir dans le même hôtel que les hommes de l'association et de la troupe. Le recrutement des femmes est un problème majeur pour les troupes et associations d'*Ahidouss*, la place des femmes y faisant débat, de même que l'élection de la Miss roses que nous analyserons dans la troisième partie de ce chapitre.

[8] Sous-groupe du peuple peul (Lassibile, 2009)

« Ici dans cette région on se connaît tous. Le problème dans la sélection c'est surtout au niveau des femmes car la société est conservatrice donc c'est dur que les femmes viennent, qu'elles dorment hors de chez elles. Et il faut que les gens sachent danser Ahidouss. Toutes les femmes qui sont chez nous sont célibataires (jamais mariées) ou divorcées car la plupart des maris de veulent pas que leur femme fasse ça excepté s'il fait partie de la troupe. » Nordine Oumed, manager de troupe Harkouss, le 14 mars 2022.

L'absence de jeunes filles, c'est-à-dire de femmes non mariées, dans les troupes montre la sacralité et la pression sociale qui pèse sur ce statut. Intégrer les troupes est potentiellement nuisible pour la réputation d'une jeune fille sur son territoire et pour ses projets maritaux futurs. C'est pourquoi seules les femmes divorcées ou âgées participent ou intègrent ces troupes.

Ces difficultés à intégrer suffisamment de femmes poussent certaines associations à mettre en avant auprès des familles la rémunération liée à la participation des femmes. Pourtant, ces associations ne réussissent pas à dégager suffisamment de ressources financières du fait de la forte concurrence entre elles mais aussi de la complexité à trouver des lieux où se représenter. C'est pourquoi certaines associations, comme l'explique Mohamed Ennassihi dans son témoignage, cherchent d'autres sources de financements. Seulement, elles manquent de temps et de compétences entrepreneuriales pour y parvenir efficacement.

« Avec l'association il y a le côté culturel et le côté humain pour offrir une rémunération pour les hommes mais surtout pour les femmes parce que les hommes peuvent travailler ailleurs. On a essayé pendant le Covid, les femmes ont fait du couscous, des herbes, mais on a des problèmes sur le volet financier dans la gestion car il faut rémunérer les femmes et en même temps garder de l'argent pour pouvoir travailler. » Mohamed Ennassihi, directeur au sein de l'association Tizouit Kelâat M'gouna, le 24 avril 2022.

Ainsi, les femmes, à travers *tahidousst n'oumgoun* et en particulier la *danse de l'abeille*, constituent une des vitrines de l'identité de la rose particulièrement valorisée à l'occasion du Festival des roses. L'utilisation du féminin pour représenter *tahidousst n'oumgoun* s'inscrit en réalité dans une stratégie de mise en tourisme plus large du patrimoine.

2. Les femmes : un symbole culturel des produits de terroir dans les festivals.

Les observations menées dans les différents espaces du Festival des roses, c'est-à-dire au SIRP, à l'occasion de l'élection de la Miss roses mais aussi durant le carnaval permettent de voir la manière dont les femmes sont proposées comme étant la vitrine de la rose. Présentes dans ces différents espaces du festival, elles semblent de prime abord être de véritables actrices de la patrimonialisation de la rose sur le territoire. Mais pas seulement. À travers la mise en avant des femmes apparaît une stratégie de dévoilement des activités portées par elles. C'est aussi une manière de souligner l'intégration du travail agricole des femmes et son caractère multidimensionnel (chapitre 1).

Le SIRP, comme nous l'avons vu dans la première partie, est un lieu investi par les femmes à travers les coopératives notamment. Cette présence féminine est aussi renforcée par la représentation des femmes dans le corps associatif qui intervient sur le territoire. C'est notamment le cas du stand de la fondation Mohamed V pour la solidarité (Figure 57). Ce dernier

est animé uniquement par des femmes dont le local de vente principal est situé à Ouarzazate. À l'occasion du SIRP, une représentante est venue commercialiser les produits des quatre coins du pays. La majorité des produits artisanaux et agricoles proposés sont conçus par des femmes. C'est le cas de la vannerie de Guercif, du tissage de taies d'oreiller de Béni Mellal ou encore du Tahlaout d'Errachidia (Figure 57). La tenue de ce stand par une femme qui est seule en charge de présenter et valoriser ces terroirs renforce l'image des femmes comme des actrices du développement agricole.



Figure 57 : Stand de la fondation Mohamed V pour la solidarité au Salon International de la Rose à Parfum en 2023.

© NM, 2023

Les multiples rôles des femmes dans l'agriculture sur le territoire de la rose qui sont mis à l'honneur au cours du Carnaval vont aussi dans ce sens. Les femmes sont montrées en train de moudre le grain avec un maillon de broyage ancien ou en train de récolter de l'eau (Figure 58). C'est une manière d'exposer les tâches agricoles du quotidien qui incombent généralement aux femmes (chapitre 1) et qui s'ajoutent à leur activité de cueillette de la rose ou au travail de transformation dans les coopératives. Le port du *tachtat* et de foulard jaune, rouge et noir rattachent les femmes au territoire. Les ornements décoratifs roses et le *tachtat* de couleur rose sont aussi une manière d'intégrer les femmes dans la logique de célébration de la rose du festival (Figure 58).



Figure 58 : Le travail agricole des femmes promu dans le carnaval.

© NM, 2023

L'image des femmes de la région est aussi utilisée dans la stratégie marketing des produits par certains transformateurs (Figure 59). Bien que toutes les femmes qui travaillent dans la rose ne vivent pas ou ne viennent pas de la moyenne vallée du M'Goun, c'est la tenue traditionnelle d'Imgoun qui est utilisée généralement pour représenter les femmes de la région de la rose. Cela illustre aussi comment les usages vestimentaires des femmes ont été détournés dans le processus de patrimonialisation de la rose.

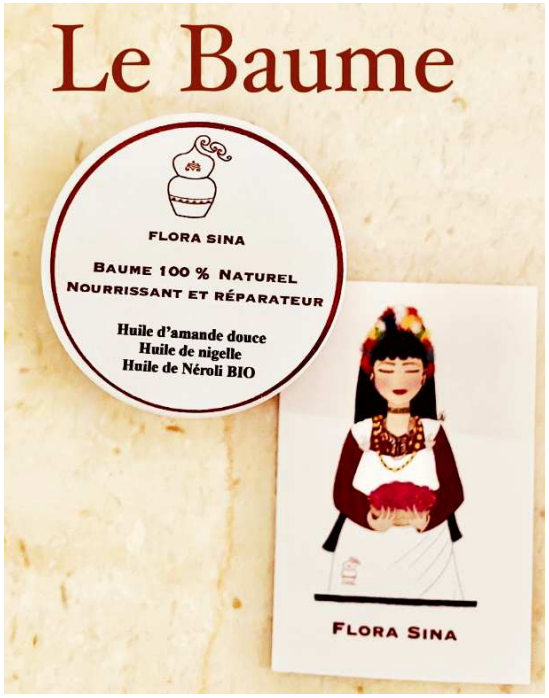


Figure 59 : Publication Instagram d'une société productrice de produits de rose.
Source : Flora Sina.

La société Flora Sina a publié sur sa page Instagram un post qui fait la promotion d'un baume (Figure 59). Le logo associé à l'entreprise est une femme dessinée suivant la représentation des femmes qui travaillent dans l'agriculture de la rose, alors qu'elles portent une blouse blanche de travail avec la marque de l'entreprise. Il y a ici une utilisation de l'image des femmes pour montrer l'aspect authentique du savoir-faire des produits et l'appartenance de l'entreprise au territoire de la rose.
La tenue traditionnelle des femmes d'Imgoun est aussi la principale entrée qui est proposée au sein de l'exposition permanente de la Maison de la Rose pour faire découvrir la place des femmes dans le folklore local (Figure 60). Des tableaux et descriptifs du rituel de Miss roses sont exposés aux visiteurs. Cette association permanente des femmes qui travaillent dans le secteur de la rose à cette tenue vestimentaire, bien que fausse, participe à ériger une représentation des « femmes de la rose » qui participe à la patrimonialisation de la rose.



Figure 60 : Portrait de la Miss roses et de ses dauphines exposées à la Maison de la Rose.

© NM, 2023

Le choix de la Maison de la Rose de faire découvrir aux visiteurs la place des femmes dans la culture à travers l'élection de Miss roses montre comment l'image des femmes est instrumentalisée pour devenir le symbole de la rose. Pourtant, comme nous le développerons dans la partie suivante, cette élection de Miss roses est un évènement qui a été imposé aux femmes. Elles ne l'ont pas choisie ni construit. C'est un évènement qui fait débat.

L'utilisation des femmes pour valoriser les produits de terroir n'est pas propre au territoire de la rose. Cette stratégie est largement déployée dans le pays pour valoriser les territoires ruraux autour d'une spécificité, qu'elle soit agricole ou artisanale. C'est le cas par exemple du Festival du tapis à Taznakhte (Figure 61). Comme dans le carnaval du Festival de la rose, des femmes sont invitées à prendre part à une parade vêtues de tenues traditionnelles pour représenter les savoir-faire artisanaux féminins du tissage propre à la région (Figure 61).



Figure 61 : Extrait du blog du Conseil Provincial du Tourisme de Ouarzazate.

Source : Site web du Conseil Provincial du Tourisme de Ouarzazate, https://discoverouarzazate.com/fr/le-festival-des-tapis-a-taznakhte/

De la même manière, l'élection d'une miss à l'effigie de la rose n'est pas non plus propre au Festival des roses. C'est une stratégie qui est largement déployée par l'État dans les territoires ruraux. L'élection d'une miss pour valoriser un produit de terroir est un évènement vitrine au sein de plusieurs festivals dans les espaces ruraux.



Figure 62 : Affiche promotionnelle de la 18e édition du festival national des pommes de Imouzzer Kandar.

Source : Page Facebook officielle du festival : https://www.facebook.com/FESTIVALDESPOMMES/

L'articulation de l'évènement autour de l'image d'une miss dans la construction de l'affiche promotionnelle du festival montre l'importance qui est donnée à cette élection dans la stratégie de valorisation des produits de terroir. L'élection d'une miss se veut être un évènement clé du festival. Le caractère occidental qui est conféré à la femme qui porte le titre de Miss pomme montre bien qu'il s'agit d'une pratique étrangère au territoire, d'un d'amalgame culturel (Berriane et al., 2016).

L'intégration du féminin à travers le statut de miss est une pratique ancienne dans certains festivals : 1962 à Kelâat M'gouna, 1919 à Sefrou. Cette pratique s'est ensuite répandue à d'autres festivals jusqu'à très récemment, comme à Sidi Ifni avec la création du titre de Miss cactus à l'occasion du *Moussem du cactus* aussi nommé *Moussem Aknari* (Figure 63).




MISS CERISETTE
2019



Figure 63 : Miss roses, Miss cerisette de Sefrou et Miss cactus de Sidi Ifni.

Photo 1 : © NM, 2023

Photo 2 : https://fr.hespress.com/78402-99e-festival-des-cerises-de-sefrou-miss-cerisette-couronnee.html

Photo 3 : https://fr.le360.ma/societe/video-moi-asmae-miss-cactus-et-fiere-de-mes-dauphines-195827/

Toutes les miss représentent un produit de terroir, ici la rose, la cerise et le cactus. Ces trois produits sont cultivés sur les territoires environnants du lieu du festival qui, lui, a lieu dans le centre des communes. Par exemple, il n'y a pas de cultures de cerise à Sefrou même (Berriane, Michon et Aderghal, 2016).

Pour chacun de ces *Moussem* ou festival, la miss est l'événement folklorique qui célèbre les politiques de développement national promues à travers les salons ou conférences agricoles. Le *Moussem* aknari de 2019 était par exemple organisé sous le thème « les produits du terroir, un levier pour le développement durable ». Il y a donc pour chaque festival un volet professionnel et un volet folklorique et culturel qui sont tous des événements officiels ouverts par des représentants des pouvoirs publiques.
Bien que l'élection de miss soit placée sous le signe de la valorisation d'un produit de terroir, cela reste un évènement de divertissement. Il est d'ailleurs organisé à la marge des évènements professionnels, comme le SIRP dans le Festival des roses, ou les tables rondes organisées lors du *Moussem* du cactus. Cela montre l'absence de crédit qui est accordé par les pouvoirs publics à cette pratique. Cela montre aussi que lorsque les femmes sont mises à l'honneur à travers un évènement dédié, elles le sont dans des évènements ayant un rôle uniquement publicitaire et qui n'offrent pas nécessairement une valeur rajoutée à la filière agricole et au développement de leur territoire.

Pour attirer les femmes à participer à ce concours, des récompenses sont proposées (Figure 63). Elles bénéficient toutes du même trophée mais la Miss roses à un chèque de 5000 dirhams (500€), la première dauphine un chèque de 3000 dirhams (300€) et la deuxième dauphine un chèque de 2000 dirhams (200€). Sur le chèque de la Miss cactus au premier rang on peut lire « Chèque d'un montant de 5000 dirhams. Reine de beauté du cactus 2019 », associé aux logos de différents organes qui représentent l'État et le territoire comme la province de Sidi Ifni ou l'aéroport de Sidi Ifni.

Les finalistes portent également une écharpe sur laquelle est indiqué le titre qui leur a été attribué dans le cadre de cette compétition nationale. Les femmes qui ont concouru sous le signe de la rose portent une écharpe affichant en français « Miss roses » avec un numéro qui rappelle leur classement, de 1 jusqu'à 3. Sur les deux autres photos, les femmes portent des écharpes où le titre est renseigné en arabe que l'on peut traduire ainsi : « Reine de la cerise » et « Reine de beauté du cactus » (Figure 63).

C'est un titre dérisoire conféré aux femmes qui est loin de valoriser sérieusement les multiples rôles qu'elles occupent dans les filières, permettant ainsi le développement de leur territoire. Les titres de Miss roses participent certes à la patrimonialisation des produits de terroir, toutefois celle-ci se fait de façon patriarcale, réduisant le statut des femmes à celui d'icône publicitaire.

Les tenues traditionnelles des femmes, leurs usages et leurs significations sont aussi détournées. La Miss roses porte la tenue traditionnelle d'Imgoun, qu'on reconnaît notamment avec la *tachtat*, le *loubane*, le foulard noir, le fil de laine et la coiffure typique. La Miss cerisette porte une *takchita* brodée avec les savoir-faire de la couture de la région de Fès. La Miss cactus et ses dauphines portent, quant à elles, une couronne amazighe spécifique à la région des Ait Baamran. Elles ont à l'origine une fonction sociale qui met les femmes à l'honneur dans les villages, notamment à l'occasion d'évènements importants. Ces élections deviennent le lieu d'un détournement culturel et qui ne valorise pas l'implication réel des femmes dans les filières agricoles. Le concours de Miss roses est donc un véritable révélateur de l'instrumentalisation des femmes dans la tentative de patrimonialisation des produits de terroir par l'État.

Le rôle des femmes à travers ce concours, mais aussi à travers le SIRP et dans le folklore sur le territoire de la rose permettent de mettre en évidence une ambivalence dans la stratégie de patrimonialisation de la rose. D'un côté, apparaît une volonté d'inclusion des femmes dans la valorisation agricole de la rose et plus largement du développement de leur territoire. Elles sont intégrées et mises en avant comme de véritables ambassadrices des produits de rose dans des statuts et dans l'espace public du festival qui relevait du tabou dans le passé. Les femmes deviennent alors de nouvelles actrices pour construire le patrimoine du territoire autour de la rose. D'un autre côté, les rôles qui leur sont donnés montrent qu'elles sont surtout utilisées comme des vitrines, c'est-à-dire pour fabriquer une image de ce territoire autour de la rose. Elles présentent les produits, elles dansent ou défilent dans des costumes. Les espaces professionnels et intellectuels du festival, comme la conférence, les organes de l'État qui organisent le festival, etc., qui peuvent faire évoluer la filière de la rose, restent majoritairement représentés par des hommes.

De plus, le seul espace exclusivement réservé à la valorisation des femmes dans le festival est l'élection de miss où la femme est réduite à son corps. En ce sens, la place historique de

l'élection de Miss roses dans le festival et son rôle dans la patrimonialisation et la mise en tourisme de la rose interroge les rapports de genre qui se construisent à la lumière de cette pratique.

III. Le concours de Miss roses : symbole de la domination masculine dans les stratégies patrimoniales

1. Genèse et héritage du titre de Reine de beauté.

Cette pratique est née en 1962 sous le titre de *Malikat al Jamal* (Reine de beauté) avant de devenir celui de Miss roses et plus récemment de *Malikat al Wouroud* (*Reine des roses*), bien que cette dernière appellation reste utilisée par les administrateurs du festival lors de déclarations officielles. Pour reconstituer les prémices de ce titre, nous avons recueilli le témoignage de la première *Reine des roses*, Touda Aadi, qui n'a pas été anonymisé avec son accord.

D'après son témoignage, il n'existait pas de *Malikat al Jamal* avant la première édition du *Moussem el woroud*, en 1962. C'est au cours de cette année qu'elle a été sollicitée pour intégrer la troupe *tahidousst n'oumgoun*, mise en place par les organisateurs du *Moussem* des roses, qui lui ont également demandé d'occuper le titre de *Malikat al Jamal.* Ainsi, à l'inauguration du *Moussem* des roses après l'indépendance, *Malikat al Jamal* était un titre occupé par une femme membre de *tahidousst n'oumgoun.* C'était une femme de Kelâat M'gouna, qui maîtrisait les chants et danses amazighs locales.

« Un Ahidouss était en train de s'organiser dans la commune pour la rose et 4 femmes sont venues me demander si je serais d'accord pour participer. C'était en 1962. C'est cette année-là qu'on a voulu instaurer une Malikat al Jamal. On m'a demandé et j'ai accepté car personne ne voulait le faire, c'était considéré comme honteux. J'étais la seule à avoir accepté, j'avais 12 ou 13 ans, j'ai été la toute première Malikat al Jamal. À cette époque, il n'y avait pas de char comme aujourd'hui. Moi et mes deux dauphines, on marchait à côté d'un cheval. Et après le cheval se fut le tracteur, on montait dessus avec mes deux dauphines. On commençait le défilé au niveau de l''usine des arômes et on arrivait jusqu'au niveau de la station Total. À cet endroit j'ai eu la chance de donner des roses à sa majesté le roi Hassan II allahirahmo (qu'Allah lui accorde sa miséricorde). » Touda Aadi, première Reine des roses, le 6 août 2021.

Son récit éclaire le contexte de création du titre de *Malikat al Jamal.* La présence du monarque souligne l'introduction de cette pratique par l'État. Une troupe de *tahidousst n'oumgoun* a été constituée à la demande des organisateurs du festival. Au sein de celle-ci, une femme, ici Touda Aadi, s'est vu proposée le titre de *Malikat al Jamal* et elle a accepté. Il n'y avait donc pas encore d'élection. La Reine de beauté était nommée et faisait partie d'une troupe. C'est un évènement inédit car pour la première fois, des femmes quittent l'espace du village pour donner un spectacle de *tahidousst n'oumgoun* et être sacrée Reine de beauté. Le titre n'incluait pas à l'époque la dimension de la rose, seule la beauté était à l'honneur.

Cette manière de mettre en beauté et d'exposer publiquement le corps des femmes surprend car elle sort des codes sociaux :

« Dans les années 1960, je ne sais pas ce qu'il y avait dans le Moussem car je faisais partie du groupe et je devais rester avec le groupe car c'était mal vu pour une femme de se promener dans le Moussem. Je me souviens, la première année où je me suis mariée, j'ai ramené une copine à moi pour qu'elle fasse Malikat al Jamal à ma place car à l'époque c'était dur de trouver des femmes car c'était la honte. C'est moi qui l'ai habillée. Moi, je me suis habillée simplement pour aller au Moussem, j'ai mis mon tachtat, à l'époque on mettait deux tachtat : un blanc et un noir. Moi je passais les trois jours du festival là-bas l'année où je me suis mariée. Parfois j'y allais même à pied si je ne trouvais pas de transports. Il y avait peu de femmes qui allaient au Moussem car ça ne se faisait pas. On y passait la journée mais on rentrait avant la fin de l'après-midi car ça ne se faisait pas de rester le soir pour regarder les danses folkloriques. Acheter des vêtements et des légumes ça oui, je le faisais. Comme je ne parlais pas arabe, je ne pouvais acheter que dans les stands ou les vendeurs parlait tachelhit. Tu sais, à l'époque, nous les femmes, quand on voyait des voitures on partait en courant. » Touda Aadi, première Reine des roses, le 6 août 2021.

D'après ce témoignage, au cours des premières éditions, les femmes se montraient très réticentes à accepter le titre de Reine des roses ou à intégrer la troupe de *tahidousst n'oumgoun* du festival. Cela explique l'absence d'élections, qui existent aujourd'hui, car les femmes et leurs familles refusaient leur participation. De plus, il apparaît que, dès le lancement du *Moussem* des roses, seules les jeunes filles célibataires pouvaient recevoir le titre de *Malikat al Jamal*, ce qui rend encore plus difficile la participation des femmes. D'après son témoignage, Touda Aadi avait 12 ou 13 ans lors de sa première consécration. À son mariage, il ne lui était plus possible d'occuper le titre, elle a alors aidé le comité du *Moussem* à trouver une remplaçante, la population n'étant pas ouverte à cette pratique.

Participer en tant que visiteur était déjà une pratique exceptionnelle pour les femmes et comme nous l'avons évoqué, certains espaces du festival étaient réservés aux hommes. Alors, être habillée, maquillée et parader à l'occasion du défilé du carnaval et danser aux yeux de tous les hommes venus participer aux festivités s'imposait comme une pratique en dehors des codes culturels ainsi que des normes sociales et familiales. C'était considéré comme honteux. Même en tant que *Malikat al Jamal*, la participation des femmes au *Moussem* était limitée à l'espace du carnaval et de *l'Ahidouss*.

Par ailleurs, accepter le titre de *Malikat al Jamal* et intégrer le groupe de *tahidousst n'oumgoun*, c'était accepter de se produire à Kelâat M'gouna mais aussi à l'étranger. Aujourd'hui, les femmes qui participent au concours de Miss ne font pas nécessairement partie d'une troupe, et par conséquent ne sont pas amenées à voyager avec elle. Ainsi, à l'époque de la première *Malikat al Jamal*, les femmes ne quittaient pas seulement l'espace du foyer et du village le temps du *Moussem* des roses, elles quittaient le domicile et le territoire marocain pour se produire à l'occasion d'autres évènements culturels dans le monde. Un devoir qui éclaire la réponse des familles, qui refusaient de voir partir les jeunes filles du domicile familial.

« Moi je me suis mariée plusieurs fois, et dès que je divorçais je redevenais Malikat al Jamal parce qu'à l'époque comme je te l'ai dit, ils n'arrivaient pas à trouver de femmes. J'ai donc été Malikat al Jamal 8 fois je crois. J'ai voyagé dans le monde entier (…) je suis allée à Tokyo, en Russie, en France, en Inde, au Canada, aux États-Unis etc. (…) Les vêtements des femmes rappellent la rose, et il y a l'abeille qui mange les roses, il y a aussi les paroles : oh mon Dieu fait que la séguia apporte de l'eau et les femmes répondent la séguia est pleine d'eau ramenez des roses. » Touda Aadi, première Reine des roses, le 6 août 2021.

Le rôle de *Malikat al Jamal* ne dure qu'une journée, le jour du carnaval, alors que faire partie de la troupe est un rôle qui s'inscrit sur la durée. Le titre de *Malikat al Jamal* est réservé à une pratique locale alors que le *tahidousst n'oumgoun* est porté à l'international. Les femmes sont introduites en tant que vitrines de ce folklore local dans la stratégie de valorisation de la culture marocaine à travers le monde. Touda Aadi et les autres femmes de la troupe deviennent, aux côtés des hommes qui en font également partie, des acteurs de cette stratégie. Elles dansent à l'étranger sous les couleurs du drapeau marocain qu'elles animent et valorisent ce patrimoine depuis l'étranger en revendiquant leur territoire. C'est dans ce cadre que Touda Aadi s'est produite au sein de sa troupe à l'occasion de la Foire de Montréal en 1987.

La première Reine, même si elle ne l'était plus, a continué de faire partie d'une troupe évoluant avec l'insertion des troupes dans la logique capitaliste de l'entrepreneuriat. Elle occupait un poste qui s'est officialisé avec la création de l'association en 2014, mais aussi avec le paiement de sa participation comme une employée. Touda Aadi ne danse plus du fait de son âge avancé mais ses connaissances liées à son rôle historique de première reine est néanmoins reconnu comme référence par les associations qui pratiquent *le tahidousst n'oumgoun*. La plupart des troupes font donc appel à elle pour habiller les femmes à l'occasion des différents évènements.

« Tu sais tout fonctionne avec le tourisme ici, le folklore, la culture, les guides, tout. (…) À l'étranger, on est payé un peu plus de 10000 dirhams (100€) par personne que ce soient des hommes ou des femmes, président ou non. Au Maroc, on est payé en fonction de la durée de 250 dirhams (25€) la journée à Imilchil à 500 dirhams (50€) la journée du côté du Sahara. Touda Aadi est aujourd'hui payée pour habiller et parfois elle vend ses tenues. » Abdellah, membre de la troupe Tizouit Asliya, le 16 avril 2022.
Comme le souligne l'extrait de l'intervention d'Abdellah, membre de la troupe *Tizouit El Asslia,* le *tahidousst n'oumgoun* et les autres activités culturelles proposées au sein du festival contribuent autant que la filière agricole à faire la renommée du territoire autour de la rose.



Figure 64 : Tenues traditionnelles des femmes de la région de Kelâat M'gouna.
© NM, 2023

2. Une objectivation des femmes qui défie les codes sociaux.

Les entretiens que j'ai menés auprès des organisateurs du concours des différentes années, auprès de la commune de Kelâat M'gouna ainsi que mes observations lors de la 58e édition m'ont permis de reconstituer les étapes du concours. Pour élire les trois finalistes, c'est-à-dire la Miss roses et ses deux dauphines, il y a quatre grandes étapes : le recrutement ; la sélection des femmes pour participer au concours ; le défilé de sélection ; et enfin le carnaval.

Le recrutement des candidates au concours de « Miss roses ».

La réalisation du concours requiert la participation d'une dizaine de candidates dans le but de pouvoir réaliser un défilé de sélection. D'après les échanges informels partagés avec les membres de la municipalité de Kelâat M'gouna, trouver des femmes qui acceptent de participer au concours est une tâche compliquée. Le comité d'organisation du *Moussem* des roses, jusqu'à récemment, faisait appel à une femme d'une association pour le recrutement en réponse à une organisation qui était jusqu'alors masculine. D'après eux, la gestion masculine était la principale cause du refus des familles de voir participer leurs filles au concours. La femme de l'association se rendait alors dans les villages et négociait la participation des jeunes filles auprès des familles contre de l'argent pour encourager leur décision. Ce rejet des familles fait le lien avec le témoignage de Touda Aadi sur le refus de participation des femmes dans les années soixante. Malgré son évolution, le concours de Miss roses est une pratique qui est mal vue. Les entretiens menés auprès des hommes et des femmes producteurs et transformateurs vont principalement dans ce sens.

« Moi, je trouve que ce n'est pas bien car on expose la femme et tout le monde prend des photos, et les photos on ne sait pas où elles vont. Les femmes qui font ça n'ont pas le choix, elles sont dans une situation précaire et ont besoin d'argent. Les familles qui n'ont pas besoin d'argent n'enverraient jamais leur fille. » Abdelhakim, agriculteur de la vallée du Dadès, le 3 août 2021.

« Je n'aimerais pas que quelqu'un de ma famille fasse ça, ni ma fille ni personne, c'est la honte. » Yacoub, agriculteur et membre d'une coopérative agricole, le 15 août 2021.

« Je dirais qu'elle n'apporte pas plus que miss Aquitaine pour sa région. » Zoubida, propriétaire d'une société de transformation de rose, le 15 mars 2022.

« Miss roses dans la tradition, c'est hachouma, ici pour Kelâat M'gouna ce n'est pas une bonne chose, c'est associé à la prostitution, d'ailleurs de nombreuse fois la Reine des roses était choisie parmi les prostituées. Alors c'est resté. Les gens ici ne veulent pas donner leur fille pour qu'elle soit Reine des roses à moins qu'ils reçoivent de l'argent parce qu'ils en ont besoin. » Jenna, membre d'une coopérative, le 6 août 2021.

Ces témoignages montrent bien à quel point l'élection de Miss roses est une pratique qui se situe hors de la société et de la culture locale. Le profond rejet de la majorité des enquêtés souligne que ce statut de Miss est imposé de l'extérieur dans une dynamique de dévoilement des mœurs initiée par l'État. La honte et le déshonneur que la participation des femmes suppose dans les représentations des enquêtés montrent bien comment les valeurs, les croyances et les codes de la société locale priment sur ce concours et sur le festival.

La rétribution des familles en échange de la participation des jeunes filles est aussi décriée car les organisateurs du festival se servent de la précarité pour obtenir la participation des jeunes filles.

Cette transaction monétaire pour obtenir l'exposition des corps des femmes est sexuellement connotée. Certaines enquêtés évoquent des actes d'harcèlement et d'agressions sexuelles à l'égard des participantes au concours venant des organisateurs et membres du jury dans les précédentes éditions. Ces rumeurs soulignent la sexualisation des femmes supposée par le concours.

Toutefois, certaines femmes viennent montrer que certaines parties de la population s'ouvrent à l'évènement en évoquant le moyen de faire valoir le folklore du territoire à travers la Miss roses. En même temps, la simplification des traditions ne leur échappe pas :

« Malikat al Jamal valorise l'identité de Kelâat M'gouna, notre tenue aux gens de l'extérieur, et que la rose vient de chez nous et de la faire connaître. » Hiba, membre d'une coopérative, le 29 juillet 2021.

« Elle fait connaître la rose comme le patrimoine des femmes. Au départ, c'était nécessairement une femme de Kelâat M'gouna qui était Malikat al Jamal. Et, quand la rose est devenue célèbre, qu'elle a commencé à rapporter de l'argent, on a commencé à ramener des femmes de l'extérieur. Alors on modifie les coiffures et la tenue, par exemple lors de la dernière édition elle n'a pas fait les tresses. Avant elle devait mettre des roses en haut de la tête et de part et

d'autre de la tête maintenant les reines de beauté ne le font plus. » Firdaous, membre d'une coopérative, le 29 juillet 2021.

Pourtant, même ces femmes qui voient ce concours d'un œil favorable, lorsque je leur demande si elles accepteraient de devenir Miss roses ou que leur fille ou leur sœur le fasse, elles disent sans exception non.

L'opinion qui s'est quelque peu ouverte à cette pratique, le succès de l'évènement qui rassemble de nombreux spectateurs, et surtout le besoin d'argent ont fait évoluer le recrutement. Le comité d'organisation n'a plus à envoyer une femme soudoyer les familles. Seul un appel à candidature diffusé sur les réseaux sociaux avec une récompense à la clé du concours suffit à motiver des femmes à candidater (Figure 65).



Figure 65 : Appel à candidature promotionnel au concours de Reine des roses pour la 58e édition.

Comité d'organisation du concours de Miss roses, appel à candidature diffusé début avril 2023.

Les organisatrices proposent d'être contactées sur leur numéro de portable. Elles sont les interlocutrices privilégiées des candidates. D'après l'entretien mené avec une des membres du groupe de recrutement et des échanges informels avec d'autres membres, l'appel est lancé un mois à l'avance, prenant fin le 25 avril pour l'année 2023. Les femmes récoltent les dossiers des candidates qui se composent d'une pièce d'identité, une photographie de présentation ainsi qu'une lettre de motivation comme le précise l'affiche promotionnelle (Figure 65). Elles se chargent ensuite de maintenir le lien avec elles afin qu'elles se présentent bien le jour de la

sélection. Nous avons pu observer de nombreux abandons, des candidates ne répondant plus aux messages ou aux appels et ne se présentant finalement pas le jour de la sélection.
Pour celles qui vont jusqu'au bout, elles se présentent toutes dans le lieu qui leur est indiqué. En 2023, il s'agissait du bâtiment d'activités sociales qui se trouve derrière la municipalité de Kelâat M'gouna. Pour l'édition 2023, 12 femmes se sont présentées tout au long de la journée, 10 ont finalement été choisies pour participer au défilé de sélection. En ces lieux, les femmes alors chargées du recrutement assistent un homme qui a la charge de l'organisation avec lequel nous avons pu échanger.

Mohamed Choukri explique être l'organisateur de la sélection depuis plusieurs années et un représentant des domaines agricoles dont il fait partie en tant que chef d'équipe. En tant qu'ouvrier agricole, il n'a pourtant pas de compétences spécifiques à l'organisation de ce type d'évènements. Son rôle consiste notamment à donner les instructions aux femmes qui ont la charge de recruter les candidates. Il dirige aussi la journée de sélection de ces dernières comprenant un exercice écrit, qui consiste en la rédaction de quelques lignes sur la place occupée par la rose et les femmes sur le territoire, suivi d'un défilé. Nous avons pu noter que les candidates sont mises en garde au sujet de la corruption et des plaintes à cet égard reçues lors des éditions précédentes. Nous avons pu assister au déroulement de la journée mais pas à la réunion de sélection finale, durant laquelle délibèrent Mohamed Choukri, l'homme qui l'assiste et une autre femme, pour des raisons de confidentialité.

Le défilé de sélection.

Le défilé de sélection a lieu dans le centre-ville de Kelâat M'gouna. Un décor est constitué à cet effet avec une banderole du festival, des drapeaux marocains, ainsi que la photo du roi qui montre le caractère officiel de l'évènement. Les 10 candidates se voient attribuer un numéro, allant de 1 à 10 et doivent ensuite défiler une à une devant le jury assis le long de la table (Figure 66).



Figure 66 : Défilé de sélection de la Miss roses à l'occasion de la 58e édition du Festival des roses.
© NM, 2023

D’après les échanges menés le jour de l’élection avec les organisateurs du concours, le jury est représenté principalement par les notables de la région réunissant les pouvoirs publics et les entreprises privées. Il y a des personnalités politiques comme le président du Conseil municipal de la commune de Kelâat M’gouna. Parmi les personnalités issues des institutions publiques, se trouvent aussi le Secrétaire général de la province de Tinghir, un représentant de la Chambre d’Artisanat, et un représentant de la FIMAROSE. Enfin parmi les représentants du secteur privé se trouvent notamment des actifs de la transformation de la rose comme le représentant de l’usine des Arômes du Maroc. Les échanges informels partagés avec des membres de l’administration du festival et des employés de la commune de Kelâat M’gouna, ont révélé que les places dans le jury sont attribuées de manière honorifique par les organisateurs du festival. Les 14 membres du jury ne sont donc pas recrutés pour des compétences spécifiques qui justifieraient leur présence.

Par ailleurs, le jury est essentiellement constitué d’hommes, seules deux femmes en font partie. En outre, une des deux femmes a expliqué avoir été contacté le jour même afin qu’il n’y ait pas qu’une seule femme dans le jury. Le processus de nomination du jury semble donc être radicalement différent entre les hommes et les femmes. D’abord en termes de nombre, mais aussi dans la manière dont leur place est attribuée, puisqu’une femme sur deux a été contactée à la dernière minute et pour sauver les apparences. Les femmes ont donc essentiellement leur place dans ce concours en tant que candidates et moins comme membres du jury, soulignant ainsi le caractère sexiste de ce concours.
Le jour du défilé, les jeunes filles candidates au titre défilent devant un public essentiellement masculin (Figure 67). Il est composé de locaux, d’habitants d’autres régions mais aussi de journalistes, de photographes, de chercheurs, etc.

Cette situation articule dans l’espace un rapport de domination homme/femme à travers des jeunes filles qui se pavanent face à une majorité d’hommes qui jugent leur physique. Cette domination masculine est renforcée par le fait que le superviseur de la sélection soit présent sur la scène pour leur dicter les mouvements et gestes corporels qu’elles doivent pratiquer devant le jury et le public (Figure 67).


3


6





Figure 67 : Aiguillage des mouvements des candidates.
© NM, 2023

Le superviseur est présent avec les jeunes filles sur la scène, tour à tour, et leur indique à quel moment elles doivent marcher, s'arrêter, s'incliner ou saluer les nombreux spectateurs ainsi que les membres du jury (Figure 67). C'est donc un homme qui montre aux femmes ce qui, selon lui, est la meilleure manière de se présenter face à ce public essentiellement masculin.

D'après les échanges informels partagés avec les candidates et les femmes en charge de leur recrutement, les candidates ne sont pas familières avec ce type de concours, surtout quand il s'agit d'une première participation. Elles ne sont pas non plus formées à défiler au préalable. C'est ce qui justifie le rôle du superviseur. Les jeunes filles s'appliquent ainsi à intégrer instantanément le rôle qui leur ai demandé pour séduire le public et surtout le jury qui attribue les notes. Certaines candidates prennent même des « postures » pour se mettre en valeur, établissant un contact avec le public, les photographes, la presse, mais aussi le jury (Figure 67). Les membres du public interviennent durant le passage des candidates pour émettre un avis, positif ou négatif, afin de juger leur prestation.
Le *moussem* apparaît comme un évènement public qui permet de rompre avec les codes sociaux. En effet, dans le cadre de ces codes, les femmes sortent leurs plus belles parures uniquement lors des mariages. Et bien souvent, les hommes et les femmes y sont séparés. Les femmes ne se montrent pas, ni ne posent, ni ne dansent habituellement devant les hommes. Hors de ces événements, le contact entre les hommes et les femmes paraît plus subtil, par exemple à travers les codes de l'habillement comme nous l'avons vu précédemment.

Les critères de sélection des candidates au concours et critères de notation du jury.

D'après les entretiens menés avec les membres de la commune de Kelâat M'gouna mais aussi les échanges informels menés le jour du festival avec les organisateurs du concours, des bulletins sont distribués à chaque membre du jury. Chacun renseigne la note qu'il souhaite attribuer à chaque candidate. Les notes sont individuelles et anonymes. Elles vont de 1 à 10 et sont comptabilisés à la fin du défilé.
Concernant les critères de notation, on observe un écart entre ce qui est valorisé dans le discours des organisateurs du concours, et du festival plus largement, et ce qui est réalisé. D'après les organisateurs du festival interrogés, les critères de sélection et de notation ont évolué avec le temps. Ceux-ci tentent de s'éloigner des seuls critères physiques du fait de nombreuses accusations portées à l'encontre des organisateurs et du jury. Ils ont souhaité mettre en avant le travail difficile des femmes dans l'agriculture, via l'exercice écrit notamment. Le superviseur du concours m'a tantôt expliqué que les connaissances des femmes étaient au cœur de la sélection des futures candidates au titre, d'où la présence d'un écrit. D'après mes observations, cet exercice n'a pas pour sujet spécifique l'agriculture de la rose, les candidates devant seulement parler de la rose et de ce qu'elle représente pour elle.

De plus, les observations que j'ai menées tout au long de la sélection et de la notation des candidates montrent que les critères de sélection sont flous et s'intéressent principalement au physique des femmes. D'après le superviseur, les candidates doivent envoyer une photographie d'elle (pas une photographie d'identité), ce qui souligne le critère physique de sélection. J'ai d'ailleurs pu consulter certains dossiers : sur les photographies, il apparaît clairement que les candidates tentent de se montrer sous leur plus beau jour. Toujours selon le superviseur, les candidates doivent se montrer « *hachoumia »* (timides) et avoir un maquillage léger, car c'est important qu'elles se montrent discrètes et humbles. Ce discours est en total rupture avec ce que lui-même pratique lors du défilé puisqu'il indique aux candidates ce qui, selon lui, est la meilleure manière d'exhiber son corps pour séduire le jury et le public afin d'être élue Miss roses.

D'après les organisateurs du festivals, l'évolution des critères s'est aussi accompagnée d'un changement de l'intitulé officiel du concours qui est passé de *Malikat al Jamal* (Reine de beauté) à *Malikat al Wouroud* (Reine des roses). Seulement, les écharpes attribuées aux gagnantes du concours portent l'inscription « Miss roses 2023 » (Figure 63), ce qui conserve une connotation reliée à la beauté. D'après les échanges informels et les entretiens réalisés sur le terrain, la dénomination de Malikat al Jamal (reine de beauté) reste celle qui est utilisée par les enquêtés (non organisateurs du festival). Ce vocabulaire historique qui perdure, montre que la dimension esthétique du titre s'est enracinée dans la mémoire collective.

Cette ambivalence entre le discours officiel et ce qui est pratiqué transparaît aussi dans les discours des organisateurs du festival :

« Avant 2012, et même en 2013, la Reine des roses s'appelait officiellement Malikat al Jamal et on l'élisait que sur des critères de beauté. L'année où j'ai travaillé pour le festival, on a

changé, on a proposé des critères culturels qui portent sur la rose et aussi le niveau scolaire. (…) Les candidates, pour être sélectionnées, doivent être âgées de 18 ans à 35 ans. Les candidates peuvent être mariées, mais il faut une autorisation de leur mari. En général, il n'y a pas de femmes mariées qui participent au concours, ce sont des jeunes filles qui ne sont pas encore mariées. Et, le jour du défilé c'est la tenue vestimentaire que les candidates choisissaient de porter qui est jugée, mais aussi la façon qu'elles ont de marcher. Donc tu vois ce n'était plus la beauté qui comptait. » Moussa, membre d'un comité de direction artistique, le 26 mars 2022.
Cet extrait montre bien que les acteurs du festival tentent de créer un lien avec la rose pour répondre à la nouvelle stratégie de l'État et peut-être pour conserver leur travail au sein du festival. Or, en plus d'être définis par des hommes, les arguments énoncés vont principalement dans le sens de critères qui n'ont aucun rapport avec la culture de la rose. De plus, la plupart des critères de sélection des candidates sont machistes et sexistes. Les candidates doivent être jeunes, âgées de 18 à 35 ans. Ce critère de l'âge aurait évolué puisqu'en 2013 la Miss roses la plus jeune aurait été âgée de 14 ans (Kabbal, 2013). Elles doivent être célibataires et, en pratique, ne doivent pas être mariées. Concernant la notation par les membres du jury, ce témoignage montre qu'il n'a pas de rapport avec la culture de la rose dont certains membres du jury n'ont aucune connaissance. Certains d'entre eux ne sont d'ailleurs pas originaires de la région. Ils témoignent attribuer les notes en fonction de leur opinion personnelle sur la beauté des candidates :*« Moi, j'aimais bien la numéro 5, je l'ai trouvé très mignonne, mais les autres hommes disaient que non, qu'elle est noire, que celles qui avaient le teint plus clair étaient plus jolie alors j'ai suivi. C'est rigolo, chacun dit moi je pense que c'est celle-là qui est belle, non c'est l'autre. »* Un membre de jury, le jour de l'élection de Miss roses, le 27 avril 2023.
« Moi je ne suis pas d'ici, alors non je ne peux pas te dire d'où provient chaque tenue, je regarde et je note celles que je trouve belles. De toute façon, c'est ce qui nous est demandé, d'attribuer des notes en fonction de celle qu'on préfère. » Un autre membre du jury, le 27 avril 2023.
« Non, on ne reçoit pas les dossiers des candidates. On nous donne un bulletin sur lequel il y a un tableau avec les numéros des candidates, de 1 à 10, et à côté, il y a une case vide et on doit mettre la note que l'on souhaite pour chacune de 1 à 10 tout simplement. » Un autre membre du jury, le 27 avril 2023.
Ces différents témoignages montrent bien la distance entre les représentations et l'objectif de ce concours prôné par l'État, c'est-à-dire d'une Reine des roses qui porterait la filière de la rose. Les membres du jury font appel à leur goût en matière de femmes, véhiculant pour certains des canons de la beauté raciste, éliminant de fait toutes celles qui ont le teint mat. La facilité avec laquelle les membres du jury véhiculent leurs opinions personnelles montrent bien comment ces représentations surpassent le cadre du festival et l'objectif officiel de ce concours.

Bien que l'image de la Miss roses soit utilisée chaque année pour représenter l'image du Festival des roses et valoriser la rose comme produit de terroir dans la stratégie gouvernementale, ce concours n'a aucun rapport avec la filière de la rose à parfum. Cette absence de lien dans un évènement qui se veut dédier aux femmes de la rose vient exacerber les rapports de domination homme/femme qui se développent dans la distribution genrée des espaces du festival. L'objectivation de la femme durant la sélection et durant la notation par un jury essentiellement masculin entraîne une sexualisation du corps des femmes, un éloignement

de la culture mais aussi des codes sociaux vécus et partagés par les femmes du territoire de la rose. Ainsi, la Miss roses est utilisée comme une icône pour défendre la rose comme patrimoine de ce territoire rural et pour valoriser l'implication des femmes dans ce secteur agricole alors, qu'en pratique, il n'y a aucun rapport entre les femmes qui participent à ce concours et les femmes qui travaillent dans le secteur de la rose. Il s'agit d'une animation mise en place par des hommes dans laquelle les femmes sont assignées à leur procurer du divertissement. Cette situation n'échappe d'ailleurs pas aux anciennes lauréates, parmi lesquelles la fille de la première en titre :

« On est Miss roses seulement le jour du carnaval. Lorsque le festival est fini, les reines et les dauphines sont ignorées. (…) Le jour du défilé, ils veulent juste voir nos vêtements, notre maquillage et notre beauté physique c'est tout. D'ailleurs, la population aussi ne voit que l'esthétique et nous, ça nous blesse. Ils nous jugent, nous critiquent en nous disant qu'on est moche. Ils prennent des photos de nous le jour du carnaval et ensuite au village et font des montages Malikat al Jamal avant/après, qu'ils postent sur les réseaux (…) Alors, être Reine des roses avec tous ces avis, c'est difficile. Qui va vouloir se marier avec elles après ? Mais moi, malgré leurs médisances je ferai ce que je veux et je ferai la promotion de ma région (…) Pour nous donner l'argent du concours, ils nous ont emmené en voiture dans un endroit perdu et ils ne nous ont pas laissé compter l'argent. Ils nous ont mis la pression en nous disant "pourquoi est-ce que tu veux compter l'argent, tu n'as pas confiance ?". Ensuite, quand on s'est plaint du montant, ils ont dit que c'était prévu comme ça depuis le début et que si on n'est pas contente il ne fallait pas participer. Dans ce cas, pourquoi ils ne nous donnent pas l'argent devant tout le monde ? On ne fait pas le concours pour l'argent, mais ça ne se fait pas. » Duhu et Hanane, anciennes Miss roses et première dauphine dans le documentaire Tinizri (2015).
Ce témoignage montre que les participantes voient dans le titre de Miss roses un statut qui permet de promouvoir les spécificités de leur territoire comme la rose ou encore les tenues traditionnelles. C'était dans l'optique de promouvoir leur territoire à travers ces spécifiés qu'elles se sont présentées comme candidates. Il y a donc une forme d'ambition de la part des femmes à valoriser l'identité de leur territoire, de le différencier, mais se rendent compte, qu'en pratique, elles ne sont pas de véritables actrices de cette mise en patrimoine de la rose à travers le festival, et de n'être que de simples figurantes. Leur prestation dure le temps d'une journée.
Cette manière de mettre en scène les femmes pour valoriser la spécificité agricole d'un territoire est étrangère à la région de la rose mais aussi au Maroc. Largement répandue en France pour valoriser les spécificités régionales agricoles, ce modèle de patrimonialisation par l'objectivation du féminin s'est diffusé au Maroc à l'image de la stratégie de valorisation des espaces ruraux par les produits de terroir (chapitre 1).

3. Le concours de Miss roses : hybridation des pratiques sociales et culturelles.

À l'image des fêtes rurales à thèmes qui sont profondément ancrées dans la culture rurale française (Fournier, 2007), l'attribution d'un titre de miss au nom d'une spécificité agricole est une pratique traditionnelle historique dans les espaces ruraux français. Cette pratique s'est

d'ailleurs institutionnalisée et popularisée à travers le concours très médiatisé de Miss France (Leveneur-Martel, 2021).

Dans les espaces ruraux français, de nombreuses fêtes élisent une miss, telles que la Miss cerise à Fougerolles-Saint-Valbert (Franche-Comté) ou la Miss pomme à Crouzit-Haut (Auvergne-Rhône-Alpes). À la Colle-sur-Loup, une commune rurale du pays de Grasse située dans le département des Alpes- Maritimes, une fête était organisée chaque année pour célébrer la rose qui faisait vivre les habitants. La commune était, au cours du XXe siècle, un des principaux fournisseurs de roses des parfumeries de Grasse. Ainsi, de 1954 à 1961, une jeune fille était élue « Reine des roses » en même temps qu'une célébrité du festival du film de Cannes invitée recevait le « prix des roses » (Figure 68).


journee, vont se côtoyer [illegible] les pro-
ducteurs de rose et des vedettes de
cinéma ou de la chanson.
Au début des années 50, les studios
de la Victorine à Nice fonctionnent
à plein régime et les scènes d'ex-
térieurs sont tournées dans l'ar-
rière-pays. Ainsi, en 1948 Marcel
Pagnol dirige *La Belle Meunière* à
La Colle-sur-Loup et en 1955, une
rue sert de cadre aux *Assassins*
du Dimanche, avec

Figure 68 : extraits d'un journal publié en 2013, non nommé, des archives du MIP.

Source : MIP.

Brigitte Bardot a reçu le « prix des roses » à la Colle-sur-Loup, en même temps une jeune fille du village a été couronnée Reine des roses. Elle célèbre son titre en lançant des roses et en défilant dans la ville sur son carrosse entouré de roses, accompagnée de ses deux dauphines (Figure 68). Ces pratiques sont presque identiques à celles pratiquées dans le Festival des roses de Kelâat M'gouna, soulignant de ce fait leur inspiration française. De plus, la localisation de ces fêtes dans le territoire de la parfumerie grassoise qui est liée par l'histoire à la région de Kelâat M'gouna vient renforcer l'idée de circulation des pratiques entre ces territoires.

D’autres fêtes locales célèbrent annuellement la rose dans le pays de Grasse, comme celle d’Opio où la programmation rappelle celle du Festival des roses de Kelâat M’gouna (Figure 69).



Fête de la Rose

La municipalité d'Opio organise la Fête de la Rose « Centifolia ». Une journée provençale enchantée pour rendre hommage à la rose Centifolia qui autrefois embaumait les collines d'Opio.

Au programme :

- 10H : Ouverture au public et installation du Marché artisanal avec de nombreux exposants

- 10H30 : Célébration de la messe en plein air par le Père Banvillet à l'Amphithéâtre du parc de loisirs (chants religieux interprétés par Céline DELLAGRISA, accompagnée à la harpe par Meghan METTENEY)

- 11H30 : "Vira lou mai" : Démonstration des coutumes par l'association provençale "L'Ouliveto" pour célébrer le renouveau de la nature et l'arrivée du printemps (Farandoles et danses traditionnelles)

- 11H45 : "Le Chant des Cigales" (chorale du village)

- 12H00 : Discours officiel du Maire, Thierry OCCELLI

- 12H15 : Apéritif et Repas champêtre, dégustation de socca et de confit de rose

- 14H00 : Danses traditionnelles avec la troupe "Leï Messuguié", Cortège et départ en calèche au champ de roses, Cueillette de la rose centifolia, Démonstration de savoir-faire concrète, Distillation d'eau de rose, Préparation confit de rose.

- 16H00 : Concert de clôture (chants traditionnels) à l'Amphithéâtre du parc de loisirs

Entrée libre

Figure 69 : Programme de la Fête de la rose d’Opio, édition 2016.

Source : Côte d’Azur, site indépendant, http://www.cote.azur.fr/actualites/info_fetes-et-carnavals_nature_13902.htm

La présence d’un marché artisanal, les représentations de danses traditionnelles ou encore le concert du soir sont autant d’activités qui sont aussi organisées à Kelâat M’gouna. De plus, le discours du maire de la ville qui ouvre et officialise la fête, comme appartenant à la commune rurale, fait aussi écho à l’ouverture du Festival des roses par les représentants de l’État qui rappellent sa dimension politique.

Le couronnement d’une Miss roses ou Reine des roses est devenu une pratique triviale et folklorique de certains espaces ruraux en France, mais cette pratique a des origines historiques. Dès l’Antiquité, la rose célèbre l’identité féminine défendue par l’Église à travers le couronnement des rosières dans différentes communes (Figure 70).



Figure 70 : Le couronnement de la rosière.

Source : Jean Baptiste Nougaret, XVIIIe, BNF, https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb32491259n

Le couronnement des rosières est une célébration religieuse de l'Église dont la plus ancienne remonte au V^e^ siècle dans la commune de Salency. À cette occasion, une jeune femme était choisie par le seigneur de la commune, pour ses qualités et celles de sa famille. La jeune femme était choisie pour sa conduite irréprochable mais aussi pour sa vertu, sa discrétion et sa piété. En plus de la couronne de roses, une somme d'argent lui était attribuée (Nougaret ; Chesnel 1838). La représentation picturale (Figure 70) illustre la scène du couronnement de la rosière. La jeune femme au premier plan est couronnée par une couronne de roses. La rose donne le nom « rosière » à la jeune femme glorifiant ainsi son statut, elle constitue un modèle à suivre pour les jeunes femmes du village. Le caractère religieux de cette célébration est caractérisé par le crucifix porté par la jeune femme, mais aussi par le geste de prière du personnage situé à gauche, qui semble faire partie de la famille de la jeune femme. La famille doit elle aussi être jugée irréprochable par l'Église pour que la rosière soit élue (Figure 70).

Ainsi, le parcours des traditions de célébrations françaises dévoile une superposition historique entre la femme et la rose. Du côté du profane, cette superposition se traduit dans l'univers folklorique de certains espaces ruraux méditerranéens à travers l'élection d'une Reine des roses qui se fait à l'image des concours de miss. Plus ancienne, la célébration religieuse superpose le genre féminin et la rose dans une symbolique de pureté. La rosière n'est plus une fête répandue en France, mais les concours de miss qui lui succèdent subtilement sont eux bien présents (Segalen, Chamarat, 1983).

Cette nouvelle pratique de célébration folklorique des produits de terroir par l'identité féminine à travers l'entrée de « miss » souligne un phénomène de circulation de pratiques culturelles qui sert la patrimonialisation de ces spécificités régionales. La circulation « est un principe de fonctionnement de tout système, de quelque nature qu'il soit, car elle permet les échanges et les transferts sans lesquels aucune interaction ni aucune dynamique ne seraient possibles (…) Les espaces mis en liaison génèrent les flux ou sont des relais du circuit » (Lévy, Lussault, 2003,

p.158). Comme le soulignent les deux auteurs, l'objet qui circule, ici la sélection de miss, est le plus facile à identifier. Il est moins aisé de comprendre comment se fait le déplacement, mais aussi de quelle manière la société, et ici en particulier les femmes spécifiquement, doivent composer avec ces nouvelles pratiques. L'intégration des femmes dans la stratégie de patrimonialisation des produits de terroir portée par l'État, à travers l'élection de Miss roses, questionne ce phénomène de circulation. Comme le souligne Magali Talandier (2015) au sujet des pratiques balnéaires, il ne s'agit pas d'une circulation des modèles qui se ferait dans un mécanisme simpliste d'imitation ou de transfert des « Nords » vers les « Suds ». Cette dynamique de genre souligne les échanges culturels qui se tissent par-delà la Méditerranée, entre la France et le Maroc, dans leurs mécanismes respectifs de patrimonialisation de la rose au regard d'une histoire commune.

L'élection de « Miss roses » à Kelâat M'gouna et la polémique qu'elle génère au sein de la société locale montre que les femmes se retrouvent divisées entre deux sphères culturelles. C'est le cas dans les territoires où cette pratique de miss est transportée, comme le montrent les femmes miss et reines de carnaval autochtones au Québec qui sont prises entre deux modèles (Bousquet, Anny Morissette, Hamel Charest, 2017). Il y a d'un côté le modèle traditionnel qui leur est familier et de l'autre côté le modèle occidental qui est insufflé par la pratique de l'élection de Miss. La présence de critères de sélection, qui s'appuient partiellement sur des connaissances et de l'autre côté les notes attribuées lors du défilé qui se basent sur le physique des candidates, montrent que les femmes doivent répondre à deux modèles de féminités antagonistes.

Ces deux modèles, l'un occidental, l'autre local, font se mouvoir dans un même espace des normes sociales de différentes sphères culturelles, ce qui engendre des tensions sociales et culturelles fortes. Cette situation d'hybridation questionne la reproduction sociale pour les femmes puisqu'elles doivent représenter les traditions et coutumes culturelles locales pour les faire perdurer et en même temps s'adapter au changement au contact de l'occidentalisation. Pourtant les procédés corporels comme le maquillage ou le défilé devant des hommes sont contraires aux normes sociales locales. Le Festival des roses, à travers l'élection de miss, devient alors un espace d'affrontement de normes de genre antinomiques.

Conclusion du chapitre 7

Passant d'une fête locale organisée par les industriels colons à un événement culturel annuel organisé par l'État marocain, la Fête des roses s'est institutionnalisée au lendemain de l'indépendance dans un contexte de reconstruction nationale. Cette nationalisation change les logiques de la fête jusqu'alors économique pour devenir politique. Elle est d'abord insérée dans une logique de contrôle, enracinant le pouvoir central de l'État dans les espaces ruraux. Puis, la fête est intégrée dans la stratégie agricole de patrimonialisation des spécificités régionales, mettant à l'honneur les territoires à travers leur produit de terroir phare, ici la rose de Kelâat M'gouna-Dadès.

Dans ce cadre, les femmes constituent une entrée privilégiée pour l'État pour enraciner la rose comme étant l'identité de la région de Kelâat M'gouna où est cultivée la rose. Les femmes sont constamment associées à la rose dans les différents espaces du festival à travers le SIRP, le *tahidousst n'oumgoun* mais aussi l'élection de Miss roses. Tous ces lieux présentent les femmes comme vitrines de l'agriculture de la rose, de sa transformation et de son univers culturel, social et folklorique. Les femmes semblent alors apparaître comme des actrices essentielles de la patrimonialisation de la rose face aux habitants et aux touristes qui participent chaque année à l'évènement.

Toutefois, leur exclusion des espaces professionnels où sont menées les réflexions et les prises de décisions concernant la filière mais aussi de l'organisation du Festival de la rose qui restent largement réservés aux hommes vient remettre en question cette image des femmes. Loin d'être mis à l'honneur, le travail des femmes dans l'agriculture est réduit au silence. Leur place dans la transformation de la rose est simplifiée à son minimum et le rôle qui leur est donné dans le folklore les rétrograde au rang d'objet. La stratégie de patrimonialisation de la rose portée par l'État vient ici exacerber les inégalités de genre et les rapports sociaux de sexe. Elle dessine clairement une distribution hiérarchique des rôles qui place les hommes et les femmes dans une relation de dominant/dominé.

Par ailleurs, l'occidentalisation des pratiques de la fête à travers la mise en scène du corps des femmes à l'occasion de l'élection de Miss roses semble indiquer une inspiration française dans la manière d'intégrer les femmes dans la stratégie de patrimonialisation de la rose. Cette influence vient exacerber les rapports de genre dans le champ du patrimoine d'abord au sein du concours mais aussi auprès des habitants à qui il n'échappe pas que le rôle sexualisé donné aux femmes n'a rien à voir avec le travail qu'elles effectuent dans la filière. Cette hybridation culturelle imposée aux femmes les contraint à composer avec deux univers aux codes culturels et sociaux qui s'opposent et qui sont pour elles générateurs d'exclusion. La valorisation de cette instrumentalisation des femmes dans le champ du tourisme participe, quant à elle, à fabriquer un produit touristique artificiel autour de la rose.

Chapitre 8. Fabrication d'un produit touristique local artificiel autour de la rose.

Dans le champ du tourisme les interactions qui sont créées entre la rose de Kelâat M'gouna-Dadès et son territoire sont un bon moyen d'étudier la manière dont un produit de terroir forme un tout avec son territoire. La rose est d'abord associée à l'environnement géographique qui l'entoure, tout en étant souvent associée aux ensembles montagneux ocres qui rappellent sa couleur et forment la Vallée des roses.

Le terroir est aussi en interaction avec la société c'est-à-dire la population et son mode de vie qui se déploient sur le territoire comprenant également les modes de production qu'elle met en avant, ici le développement de la filière de la rose à parfum. La culture est également connectée au terroir, comme nous l'avons vu à travers les savoir-faire qui sont associés à la rose et à l'oralité des chants et danses folkloriques. Dans ce cadre, les édifices architecturaux découlent eux aussi de cette culture, dans son aspect matériel que nous proposons d'aborder ici à travers la valorisation touristique de l'univers de la kasbah.

Les acteurs du tourisme de la rose travaillent à construire un produit touristique propre à la Vallée des roses qui participe à la différencier des autres destinations étapes présahariennes. La découverte de la filière de la rose à parfum à travers la cueillette de la rose, de sa transformation et de son univers culturel et folklorique sont les principales composantes de l'expérience proposée aux touristes. Elles aussi sont rattachées au patrimoine paysager à travers l'habitat en terre qui est placé au cœur de la découverte d'un mode de vie local qui serait propre au territoire de la rose. Ces différentes mises en scène autour de la rose révèlent à la fois une stratégie de créer un patrimoine de la rose et une tentative d'ériger la région de Kelâat M'gouna en destination de la rose. La sélection qui compose le patrimoine de la rose par les acteurs de l'offre touristique locale nous invite à questionner dans ce chapitre la place de l'artificialisation dans les dynamiques d'ancrage et de mise en tourisme ainsi que la place qui est accordée aux femmes dans ces processus. Il s'agit alors de savoir si, dans les mécanismes de fabrication d'un produit touristique artificiel autour de la rose, les femmes sont montrées comme des actrices actives de la fabrication mémorielle ou est-ce que leur rôle est de nouveau invisibilisé affirmant la dimension patriarcale du patrimoine de la rose.

Dans un premier temps, nous mettrons en lumière la revendication d'un lien entre la rose et l'architecture locale dans les processus de création mémorielle (1). Puis, nous étudierons la manière dont ce patrimoine architectural est utilisé par les propriétaires des hébergements touristiques pour mettre en scène un produit touristique typique autour de la rose (2). Enfin, nous verrons que les revendications patrimoniales des propriétaires des hébergements touristiques servent surtout à créer une expérience touristique pour faire face à la concurrence de la moyenne et haute vallée du Dadès.

I. Rattachement de la rose au patrimoine bâti.

1. L'intégration de la Kasbah comme composante du patrimoine de la rose.

La 58e édition du Festival des roses a accueilli la consécration de la Miss roses et de ses dauphines par leur élévation sur un char rose qui surplombe le carnaval et la population, glorifiant ainsi la rose à parfum et l'architecture locale à laquelle elle est associée (Figure 71). A travers la reproduction de la Kasbah sur le char de la Miss rose les organisateurs reprennent les éléments architecturaux spécifiques au Sud marocain pour les placer sous le signe de la rose. L'intégration du patrimoine architectural local à l'élection de la Miss roses participe à le présenter comme une des composantes du patrimoine de la rose. Dans cette stratégie, les femmes de la rose – à travers le symbole de la miss rose – sont utilisées pour porter cette architecture présentée comme propre à la rose.





Figure 71 : Reproduction de l'architecture locale sur le char de la Miss roses.

© NM, 2023

La reproduction sur le char expose des éléments clés de la représentation contemporaine de l'architecture vernaculaire. La couleur ocre rappelle la couleur de l'argile, les petits dessins marrons quant à eux rappellent les frises en dents de scie sculptées sur la façade des sommets des anciens *ksours* (village fortifiés) du Tafilalet (Meunié, 1962). Les sommets érigés en damier, modernisés ici avec la peinture blanche qui orne aussi les fenêtres, font aussi référence à un des éléments emblématiques du bâti traditionnel, bien que les damiers soient ici simplifiés avec une seule présence sur les extrémités (Figure 71).

La porte centrale est unique, elle fait référence à la construction des anciens *ksours* qui ne possédaient qu'une seule porte servant d'entrée et de sortie pour les habitants. Cette méthode permettait de protéger la population qui vivait en nombre dans ces forteresses (Meunié, 1962). Enfin, les plans de structure de l'architecture traditionnelle des *ksours* sont évoqués par les deux *borjs* qui se trouvent à l'arrière du char, les tours des *ksours* surplombaient le village entier et les territoires environnants. Ici, ils sont placés en hauteur, à l'arrière du char, mis en évidence, surplombant le bâti qui se trouve à l'avant du char. Ce dernier, qui reproduit quatre petites tours, fait référence sur le plan architectural traditionnel au *ksar* qui possède quatre tours (Figure 72). Cette Kasbah située à Boutghrar permet de distinguer ces éléments architecturaux à travers les quatre tours qui s'étirent depuis le sol jusqu'à surplomber le reste du bâtiment (Figure 72).

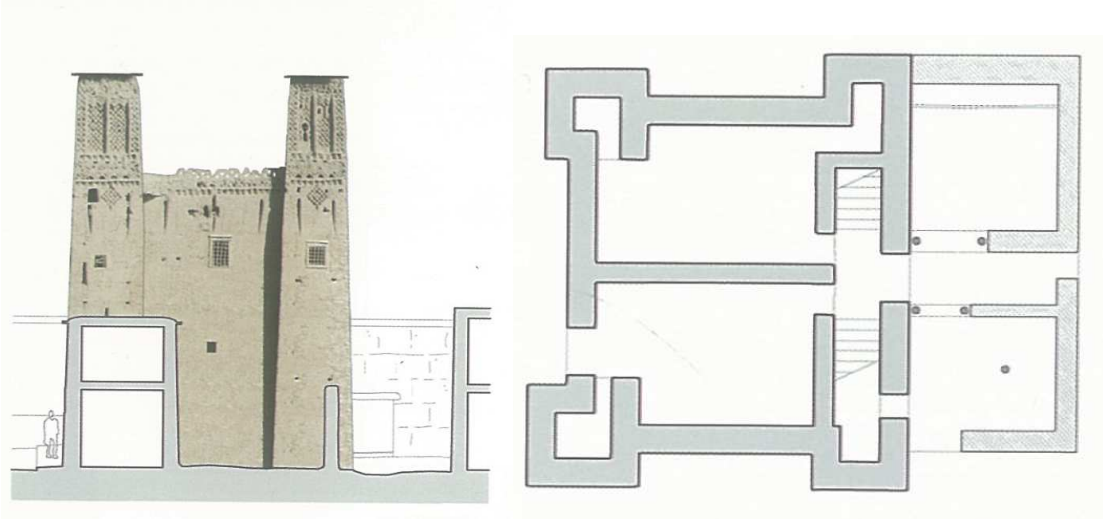


Figure 72 : Kasbah du douar Aït aitcha, Boutghrar.

Source : Cinco miradas cruzadas en el Valle del Mgoun. Alto Atlas Marruecos. L. Osorio, L.M. Asencio Juncal, Colectivo eAM'Coopera, Universidad de Malaga, 2014.

Le char de la Miss roses et de ses deux dauphines est photographié par l'arrière permettant de distinguer qu'un mur de roses a été construit attenant aux deux *borjs* (Figure 71). Les roses ont été soigneusement apposées au centre d'une structure de couleur dorée conférant au char un aspect noble et riche, glorifiant le patrimoine architectural local en même temps que celui de la rose. La fabrication du char de la Miss roses est un choix des organisateurs du festival, donnant un côté officiel et politique à cette revendication de la Kasbah qui est placée sous le signe du « patrimoine de la rose ».

Cette revendication de la Kasbah dans le Festival des roses, qui est un évènement public et touristique, s'inscrit en continuité de la vulgarisation de la Kasbah comme objet patrimonial local dans l'offre touristique hôtelière. En effet, à travers le char du Festival des roses la kasbah est présentée au public et aux touristes comme un élément phare du territoire. Pourtant, la Kasbah est loin d'être une spécialité du territoire de la rose.

2. L'imaginaire de la Kasbah : un héritage colonial.

Au sein de mon territoire d'étude, j'ai observé que l'habitat en pisé est encore largement répandu. Cependant, les logements de type Kasbah ou Ksar ne sont pas les plus communs. Lorsqu'il y en a, ils sont principalement représentés par des vestiges architecturaux (Figure 73) ou bien, par des établissements hôteliers. Ceux-ci témoignent du temps fort du pouvoir de Thami El Glaoui (fin XIXe – milieu XXe siècle). À la tête du Pachalik de Marrakech et des tribus Glaouas du Sud, il régnait en maître sur le sud du Maroc et était considéré comme le deuxième Sultan du Maroc, (Samama, 2006). Le modèle de la Kasbah est reconnaissable au centre des vestiges par les *borjs* qui ont perduré. Ils sont entourés des *jnanes* qui, à l'époque de la photo, ne sont pas en fleurs. À l'arrière-plan, se trouvent les habitations des populations qui permettent de voir une architecture très différente de celle de la Kasbah. Ce sont des habitations rectangulaires de petites tailles, d'un ou de deux étages construits en pisé ou en ciment qui montrent une homogénéité dans leur horizontalité. Toutefois, la présence de sommets en damier inspirés des *ksours* les rattache à l'architecture du sud marocain (Figure 73).



Figure 73 : Vue des vestiges d'une Kasbah du temps des Glaouis, vallée du M'goun.
© NM, 2023

L'architecture des Kasbah est très prisé par l'hôtellerie touristique. Les hôtels sont pour l'essentiel construits sur le modèle de la Kasbah, ce qui traduit l'influence des imaginaires individuels de l'habitat local sur la réalisation des projets touristiques hôteliers. Cette pratique

suggère aux voyageurs que la Kasbah est typique au territoire de la rose renforçant la dimension artificielle de ce produit touristique. La course à la Kasbah dans la création des projets touristiques hôteliers et l'utilisation triviale et automatique du terme dans le champ du tourisme pour désigner les structures quadrangulaires confortent aussi ce sentiment d'un produit local. Toutefois, la Kasbah en tant que produit touristique est le fruit d'une construction et d'un enracinement historique dans les imaginaires sur laquelle il convient de revenir.

La Kasbah, rappelle Salima Naji (2018), désigne en arabe une forteresse ou une citadelle emblématique alors que l'orthographe de ce mot en lettre latine est née dans un contexte colonial de sélection et de sauvegarde des patrimoines du Maroc présaharien. Dans ce contexte, l'ouvrage *Kasbas berbères de l'Atlas et des oasis : les grandes architectures du Sud marocain* d'Henri Terrasse publié en 1938 a joué un rôle fondamental dans l'introduction du vocable et dans la mise en tourisme des Kasbahs. La Kasbah devient populaire dans la première moitié du XXe siècle, durant le Protectorat (Naji, 2018). Les peintres parmi lesquels Jacques Majorelle se passionnent de la lumière et des couleurs ocres de l'architecture du Sud marocain. Inspirée de l'orientalisme de Delacroix ou des courants picturaux de l'entre-deux-siècles du XIXe et du XXe siècles, une communauté de peintres itinérants émerge, parcourant le Sud marocain en quête d'authenticité. L'objet architectural de la Kasbah est devenu central dans les toiles de ces peintres (Naji, 2018). Ainsi, une véritable iconographie touristique se développe dans le contexte colonial, stimulant les imaginaires touristiques autour du Maroc en tant que destination (Figure 74).



Figure 74 : Représentation de la Kasbah dans les imaginaires touristiques.

Source : NAJI, Salima. *La kasbah berbère, ou comment un particularisme architectural devint l'un des principaux archétypes touristiques chérifiens* In : *Fabrique du tourisme et expériences patrimoniales au Maghreb, XIXe-XXIe siècles* [en ligne]. Rabat : Centre Jacques-Berque, 2018 (consulté le 11 octobre 2023).

Cette carte touristique peinte dans la première moitié du XXe siècle montre les symboles de la représentation de l'univers du Sud marocain à travers les Kasbahs qui sont associées à l'ambiance de la vie quotidienne villageoise des hommes et des femmes de chaque côté. Toute la carte du Maroc est représentée avec un fond ocre rappelant les couleurs des paysages présahariens et sahariens ainsi que celui des Kasbahs. Ainsi, dès la première moitié du XXe siècle, la Kasbah s'impose dans les imaginaires touristiques comme une représentation du Maroc en tant que destination. Cette représentation du Maroc s'est affirmée avec l'évolution du numérique. La Kasbah traverse la toile du peintre pour pénétrer l'objectif, devenant un élément-clé des décors cinématographiques. C'est dans ce contexte qu'a émergé Ouarzazate, toile de fond de production de l'industrie cinématographique, devenant la ville marocaine du cinéma et une destination de ciné-tourisme (Lapompe-Paironne, 2011).

L'intérêt occidental de la Kasbah est aussi investi par l'État colonial. Celui-ci lance, dès les années 1920, la réalisation d'un inventaire patrimonial dans l'ensemble du royaume chérifien : les lieux et biens architecturaux sélectionnés parmi lesquels les Kasbah, servent de base de création des circuits touristiques destinés à l'élite française. Dans le Sud marocain entre 1920 et 1956, la Kasbah est un symbole du pouvoir des Glaouas alors soutenus par le protectorat français (Naji, 2018). Les plus célèbres, telles que la Kasbah de Télouet, propriété du pacha El Hadj Thami El Glaoui qui se trouve après le col de Tizi N'Tichka en direction de Ouarzazate ou la Kasbah de Taourirt située à Ouarzazate, constituent aujourd'hui des étapes de la célèbre route touristique des Kasbah (Popp, El Fasskaoui, 2018).

L'intérêt des occidentaux notamment des Français pour les Kasbah se traduit par des achats de terrain et création architecturale coloniale qui font référence à la Kasbah, alliant ainsi « modernité » de l'Occident et le « traditionnel » local. Salima Naji (2018) prend l'exemple de la villa-atelier du peintre Jacques Majorelle qui allie la modernité de la France à celle du Sud marocain avec l'édification d'un *borj* en terre, trait spécifique à la Kasbah et du premier gîte colonial établi à Ouarzazate en référence à la kasbah.

L'indépendance du Maroc ne marque pas la fin de la célébrité des Kasbahs qui ont continué de faire écho auprès de la clientèle occidentale, cultivant les imaginaires touristiques. Elles ont d'abord été introduites dans les années 1960 dans les créations architecturales modernes en béton par les architectes de Rabat pour bâtir des hôtels touristiques à travers quelques rappels discrets (Naji, 2018). Puis, plus récemment, le modèle de la Kasbah quadrangulaire, alors en vogue dans la première moitié du XXe siècle, refait surface dans le champ du tourisme servant une volonté d'appartenance territoriale et de revendication identitaire et patrimoniale.

II. Les hébergements touristiques au cœur de l'artificialisation touristique.

1. Appropriation de la Kasbah par les acteurs de l'hôtellerie pour créer un produit touristique local.

A travers les projets hôteliers, le tourisme est devenu un espace privilégié de revendication patrimoniale qui s'appuie sur l'imaginaire de la Kasbah. Les propriétaires de la basse vallée du M'goun et du Dadès utilisent la Kasbah et ses couleurs ocres qu'ils associent à la rose pour faire émerger une destination et capter la clientèle de passage :

« Il ne faut pas oublier qu'on dit aussi Vallée des roses pour la couleur des roches et des montagnes qui ont des teintes rosées ». Mohamed, gérant d'une maison d'hôte à Boutghrar, le 10 mars 2022.

Cette stratégie passe aussi par le choix du modèle promotionnel de leur offre sur internet et en particulier des photographies qui font office de publicité principale sur Booking. L'appartenance architecturale au Sud marocain à travers la « Kasbah » ainsi qu'à la rose est soulignée dans le nom des hébergements touristiques à l'instar de la « Kasbah roseville » ou encore « Kasbah des roses » ou « Hôtel rose M'gouna », précisant donc leur attachement au territoire (Figure 75).



Figure 75 : Promotion des hébergements de la Vallée des roses sur Booking.

Source : Site internet de Booking, résultat de la recherche « Kelâat M'gouna », consulté le 6 octobre 2023.

La mobilisation de la Kasbah et de la rose se traduit aussi dans le choix des décorations des hôtels. On y trouve par exemple des ornements de roses ou des peintures qui font références aux territoires comme ce tableau qui montre une femme portant la tenue traditionnelle d'Imgoun, similaire à celle de la Miss roses. Elle se trouve au milieu des *jnanes* et tient entre ses mains un panier rempli de roses rappelant la cueillette des femmes de la région de la Rose (Figure 76).



Figure 76 : Choix de décoration des hébergements touristiques.
Photos prises par © NM, 2022 de la Kasbah Chems, Boutaghrar à droite et au centre. A droite, photographie de booking.com (consulté le 10 octobre 2023).

D'autres établissements plantent des roseraies pour que les touristes puissent s'y promener, cueillir et sentir la rose, apportant l'expérience de la cueillette au sein même des établissements. D'autres encore proposent une découverte gastronomique sur le thème de la rose à travers le thé ou les desserts confectionnés à base de celle-ci. Certains vendent directement des produits de rose ou proposent des activités comme la cueillette dans les champs ou la visite des coopératives à travers des partenariats :

« J'ai planté des roses autour de mon établissement car il y a beaucoup de clients qui m'en réclament. En tout, j'ai 1200 mètres de plantations de roses que j'ai aujourd'hui. J'ai commencé en 2019 et chaque année j'en rajoute. La moitié est utilisée par les clients et il nous reste 150 kilos environ que je fais sécher et je vends ça au souk. » Ahmed, propriétaire et gérant de Dar Timitar, le 17 mars 2022.

« Moi dans la kasbah, je leur propose du thé à la rose. Moi je réfléchis à proposer de la confiture à la rose dans mon établissement pour valoriser le travail des femmes. C'est ça la mode aujourd'hui, les gens veulent du local et du bio alors il faut y revenir, ce sont les savoir-faire d'ici. J'emmène aussi les touristes au festival de la Rose pendant les trois jours. » Lahcen, propriétaire et gérant de l'établissement Les Jardins du M'Goun, le 14 mars 2022.

« On a beaucoup beaucoup de touristes qui viennent pour la rose et pour voir le Festival des roses. Je les ramène le matin pour être avec les femmes, pour retirer les roses avec les femmes, je leur fais des desserts à la rose. » Bénina, propriétaire et gérante de la maison d'hôte Hayat le 17 mars 2022.

Le but de tous ces éléments est de faire émerger une expérience locale à vivre autour de la rose. Seulement, tous ces éléments sont issus des représentations et des imaginaires des propriétaires qui de fait n'offre pas la possibilité de découvrir l'architecture, la rose et la vie locale. Cette création, sélection et agencement personnels de la part des propriétaires font de chacun de ces hébergements une proposition dans la manière dont le propriétaire perçoit le territoire. Ils traduisent aussi des goûts et un projet de vie personnel.

2. Un produit touristique fourre-tout qui traduit les représentations du territoire et goûts personnels des propriétaires.

Les Kasbahs touristiques démontrent de nombreuses références confuses qui relèvent plus de l'imaginaire du propriétaire que de la réalité des Kasbahs historiques. En effet, sur les façades il est possible de voir se mélanger des formes grossièrement dessinées rappelant vaguement les dents de scies des Kasbah ; au signe traditionnel revisité de la population amazighe, le *takhelalt* ; à des formes de fenêtres qui sont tantôt rectangulaires tantôt circulaires. A cela s'ajoute l'aménagement de terrasses qui s'inspire de décors extérieurs au territoire avec du mobilier en *zellige* et l'utilisation de parasol en paille qui rappelle les destinations balnéaires. Également, la verticalité augmentée avec des édifices qui atteignent parfois 4 étages souligne une modernité des meublés de tourisme qui sort complètement de l'architecture traditionnelle de la Kasbah (Figure 77).

De plus, les Kasbahs touristiques sont le plus souvent construites avec des matériaux modernes comme le béton ou le ciment, avant d'être repeinte à la couleur du pisé ou recouverte d'une couche de pisé. Tous ces écarts, simplifications ou empreints s'écartent de l'habitat traditionnel de la région de la rose et plus largement du Maroc présaharien.


KASBAH





Figure 77 : la Kasbah touristique, un méli-mélo architectural.
© NM, 2022

Les Kasbahs touristiques sont donc des reproductions factices qui s'inscrivent à la fois dans l'héritage de l'imaginaire colonial de la Kasbah et en même temps dans l'édification des goûts et inspirations personnelles des propriétaires de ces projets touristiques (Figure 78). Certains hôteliers proposent dans la construction de leur Kasbah des inspirations d'autres régions du Maroc comme le choix de construire un salon à ciel ouvert et entouré de voûtes à l'image des *riads* que l'on peut retrouver dans les médinas de Fès ou de Marrakech. On s'éloigne aussi de la région amazighe avec l'ambiance arabe caractérisée par les luminaires empruntés des *riads*. Il y a aussi un mélange du style arabe et amazigh dans la décoration des murs qui associe l'enduit local, le *taddlagte*, au *zellige*. D'autres font le choix d'exprimer leur créativité personnelle à l'image du sol en éclats zelliges reconstitués et colorés (Figure 78).











Figure 78 : Traduction des goûts des porteurs de projets étrangers sur l'architecture.
© NM, 2022

Aux goûts personnels des propriétaires et à leurs représentations de l'architecture de la région s'ajoute l'influence du premier voyage qu'ils ont réalisé dans la région.

« On est venu la première fois en 2010 et on a tellement aimé le Maroc qu'on est revenu chaque année. Pour nous ici, c'est une des plus belles régions du Maroc, alors on s'est dit qu'on aimerait posséder une maison dans la Vallée des roses pour la retraite. On est fasciné par le climat présaharien et par ces constructions en terre. Quand on a vu cette maison, on est tombé amoureux, pour la vue sur les ruines et sur les jardins. Puis on s'est dit que ce serait bien d'accueillir les gens, que ce serait un moyen de partager notre passion. (...) On voulait nous aussi construire en terre et que ce soit résistant alors on a discuté avec des spécialistes de la chaux en France et nous avons ramené la chaux ici pour construire notre maison d'hôte. (...) Il y a une bonne dynamique ici entre les différents propriétaires de maison d'hôte. J'ai rencontré Bénina une fois et j'ai commencé à faire connaissance avec Arlette, et on a rencontré Michelle aussi qui est canadienne et qui est elle aussi en train de construire sa Kasbah, également Catherine mais elle, elle a une maison d'hôte dans la vallée du Dadès. » Brigitte et Kévin, propriétaires de Bab al Atlas, le 19 mars 2022.

« Avant j'allais beaucoup faire des treks au Népal car j'aime beaucoup marcher. Et ce n'est pas évident car c'est loin. Donc avec une amie en 2000 environ on a pensé à venir au Maroc pour aller marcher dans le Toubkal mais c'était enneigé donc on a pensé à la Vallée des roses. Deux ans avant, j'avais fait un voyage organisé avec l'agence Nouvelles frontières, on avait fait beaucoup le désert et on était passé ici dans la Vallée des roses et j'avais beaucoup aimé. Du coup, j'ai dit à mon amie qu'on pourrait faire un trek ici dans la vallée. Donc, j'ai tellement aimé que je me suis dit que j'allais revenir m'installer. J'ai connu une famille et je me suis dit que j'aimerais bien faire quelque chose ici et l'aventure a commencé. La famille m'a aidé a trouvé un terrain que j'ai acheté en 2005. Et comme je trouve l'architecture d'ici magnifique, je me suis dit que pour mon projet d'hôtellerie je voudrais une Kasbah. » Arlette, propriétaire de la Kasbah Agoulzi, le 19 mars 2022.

D'après ces deux témoignages, la création de ces deux Kasbahs touristiques résulte d'une trajectoire personnelle. Ces deux propriétaires ont effectué un voyage dans la région et expriment le fait qu'elles ont été marquées par l'architecture locale en pisé. Pourtant, ce qu'elles proposent dans leur projet hôtelier c'est le modèle de la Kasbah touristique qui est très éloigné de l'architecture locale. Cela démontre les effets des imaginaires des Kasbahs qui sont véhiculés dans les établissements touristiques sur les futures constructions de projets hôteliers. De plus, toutes ces représentations qui fabriquent les Kasbahs touristiques ont tendance à se répandre localement. En effet, les locaux qui mettent en place des projets hôteliers choisissent aussi le modèle de la Kasbah touristique.

« Ici, dès que quelqu'un fait quelque chose, tout le monde le copie, c'est comme ça que ça marche. » Une propriétaire de Kasbah dans la vallée du Dadès, en mars 2022.

3. Les propriétaires des Kasbahs fabriquent une fausse authenticité.

Certains propriétaires mettent en place des objets ou des pratiques qui participent à fabriquer un *storytelling* autour du territoire de la rose. La Kasbah devient alors la scène d'un univers faussement local pour que les touristes puissent, le temps de quelques jours, découvrir la vie dans la Vallée des roses.

Cette artificialisation de la vie locale se traduit à travers la fabrication par les propriétaires d'objets présentés comme typiquement local (Figure 79).

Des dessins d'inspiration de formes *tifinagh* sont sculptés sur les clés ce qui leur confère un aspect « tribal » donnant le sentiment d'une authenticité. Les touristes sont basculés hors de la modernité qu'ils ont l'habitude de côtoyer. Toutefois, ces caractères ne font références à aucune tribu locale. Le but de ces objets est de donner le sentiment de vivre « à la local ». Au cours de nos observations et visites des établissements touristiques, j'ai pu constater qu'un certain nombre d'établissements propose des mécanismes de serrure de ce type. Ces clés sont des éléments de mise en scène du local, que l'on ne retrouve pas dans les logements de la population.



Figure 79 : Clé de chambres d'une Kasbah touristique de la vallée du M'goun.
© NM, 2022

Un autre élément qui revient souvent dans les Kasbahs touristiques, comme marqueur d'authenticité, est la dégustation de thé à base de roses fraîches (Figure 80). Il est constitué de thé vert importé et de quelques roses fraîches qu'on a déposé à l'intérieur de la théière. Le thé à la rose est une des composantes essentielles du séjour car il valide l'authenticité de

l'expérience touristique du territoire de la rose. Pourtant, tout comme les clés, c'est une mise en scène qui vient alimenter un s*torytelling* autour de la rose.



Figure 80 : Le thé à la rose.
Source : Site internet Terre d'aventure, (consulté le 12 octobre 2023).

Au cours de mon terrain, j'ai effectué des entretiens dans de nombreuses maisons où le thé est conventionnellement servi aux invités mais n'est pas accompagné de rose. Les seuls endroits où j'ai observé sa consommation étaient dans les lieux touristiques, ce qui fait penser qu'il s'agirait plutôt d'un usage réservé aux touristes, à l'image de la confiture à la rose ou les desserts à base de roses qui sont servis dans les Kasbahs touristiques.

Ainsi, les Kasbahs constituent des hébergements touristiques qui construisent une expérience faussement authentique. Elles découlent d'une sélection des éléments de la vie locale dont les usages culturels et ceux de la vie quotidienne sont détournés ou inventés. L'expérience touristique est construite sur la subjectivité des propriétaires, c'est-à-dire leur façon personnelle d'envisager le territoire mais aussi sur leur histoire, leur personnalité et leurs imaginaires. Cette subjectivité est racontée aux touristes par l'hébergement et l'ambiance qui y est proposé. Comme le souligne Berriane, Oussoulous, Aderghal, Michon et Moizo (2016), les propriétaires hôteliers dans le sud du Maroc proposent aux touristes des prestations susceptibles de leur plaire, c'est-à-dire qui donne une image idyllique de la vie dans le désert et dans les oasis.

L'arrivée de porteurs de projets ou d'investisseurs occidentaux dans la Vallée des roses participe au développement de ces mises en scène de l'authenticité. De nombreuses Kasbahs touristiques dans la Vallée des roses appartiennent à des étrangers qui résident sur place ou dans des pays occidentaux ou encore entre les deux. Les installations d'étrangers sont communes au Maroc notamment dans les grandes villes, comme dans les médinas de Fès et de Marrakech ou encore d'Essaouira. Toutefois, leur installation dans les espaces ruraux est plus récente et est souvent motivée par l'architecture des Kasbahs (Oussoulous, 2019).

Ainsi, la Kasbah a pris une place prépondérante dans l'expérience touristique et tend à s'affirmer comme un habitat traditionnel. Cette artificialisation de l'habitat traditionnel dans le paysage touristique qui est cultivée et diffusée par l'installation de porteurs de projets étrangers interroge le processus de patrimonialisation. En effet, les Kasbahs et ceux qui les portent jouent un rôle de diffuseur du patrimoine local auprès des touristes. A ce titre, les porteurs de projets se mobilisent pour protéger l'architecture locale, en particulier le modèle de la Kasbah, qu'ils défendent comme étant le patrimoine architectural local.

III. Des propriétaires qui tentent de s'imposer sur la scène touristique.

1. La préservation d'un patrimoine artificiel.

L'habitat en terre et en particulier les Kasbahs sont au cœur des projets d'hébergements touristiques sur le territoire de la rose. Cet attrait pour ce modèle d'hébergement a rassemblé les propriétaires d'hébergements touristiques de la basse et moyenne vallée du M'goun et de la basse vallée du Dadès autour de la volonté de préservation de cet habitat. Ces derniers ont alors créé l'Association d'Hébergements Touristiques des Communes de la Rose (AHTCR).

L'adhésion des propriétaires à l'association est signifiée par des panneaux installés à l'entrée aux bords des routes de la région (Figure 81). Ces panneaux promeuvent les différents hébergements et constituent en même temps une forme de revendication de l'association comme structure active et officielle sur le territoire de la rose.



Figure 81 : Panneaux de l'Association d'Hébergements Touristiques des Communes de la Rose installés sur la route du M'goun (N10).

© NM, 2023

L'objectif de l'association est de valoriser un tourisme respectueux du territoire de la rose. Dans ce cadre, la valorisation du patrimoine architectural en pisé dans les constructions d'hébergements touristique occupe une place prépondérante.

« On l'a fait (l'association) pour valoriser le patrimoine traditionnel de la région. Il s'agissait de faire connaître le patrimoine de la Vallée des roses. Au début, il n'y avait que la vallée du M'Goun et après on a intégré une partie de la vallée du Dadès (…). Le but de l'association

c'était aussi que dès que quelqu'un a un projet touristique, il puisse bénéficier d'un accompagnement pour qu'il ne construise pas en ciment par exemple. » Lahcen, gérant d'un établissement touristique dans la Vallée des roses, le 14 mars 2022.

Ce témoignage illustre bien la représentation d'un patrimoine architectural propre au territoire de la rose qui existe chez les propriétaires d'hébergement touristique. Les propriétaires ont le sentiment qu'ils ont construit leur hébergement à l'image de l'architecture locale ; une pratique qu'il faut perpétuer. Pourtant, les Kasbahs touristiques, comme nous l'avons précédemment étudié, s'éloignent du bâti local. De plus, il y a chez les propriétaires un sentiment d'appartenance au territoire de la rose en tant que destination touristique. Ce témoignage illustre l'impression que les Kasbahs touristiques sont propres au territoire de la rose et que c'est une construction qu'il faut préserver. C'est en ce sens que les membres de l'association se proposent d'accompagner tout nouveau projet d'hébergement afin que la construction se fasse en harmonie avec les hébergements touristiques existants. Cela participe à entretenir la représentation de la Kasbah comme élément caractéristique du patrimoine local.
La revendication de la Kasbah comme patrimoine local s'exprime aussi dans la lutte des propriétaires d'hébergements touristiques contre les constructions en béton qui s'en éloignent.

« Je suis vice-présidente de l'association. (…) Une action qu'on a commencée aussi c'est de lutter contre les constructions en béton. Les retraités viennent ici et construisent leur maison en béton et on perd notre patrimoine. La richesse de la Vallée des roses, c'est la terre rose et non le ciment ou le béton. Avec notre président, qui est le propriétaire de la Kasbah Ben Ali, on cherche à être classé par l'UNESCO pour mettre fin aux constructions en béton. » Bénina, propriétaire de la maison d'hôte Hayat, le 17 mars 2022.

Ce témoignage est intéressant car il catégorise les étrangers comme responsables de la dégradation paysagère par l'architecture des hébergements construits par les expatriés retraités. Les étrangers sont présentés comme acteurs des constructions en ciment moderne, ce qui altère l'authenticité de l'architecture en pisé traditionnel et donc détériore le produit touristique qui est proposé par les hébergements. L'association est donc censée aiguiller tout nouveau projet pour préserver le paysage. L'existence de cette association et l'engagement des propriétaires renforcent l'intégration de la Kasbah comme élément central du patrimoine de la rose. Maria Gravari-Barbas et Vincent Veschambre rappellent à ce titre que *« Revendiquer la protection et la valorisation d'un espace donné, en mettant en avant des qualités patrimoniales, c'est tenter de le défendre et de se l'approprier, réellement ou symboliquement. C'est tenter d'acquérir une légitimité et d'exercer une forme de pouvoir sur cet espace »* (2022, p.71).

Ces témoignages résument bien la position des propriétaires d'hébergements touristiques concernant leur attachement au charme de l'habitat en terre. Tous soulignent que cet habitat est au cœur de l'identité de la rose. C'est aussi ce que traduit le logo choisi par l'association qui montre le lien qui est tissé entre l'architecture des Kasbahs et la rose (Figure 81).

Pourtant, de nombreux propriétaires d'hébergement et membres de l'association ont eux-mêmes eu recours au béton ou ciment pour la construction de leur Kasbah et se contentent de

la repeindre avec une peinture aux couleurs locales. Les discours des propriétaires sont similaires mais les actions ne suivent pas leurs engagements. Chaque acteur a en réalité sa propre représentation de l'habitat en terre et de l'aspect « local » de cette architecture, et chacun construit son hébergement en fonction de ses définitions personnelles. Ces dynamiques montrent le caractère artificiel de ce patrimoine architectural présenté comme local. La réflexion est la même concernant le choix des couleurs de la façade. Tous clament leur appartenance au territoire de la rose mais chacun peint la façade de son hébergement de la couleur qui lui plaît.

« Il y des membres de l'association qui eux- même construisent en béton, c'est n'importe quoi. Par exemple, il y en a une, le Jammou, qui a construit un immeuble en béton de 5 étages dans la Vallée des roses. C'est moche et en plus ça ne respecte ni l'architecture ni les règles d'aménagement de la région. Tu en as d'autres qui vont peindre leurs fenêtres en bleu, mais ils n'ont rien compris, on n'est pas à Chefchaouen ici. » Témoigne une personne qui détient un établissement touristique dans la Vallée des roses, en mars 2022.

Un autre objectif de l'association est de promouvoir l'activité de distillation est de cueillette réalisée par les femmes. En effet, la découverte de la cueillette et des établissements de distillation où les femmes travaillent en nombre est au cœur des activités proposées par les hébergements touristiques. Ces activités représentent des portes d'entrées privilégiées pour découvrir le patrimoine de la région.

« C'est une bataille car cette zone est pour moi la plus pauvre du Maroc et dedans, la Vallée des roses est vraiment une partie oubliée. (…) A Hdida, les femmes souffrent dans la distillerie, elles travaillent dur toute la journée pour 25 dirhams (2,5€), ça me révolte alors je fais de la publicité auprès des touristes pour leur amener des clients. (…) On se bat aussi pour avoir une route parce qu'il n'y a que des pistes. On a lutté pour qu'ils ne mettent pas de décharge ici aussi. » Bénina, propriétaire de la maison d'hôte Hayat, le 17 mars 2022.

Ce témoignage montre la volonté des propriétaires de promouvoir le travail des femmes dans le secteur de la rose auprès des touristes afin de leur apporter un complément de revenu. Dans ce cadre, les hébergements s'accordent avec les unités de transformation pour leur apporter des groupes de touristes. Cela crée un lien dans l'expérience touristique entre les hébergements et la filière de la rose. Il devient incontournable pour les touristes qui logent dans un établissement hôtelier de découvrir l'activité de cueillette ou de la distillation de la rose et d'acheter des produits dérivés de la rose.

Pourtant, de nombreux produits dérivés qui sont commercialisés aux touristes comme étant issus d'un savoir-faire local ou faisant partie du rituel de beauté des femmes de la région de la rose sont en réalité inspirés des produits cosmétiques largement consommés en Occident. Localement, l'utilisation de ces produits ne concerne pas toutes les femmes.

« J'essaie et j'utilise tous les produits issus de notre fabrication à la coopérative mais je n'ai pas toujours les moyens d'en ramener chez moi. » Jamila, employé d'une coopérative, le 9 juillet 2021.

« J'utilise la rose séchée à la maison que je mets dans le henné que j'utilise comme masque pour les cheveux, mais acheter des produits comme les gommages ou les huiles, etc. que l'on vend à la coopérative ça coûte cher. Je les vois surtout quand je fais le conditionnement. » Karima, employée d'une coopérative, le 9 juillet 2021.

Les propriétaires des hébergements touristiques comme les unités de transformation qui reçoivent les groupes ont parfaitement assimilé la recherche d'authenticité des touristes. Dans ce cadre, les femmes deviennent un outil d'authenticité. C'est la présentation de la distillation et des produits par les femmes qui garantit leur authenticité locale. L'architecture et les femmes sont les éléments majeurs qui fabriquent l'expérience touristique commercialisée par les Kasbahs touristiques.

Ainsi, à travers l'association, la revendication de sauvegarde patrimoniale sert surtout à valoriser une expérience touristique fabriquée par les hébergements touristiques. L'architecture de la Kasbah comme la découverte de la culture de la rose à travers les savoir-faire féminins sont détournés, contribuant à fabriquer un patrimoine artificiel, pour faire émerger le territoire de la rose comme une destination. Cette dynamique permet alors de faire face à la concurrence des zones touristiques environnantes.

2. Relevé le défi de la concurrence de proximité.

Les Kasbahs et les savoir-faire agricoles féminins autour de la rose permettent de créer une expérience touristique qui fait face à la concurrence de la moyenne et haute vallée du Dadès (Figure 82).

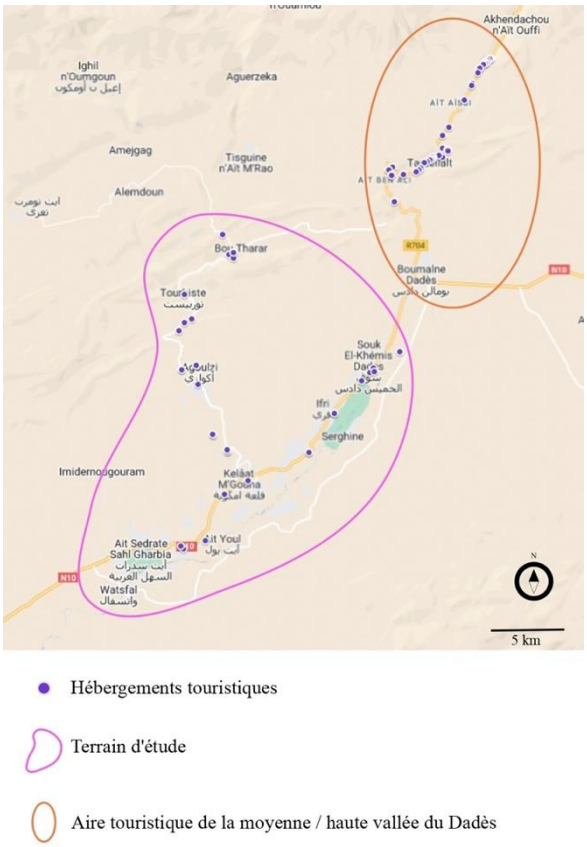


Figure 82 : Schéma de la concurrence touristique du territoire de la rose.
Source : Nacima Mohamdi, Google map, Inkscape, 2023.

D'après les relevés GPS réalisés en 2022, les hôtels sont plus nombreux dans la moyenne et haute vallée du Dadès que sur la moyenne et basse vallée du M'goun ainsi que sur la basse vallée du Dadès qui constituent mon territoire d'étude. Les hôtels de ce la moyenne et haute vallée du Dadès articule leur activité sur les atouts paysagers et naturels que sont les « doigts de singes », les gorges et la célèbre route oscillante qui mène à ces gorges. Cette différence dans la présence d'hôtels répond à une demande en nuitée touristique plus importante dans les gorges du Dadès que dans le territoire de la rose (Tableau 8.5).

La mesure de ces points GPS m'a aussi permis d'observer la différence architecturale qu'il y a entre les établissements hôteliers de ces deux territoires, soulignant ainsi la stratégie des hôteliers du territoire de la rose pour se démarquer. Autour des gorges du Dadès, le bâti hôtelier prend différentes formes, taille, faisant aussi appel à des couleurs plus contemporaines et qui sont souvent extérieures au territoire (rouge, bleu…). Sur le territoire de la rose, c'est la Kasbah quadrangulaire de couleur ocre qui occupe une place dominante. Elle est régulièrement associée à des éléments décoratifs qui rappellent la rose, montrant une volonté de rattacher l'architecture à ce produit de terroir.

Grâce aux entretiens, visites et échanges que j'ai pu mener dans les établissements hôteliers j'ai constaté que de nombreuses activités autour de la rose sont proposées aux touristes. Ces activités permettent aux hébergements touristiques du territoire de la rose de pallier l'absence

d'éléments paysagers incontournables qui amènent les touristes à faire halte dans les établissements des moyennes et hautes vallées du Dadès. En ce sens, la saison de la rose correspond à la haute saison touristique, c'est-à-dire là où le taux d'occupation est le plus élevé. D'après eux, la rose serait la principale raison qui motive le choix des touristes de séjourner dans leur établissement :

« Les touristes viennent majoritairement pour voir la rose, ils disent qu'ils viennent dans la Vallée des roses. Et du coup il y en a qui viennent en janvier et qui sont déçus. La plupart des touristes viennent pour la fête des Roses. C'est pour ça que la haute saison est en avril, mai et en plus ça tombe pendant les vacances de Pâques. » Mohamed, gérant d'une maison d'hôte à Boutghrar, le 10 mars 2022.

« Les touristes viennent pour voir la rose, c'est pour ça que le printemps est la haute saison. Il y a même des gens qui viennent pour faire des reportages, il y en a aussi beaucoup qui viennent pour voir la fête des Roses. La vallée est très belle pendant les roses, il y a l'odeur et les paysages. » Lahcen, propriétaire d'un établissement touristique dans la vallée du M'Goun, le 14 mars 2022.

« La région est connue grâce au Moussem mais le problème c'est qu'il n'a pas de dates fixes. Et donc, ce n'est pas pratique pour les clients qui veulent venir à cette période. On a encore des clients même en ce moment qui nous demandent quand est-ce que ça va avoir lieu mais je ne suis pas capable de répondre. Comme en 2017, ils ont dit que ça allait avoir lieu début mai et il y a eu plein de journalistes qui sont venus pour ça et après ils ont déplacé la date à fin mai. » Ahmed, propriétaire et gérant de Dar Timitar, le 17 mars 2022.

« *Le festival fait connaître la région même s'il trouve du succès surtout chez les Marocains. Ils viennent de très loin pour venir à cette fête des Roses mais elle n'est pas assez mise en valeur, elle est mal organisée. Par exemple, on n'a jamais le programme de la fête des Roses en avance et souvent le programme n'est qu'en arabe, ce qui n'est pas pratique pour les touristes.* » Arlette, propriétaire et gérante de la Kasbah Agoulzi, le 19 mars 2022.

Seulement, la courte saison de la rose rend la concurrence encore plus difficile car elle ne laisse pas beaucoup de temps aux hôteliers pour capter la clientèle de passage. A cela s'ajoute la prédominance du court séjour qui coûte plus cher en matière de coûts et de logistique aux hôteliers, limitant de fait leur marge bénéficiaire :

« La plupart des clients reste une nuit voir deux nuits. Le maximum c'est trois nuits. C'est très rare qu'on ait des séjours d'une semaine. Avant, je n'acceptais pas les séjours d'une nuit car je ne gagnais rien dessus mais maintenant je le fais car je n'ai pas le choix depuis le Covid. » Bénina, propriétaire de la maison d'hôte Hayat, le 17 mars 2022.

« La plupart du temps, les touristes dorment une nuit, ils passent par des agences et viennent avec leur guide. Il y a des individuels qui restent parfois plus longtemps mais c'est

principalement du court séjour. » Arlette, propriétaire et gérante de la Kasbah Agoulzi, le 19 mars 2022.

Ces témoignages confirment le statut « d'étape » du territoire de la rose qui contextualise l'environnement concurrentiel dans lequel s'inscrit la stratégie de mise en tourisme du territoire à travers la Kasbah et la rose pour faire émerger le territoire de la rose comme destination. Cette stratégie trouve un écho chez les touristes qui séjournent dans les Kasbahs sur notre territoire d'étude afin de découvrir l'univers de la rose plutôt que de séjourner dans la moyenne et haute vallée du Dadès. Il y a donc une expérience touristique autour de la rose qui tend à se dégager malgré les difficultés liées à l'environnement concurrentiel, au statut étape du territoire mais aussi à d'autres facteurs comme l'incertitude qui caractérise chaque année la programmation de la date du Festival des roses.
L'édition 2023 en est un exemple, l'annonce a été faite 15 jours avant la date de l'évènement, et fut diffusée par le « bouche à oreilles » et des groupes Facebook locaux, ce qui n'a pas permis aux touristes d'anticiper leur venue.

Conclusion du chapitre 8

La valorisation de l'habitat en terre par le tourisme comme habitat spécifique de la rose ne diffère pas des modes de valorisation touristique du patrimoine architectural dans le Sud marocain. Il se fait autour de la Kasbah dont l'architecture est réinventée à l'origine par les porteurs de projets touristiques européens.

La passion pour les Kasbahs, dont les porteurs de projets européens témoignent, tire ses origines des imaginaires cultivés et diffusés dès le Protectorat pour valoriser le Maroc comme destination auprès des élites de la métropole. Ces imaginaires ont contribué à façonner un habitat local artificiel auprès des touristes qui est présenté comme authentique. La Kasbah mais aussi les modes de vie qui sont attachés à l'habitat en terre sont créés de toute pièce. Le travail agricole des femmes se trouve aussi au cœur de cette dynamique d'artificialisation. Les savoir-faire des femmes sont pareillement détournés pour se calquer sur les représentations des touristes occidentaux. Les femmes sont ainsi utilisées comme garantie de l'authenticité de l'expérience proposée aux touristes.

Bien que ces expériences touristiques soient façonnées par les propriétaires d'hébergement, elles contribuent à la patrimonialisation de la rose. En effet, le séjour dans les Kasbahs et les activités effectuées auprès des femmes participent à faire émerger et valoriser le patrimoine de la rose. Ces expériences se sont tellement développées qu'elles sont aussi défendues localement lors d'évènements folkloriques traditionnels, comme c'est le cas de la Kasbah qui apparaît sur le char de la Miss rose. Ainsi, les femmes sont au cœur de ce patrimoine de la rose réinventé mais elles sont loin d'en être des actrices. Elles sont utilisées pour fabriquer ces expériences touristiques et ne sont pas les premières bénéficiaires des revenus générés.

Conclusion de la partie III

L'étude du festival des roses et celle de la promotion de la vie locale à travers la revendication d'un « patrimoine de la rose » par les hébergements touristiques montre l'évolution de la place des femmes dans les stratégies globales de patrimonialisation et de mise en tourisme du territoire de la rose. L'analyse de la transformation historique du festival des roses montre une déconstruction progressive de l'approche patriarcale qui dominait l'événement, laissant progressivement une place plus importante aux femmes dans la programmation. Les femmes, qui n'étaient que partiellement invitées à participer à la fête dans le cadre d'un abandon temporaire des règles sociales, sont activement impliquées dans les différentes activités. Les prestations folkloriques placent les femmes sur le devant de la scène du spectacle, que ce soit à travers l'ahidouss ou le carnaval. Elles sont aussi actrices de la commercialisation des produits de terroir issus de la rose, portant ainsi à bout de bras l'identité agricole du territoire et s'impliquant dans la stratégie nationale de développement de la filière. Du côté de l'expérience touristique, les femmes sont aussi au centre de l'expérience de la vie locale proposée à travers des pratiques présentées comme typiques, telles que le thé à la rose. Elles sont aussi rattachées au patrimoine architectural des kasbahs, qui sont mises à l'honneur dans ces expériences « locales ». Les femmes apparaissent alors comme l'épine dorsale des différentes activités patrimoniales et touristiques.

Toutefois, la mise à l'écart des femmes dans le pilotage du festival et dans les événements intellectuels et décisionnels, ainsi que l'instrumentalisation de leur rôle dans le produit touristique qui se constitue autour des kasbahs, obscurcit le tableau de cet *empowerment* féminin. La réappropriation des usages traditionnels par les hébergements touristiques dans le but de faire émerger une destination qui fait concurrence à la moyenne et haute vallée du Dadès participe à cette instrumentalisation. Dans la même lignée, il y a un détournement des usages de la fête en contexte rural par les colons français pour servir les ambitions coloniales des parfumeurs grassois, et l'accaparement de la fête par l'État marocain pour affirmer les directives nationales agricoles. Bien que l'intervention de l'État ait participé à inclure les femmes dans l'événement, l'analyse des formes d'intervention des femmes révèle les limites de l'évolution des rapports de genre. L'encadrement des différentes implications des femmes par une gouvernance du festival dominée par des hommes, et la mise en spectacle du corps des femmes à travers notamment l'élection d'une miss orchestrée par un jury d'hommes, souligne une résistance locale encore profonde à l'intégration des femmes au pilotage du patrimoine. Les rôles d'exposition encore trop souvent attribués aux femmes, bien qu'ils participent à les montrer comme vitrine du patrimoine de la rose, représentent un frein à l'*empowerment* féminin pour lequel les femmes luttent.

Conclusion générale

A partir d'une étude sur la condition des femmes et les rapports de genre dans la filière de la rose à parfum, cette thèse avait plusieurs objectifs. Il s'agissait tout d'abord de comprendre les rôles des femmes dans le processus d'ancrage territorial de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès en tant que patrimoine agricole local. Nous interrogions également la façon dont les femmes participent en même temps à la mise en tourisme de ce patrimoine agricole. Inversement, un des objectifs était d'étudier les effets de la patrimonialisation de la rose et de sa construction en tant que produit touristique local sur l'évolution de la condition des femmes. Mais aussi sur les rapports de genre au sein de la filière et sur le territoire. L'analyse de l'industrialisation coloniale de la rose avait pour but de comprendre le rôle du Protectorat Français (1912-1956) et ses héritages dans la construction d'un modèle d'exploitation d'une ressource locale et des conséquences de son déploiement sur les rapports de genre et la situation des femmes.

Pour atteindre ces objectifs, trois questionnements généraux ont guidé cette étude.

Le premier s'intéressait à savoir si l'implication des femmes dans la mise en tourisme et la patrimonialisation de la rose révélait une déconstruction de la vision patriarcale du patrimoine. Il était donc question d'explorer la reconnaissance du rôle des femmes et de leur importance dans la construction de la rose comme produit de terroir par les acteurs du territoire. Il s'agissait également d'étudier la place que les femmes occupent dans la manière de montrer ce patrimoine au reste du monde à travers le tourisme notamment. L'analyse d'un potentiel rééquilibrage des rapports de genre qui sont en jeu dans la constitution de la rose comme produit de terroir est au cœur de cette étude.

Le deuxième se préoccupait des effets des processus de patrimonialisation et de mise en tourisme de la rose et de ses territoires sur les rapports de genre. Cette question interrogeait les dynamiques de genre au sein de la filière de la rose mais aussi ceux relatifs à sa valorisation culturelle et folklorique. La mise en tourisme de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès est, dans ce cadre, une entrée d'analyse privilégiée. Il s'agissait de savoir si la constitution d'une offre touristique autour de la découverte de la rose à travers les femmes encourage le désamorçage de la domination masculine pour aller vers des relations de genre plus équitables. Plus généralement, la lecture des stratégies de patrimonialisation et de mise en tourisme des territoires de la rose par le genre avait pour but d'explorer la renégociation de l'accaparement du pouvoir par les hommes dans la gouvernance et le développement du territoire.

Le troisième questionnement portait plus spécifiquement sur les éventuelles conséquences du modèle de production et de valorisation de la rose, installé par les colons français au cours du XXe siècle, sur les rapports de genre entre les femmes et les hommes au sein de la filière et plus largement sur les territoires de la rose. Il était donc question d'interroger l'héritage de l'industrialisation coloniale sur le modèle néolibéral de modernisation agricole et des conséquences de ce modèle sur le territoire. L'étude du passage d'un modèle d'exploitation

industriel capitaliste colonial à un modèle néolibéral tourné vers l'exportation permet d'analyser - par les rapports de genre - les rapports sociaux de production qui en découlent.

Dans le but de répondre à ces questionnements, trois hypothèses ont été formulées.
La première stipulait que l'implication des femmes dans les activités touristiques qui s'articulent autour de la rose leur offre l'opportunité d'accéder, à des degrés différents, à de meilleures situations économiques et sociales. Ces conditions améliorées permettent alors aux femmes de s'affirmer face à la domination masculine dans le processus de création mémorielle et dans celui de la mise en tourisme de la rose, rééquilibrant ainsi les rapports de genre.

Un *empowerment* féminin…

L'étude de cette implication des femmes dans la filière agricole d'intérêt touristique qu'est la rose à parfum marocaine a permis de confirmer l'*empowerment* féminin qui dessine une première percée dans la renégociation des rapports de genre au profit des femmes. Nous avons pu observer cet *empowerment* à différentes étapes de la filière de la rose à parfum. La monétisation de la cueillette a offert aux femmes la possibilité de participer à la subsistance de leur famille et leur a donné accès à l'économie marchande, amorçant un changement dans la répartition traditionnelle des rôles dans le foyer. Pour certaines femmes, l'*empowerment* est plus important avec le développement d'un entreprenariat féminin qui se traduit par la commercialisation des roses par les femmes, leur permettant de gagner en responsabilité puisqu'elles maîtrisent non seulement la récolte mais aussi la commercialisation des roses - ce qui suppose une analyse du marché et qui permet de générer des bénéfices. Ces variations du renforcement des capacités selon les femmes sont les prémices d'une renégociation des rapports de genre à travers la transformation du rôle traditionnel des femmes comme assistante du mari vers des fonctions de support familial habituellement occupés par les hommes.

L'*empowerment* féminin a été observé avec une plus grande force au sein des unités de transformation. L'ouverture de ces structures aux femmes leur a donné un accès à des situations professionnelles stables qui, contrairement aux emplois saisonniers caractérisant les exploitations agricoles, leur offrent une stabilité financière. Les cas des coopératives féminines représentent les lieux les plus emblématiques de l'e*mpowerment* féminin car ils dépassent les seules logiques de l'entreprenariat et de l'accumulation du capital. Les femmes peuvent créer une coopérative et/ou accéder à des fonctions à responsabilité quelle que soit leur trajectoire sociale et leur classe sociale. La coopérative est aussi un lieu d'apprentissage et d'innovation. Les femmes ont accès à des formations qui leur permettent de s'instruire et d'obtenir des compétences relatives à la valorisation de la rose. Grâce à ces compétences, elles peuvent créer des produits innovants et compétitifs sur le marché. La coopérative est aussi un lieu de mobilité pour les femmes. Elle fait sortir les femmes de l'espace du douar en leur octroyant la possibilité de voyager dans d'autres régions du Maroc et du monde pour participer à des salons professionnels. A ces occasions, les femmes commercialisent des produits de rose et deviennent les ambassadrices de la rose comme produit de terroir. Elles portent donc, au même titre que les hommes, le patrimoine de leur territoire. Fortes de toutes ces compétences, les femmes deviennent les animatrices dans l'offre touristique qui s'est construite sur les circuits

touristiques qui traversent le territoire. Les femmes animent la découverte de la transformation de la rose qui est proposée aux touristes, devenant les représentantes de la rose. Elles participent alors à valoriser la rose comme produit de terroir sur ces circuits et à construire la renommée touristique du territoire autour de la rose. C'est aussi ce qu'elles font au sein du festival des roses à travers les nombreuses coopératives qui présentent et commercialisent les produits issus de la rose. A travers le Salon International de la Rose à Parfum (SIRP) notamment, les femmes interviennent dans la programmation du festival pour valoriser le terroir de la rose et son territoire. Le festival des roses n'est donc plus seulement un lieu de rupture exceptionnel des codes sociaux qui autorise les femmes à sortir du douar. C'est un espace qui témoigne d'une transformation socio-spatiale en marche dans lequel les femmes cherchent progressivement à renverser la domination des hommes.

…qui rencontre des résistances dans les rapports de genre

Toutefois, les enquêtes ont démontré que l'*empowerment* des femmes est un phénomène nouveau confronté à de nombreux blocages. Dans l'espace des exploitations agricoles, la modernisation technique encouragée par les stratégies agricoles nationales récentes se traduit par le développement d'une division sexuée du travail. Dans l'espace des fermes, la présence des caporaux, aussi appelés « cabranes », affirme la domination masculine et souligne le difficile abandon des rapports sociaux de production hérités de la colonisation (Chatou, 2019). Dans l'espace de l'agriculture familiale, les femmes sont employées par des agriculteurs. De plus, les cueilleuses de roses, à l'image des ouvrières agricoles marocaines, sont confrontées à des maigres salaires qui viennent accentuer leur oppression (Houdaïfa, 2015 ; Arab, 2018). Les peseurs de rose qui fixent les prix d'achat aux cueilleuses indépendantes viennent aussi renforcer l'asymétrie des rapports de genre. Les femmes se retrouvent donc, le plus souvent, en bas de l'échelle sociale. Elles doivent faire face à une domination masculine qui les relègue dans certains cas à des situations de précarité extrême.

Du côté des unités de transformation, les freins à l'*empowerment* féminin s'expriment aussi dans les rapports de genre. Comme dans les exploitations agricoles, les femmes constituent la main d'œuvre principale et occupent le plus souvent des postes d'ouvrières. Dans de nombreux cas, elles exécutent des tâches répétitives et aliénantes dans le cadre d'une chaîne de production découpée à l'image des modèles tayloro-fordistes (Jacot, 1990 ; Pouget, 1998). Certaines dérives dans la gestion des coopératives privent aussi des femmes du statut de membre et de ses avantages. A cela s'ajoute l'absence de déclaration, la faible rémunération et l'absence de couverture sociale qui renforce l'oppression des femmes et l'invisibilisation de leur travail. L'accès à l'entreprenariat coopératif présente aussi des limites. Les femmes qui parviennent à créer une coopérative féminine ou à occuper des postes de direction sont confrontées à la gouvernance de la filière de la rose à parfum et plus largement du territoire de la rose qui est dominée par les hommes. Malgré les tentatives de contournement de cette gouvernance par l'intégration de fondations ou associations adeptes de l'économie solidaire, ce rééquilibrage est minime face à la domination masculine.

Le rôle des femmes dans la valorisation de la rose par l'offre touristique locale trouve aussi ses limites dans la mesure où ce sont les guides qui imposent les prix et en retirent souvent les principaux bénéfices. Les propriétaires des hébergements touristiques exploitent aussi cette implication féminine au service de la construction d'un produit touristique typique dont ils profitent principalement des retombées. Au sein du festival des roses, l'exclusion des femmes de l'organisation de l'évènement ou de certains espaces professionnels qui sont réservés aux hommes freine leur véritable inclusion au développement de leur territoire. En outre, la mise en spectacle des femmes dans la tahidousst n'oumgoun et le concours de Miss roses révèle aussi une discrimination des femmes dans l'espace du festival. La stratégie de patrimonialisation de la rose portée par l'État à travers le festival participe à l'exacerbation des inégalités et des rapports de genre freinant en même temps l'*empowerment* féminin.

La deuxième hypothèse établissait que l'utilisation de la figure de la femme pour la promotion touristique installe une forme d'hybridation culturelle de son identité. Les femmes se retrouvent partagées entre, d'un côté, un patrimoine d'exhibition destiné à être montré à l'extérieur et, de l'autre, un patrimoine réservé qui imprègne la mémoire collective locale.
Hybridation de l'identité sociale et culturelle des femmes

L'étude de la valorisation patrimoniale de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès a montré que l'utilisation de l'image des femmes est au centre des stratégies de promotion touristique du territoire. Les femmes apparaissent comme des instruments utilisés par les acteurs de la filière, les hébergements touristiques et les pouvoirs publics pour affirmer la rose comme étant l'identité de la région de Kelâat M'gouna.

Dans l'espace touristique, les femmes intègrent des rôles qui correspondent à l'image que ces acteurs souhaitent donner d'elles et qui diffèrent des rôles qu'elles ont réellement dans la société. Cette dualité entre ce qui est cherché à être montré à l'extérieur et la réalité sociale et culturelle des femmes participe à faire émerger une hybridation de leur identité. L'exploration de la cueillette des roses a montré l'existence d'un savoir-faire de récolte matrilinéaire qui compose l'identité des femmes de la rose. Ce savoir-faire se manifeste dans l'espace de l'exploitation agricole qui fait pleinement partie de l'espace domestique, la culture de la rose étant principalement cultivée dans l'agriculture familiale. L'intégration de la découverte de ce savoir-faire dans les circuits touristiques qui traversent la région participe à faire rentrer les touristes dans ces espaces familiaux privés. Pour répondre à l'ambition de création d'une expérience touristique autour de la cueillette, les femmes doivent sortir de leur rôle d'aide familiale pour devenir des animatrices touristiques. La pratique de ce savoir-faire sort du cadre familial pour être exhibé aux touristes. La transmission, qui était jusqu'à lors réservée aux femmes membres de la famille, est également réappropriée par les acteurs du tourisme. Les femmes doivent alors enseigner la pratique de ces gestes générationnels aux touristes étrangers. Les usages de la cueillette pour les femmes se transforment également. D'un côté, les femmes travaillent à la récolte des roses pour contribuer au fonctionnement de leur famille et, d'un autre côté, elles le font pour participer à l'animation touristique de personnes étrangères au territoire.

Cette mise en avant des femmes dans l'expérience touristique du patrimoine agricole local se répète dans les unités de transformation. L'animation de la découverte de la distillation et plus largement de la fabrication des produits de rose par les femmes contribue à construire une image féminine de la filière qui n'est pas conforme à la réalité. A travers ce rôle d'animation dans de nombreuses structures de l'offre touristique, les femmes se montrent comme étant au-devant de la filière de la rose à parfum. Or, il arrive souvent que des femmes occupent des rôles subalternes auxquels sont associés des rapports de genre qui les discriminent ou les oppressent. Les femmes doivent donc co-exister dans une double réalité sociale. D'une part, une réalité édulcorée spécifiquement fabriquée pour constituer l'offre touristique autour de la rose. D'autre part, une réalité plus complexe qui correspond à la multitude de profils des femmes impliquées dans la filière.

L'intervention des femmes dans le festival des roses s'inscrit aussi dans une mise en scène sociale et culturelle de leurs composantes identitaires. La mise en avant de nombreuses structures féminines de commercialisation des produits de rose au sein du Salon International de la rose à Parfum contribue à construire une image généralisée de femmes entrepreneuses actrices du développement de leur territoire. Pourtant, l'analyse du festival des roses a révélé une exclusion des femmes de la gouvernance de celui-ci et des espaces professionnels où sont menés les réflexions concernant le pilotage de la filière. Les nombreuses représentations folkloriques dans lesquelles les femmes sont mises en spectacle à travers la tahidousst n'oumgoun, l'élection de Miss roses et le carnaval contribuent à ériger les femmes comme vitrines de l'univers culturel et social de la rose. Or, la pratique du tahidousst n'oumgoun par les femmes en dehors du cadre coutumier et de l'espace du douar sort des codes sociaux et révèle de vives oppositions dans l'opinion sociale locale. Cette opposition sociale est exacerbée à l'égard de la participation des femmes au concours de Miss roses qui a été inventé pour le festival des roses. Pour répondre à la stratégie de patrimonialisation de la rose portée par l'État, les femmes doivent intégrer des rôles d'exhibition créés de toutes pièces pour le festival et qui s'opposent parfois à leur identité sociale et culturelle traditionnelle.

La troisième hypothèse présentait cette hybridation de l'identité sociale et culturelle des femmes comme une conséquence directe de stratégies touristiques et patrimoniales qui véhiculent des images d'un passé colonial révolu sur le territoire.

Une stratégie patrimoniale et touristiques aux influences occidentales

L'étude du festival a contribué à démontrer une occidentalisation des pratiques de la fête qui passe par l'objectivation du corps des femmes notamment à travers le concours de Miss roses. Cet évènement s'exprime par une mise en beauté des femmes faite selon des rituels qui sont étrangers au territoire. Les tenues traditionnelles des femmes sont extirpées de leur cadre coutumier et donc de leurs usages originels. Le détournement des usages des vêtements traditionnels, associé au maquillage et à une gestuelle suggestive dans l'objectif de séduire un jury composé essentiellement d'hommes, souligne les origines occidentales de l'évènement. Les vives réactions et les mécanismes d'exclusion qui entourent les candidates de ce concours souligne le débat que génère cette pratique du concours sur le territoire. L'exposition du corps des femmes et le machisme ou le sexisme qui caractérisent cet évènement sont loin de faire

l'unanimité. Cette stratégie de patrimonialisation de la rose à travers le corps des femmes participe à construire une hybridation de leur identité sociale et culturelle. Les femmes qui participent à ce concours se retrouvent partagées entre deux systèmes de valeurs. D'une part, les valeurs occidentales qu'elles doivent adopter pour tenter de remporter le titre de Miss roses le temps du festival des roses. D'autre part, les valeurs sociales et culturelles locales, qui s'opposent à cette forme d'exhibition du corps des femmes, qu'elles pratiquent au quotidien et qui imprègnent la mémoire collective.

Examiner le produit touristique construit par les acteurs des hébergements touristiques a permis de constater des formes d'influences occidentales révélatrices d'une appropriation culturelle. L'engouement autour de la construction de Kasbahs sur le territoire de la rose, initié par les porteurs de projets européens, témoigne de l'appropriation et d'un déplacement de cette architecture en dehors de son territoire d'origine. Les imaginaires qui entourent cette forme d'architecture, et qui sont à l'origine cultivés dans le contexte d'un passé colonial révolu, participent à fabriquer un produit touristique artificiel typique. A la Kasbah s'ajoute une mise en tourisme d'une vie quotidienne faussement authentique. Celle-ci s'exprime notamment à travers la découverte d'éléments propres à la rose mais qui n'existent que dans ces expériences touristiques portées par les propriétaires des Kasbahs. Les femmes sont des vectrices de diffusion de ce « patrimoine de la rose » revendiqué par les porteurs de projets et qui tend à s'enraciner localement. Elles sont les ambassadrices du thé à la rose, qu'elles préparent et font découvrir aux touristes comme étant le thé traditionnel de ce territoire. La Miss roses élue parade sur un char en forme de Kasbah soulignant l'appropriation officielle de cette architecture extérieure au territoire et son intégration dans les stratégies de patrimonialisation de la rose.

Limites

Cette thèse avait vocation à étudier les effets de la patrimonialisation de la rose et de son intégration dans une offre touristique sur les dynamiques de genre. Or, du fait du contexte sanitaire, les femmes et les hommes qui sont employés au sein des hébergements touristiques n'ont pas pu être enquêtés. De nombreux employés ayant été suspendus temporairement ou définitivement, et de nombreuses structures travaillaient en effectif réduit, l'analyse a été limitée aux propriétaires. Il aurait été intéressant d'analyser le statut professionnel que les hommes et les femmes occupent au regard de la construction de nouveaux rapports de genre sur le territoire. Mais également d'analyser ce que ces positions professionnelles génèrent comme retombées économiques, culturelles et sociales pour les femmes. En outre, n'ont pas été explorées les interactions qui se construisent entre les touristes de passage et les acteurs du territoire, et notamment les femmes. Nous avons préféré faire émerger la place des femmes et l'évolution des rapports de genre depuis la base, en analysant l'offre touristique autour de la rose fabriquée et proposée par les acteurs du territoire.

Une hypothèse aurait pu également être formulée à un niveau d'analyse macro ce qui aurait permis de dépasser le seul contexte de la rose pour interroger les rapports de genre qui se construisent au regard de l'exploitation des produits de terroir au Maroc. Ce niveau d'analyse aurait été une opportunité de confronter les observations sur la place des femmes et les rapports

de genre qui s'articulent autour de la valorisation de la rose par la compréhension d'une réalité économique, sociale et politique globale responsable de l'asymétrie dans les rapports de genre et plus généralement de la hiérarchie des sexes.

Perspectives de recherche

L'*empowerment* féminin naissant et les mécanismes de résistances qui s'expriment dans les rapports de genre observés dans la filière de la rose interrogent leur généralisation aux autres produits de terroir. Il s'agirait de savoir si un *empowerment* similaire existe dans les autres filières agricoles et s'il permet de pousser plus loin la renégociation des rapports de genre. De la même manière, l'existence de nombreux festivals associés à un produit de terroir au sein du pays interrogent aussi la généralisation des mécanismes d'hybridation de l'identité sociale et culturelle des femmes. Mais aussi d'une éventuelle influence coloniale ou occidentale dans la place qui est attribuée aux femmes au sein de ces fêtes.

L'étude de l'émergence d'un *empowerment* féminin et de l'évolution des rapports de genre au contact de la valorisation touristique des produits de terroir ouvre aussi la réflexion d'une approche par le matrimoine (Cousin et al., 2022 ; Chabod, 2023). Les limites de la déconstruction patriarcale du patrimoine par l'*empowerment* féminin dans le champ du tourisme interrogent le biais même de l'utilisation de la notion de patrimoine. L'utilisation d'une approche par le matrimoine permettrait d'offrir une grille de lecture qui s'intéresse à la transmission et à la valorisation par les femmes des produits de terroir. Ce concept permettrait éventuellement d'analyser la diffusion d'une lutte des femmes pour leur émancipation, leur inclusion au développement et le rééquilibrage des rapports de genre qui se tissent dans la valorisation touristique des patrimoines agricoles.

Les risques environnementaux liés au déploiement d'un modèle néolibéral productiviste pour la modernisation des cultures ouvrent aussi la réflexion sur ses conséquences pour les femmes et les rapports de genre. Ces conséquences ont été observées du point de vue de la standardisation et de la division sexuée du travail dans l'espace des grandes fermes. Seulement, la sécheresse, aggravée par la présence des méga-bassines notamment et la multiplication des fermes au détriment de l'agriculture familiale, questionne sur les conséquences de ces mutations socio-spatiales sur les femmes impliquées dans la filière. La multiplication du recrutement massif des cueilleuses incite à réfléchir sur la transformation et la banalisation du savoir-faire des femmes en matière de cueillette et de sa transmission. L'aggravement de la sécheresse interroge également sur la raréfaction de la ressource et donc de son exploitation à laquelle s'attache l'*empowerment* féminin mais aussi plus largement l'identité du territoire.

Enfin, le sujet de la place des ressources des ex-colonies dans les processus de sauvegarde à l'Unesco et de ses potentielles conséquences sur l'*empowerment* féminin est une réflexion qui semble pertinente, l'inscription au patrimoine mondial étant aussi un moyen de valoriser les produits de terroir à travers leur destination. Il serait intéressant d'approfondir les recherches sur les conséquences du déni de mémoire de l'exploitation de la rose marocaine dans l'inscription des savoir-faire liés au parfum de la ville de Grasse et de ses conséquences pour

les femmes et plus largement pour le territoire de la rose. Il demeure encore des zones d'ombre sur ce qu'a représenté la rose marocaine dans le développement des savoir-faire liés au parfum à Grasse. Il s'agirait aussi d'éclairer la place des exportations de la rose marocaine dans la production de parfum en France pour évaluer la place contemporaine de la rose de Kelâat M'gouna dans la parfumerie française. Ces réflexions permettraient plus largement d'aborder la question de la transnationalité des patrimoines car de nombreux produits agricoles considérés comme des produits de terroir sont fabriqués grâce à des filières de production situés dans les anciennes colonies.

Bibliographie

Aafir, M., & Akdim, B. (2008, octobre 23-25), Potentialités et créneaux du développement du tourisme oasien : Cas du Dadès. Colloque International « Tourisme oasien : formes, acteurs et enjeux ». Université Ibn Zohr, Agadir (Maroc), Faculté Polydisciplinaire de Ouarzazate.

Abis, S. (2020). [Tout un monde] Le Maroc mise sur le vert. Sesame, 8(2), p. 8-9.

Aboudrare, A., Aw-Hassan, A., & Lybbert, T. J. (2014). Importance Socio-économique du safran pour les ménages des zones de montagne de la région de Taliouine-Taznakht au Maroc. Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires, 2(1), p. 5-14.

Adam, A. (1968). Casablanca : Essai sur la transformation de la société marocaine au contact de l'Occident, Revue française d'anthropologie, p. 115-118.

Adam, M. (1980). Manioc, rente foncière et situation des femmes dans les environs de Brazzaville (République populaire du Congo, Cahiers d'Études africaines, 20(77), p. 5-48.

Aderghal, M., Michon, G., Landel, P.-A., & Senil, N. (2017). L'ancrage territorial des spécificités Regards croisés sur les arrière-pays méditerranéens, Hespéris-Tamuda, 52, p. 357-381.

Afsahi, K. (2015). Pas de culture de cannabis sans les femmes. Le cas du Rif au Maroc. Déviance et Société, 39(1), p. 73-97.

Agarwal, B. (1988). Who sows ? Who reaps ? Women and land rights in India. The Journal of Peasant Studies, 15(4), 531-581.

Agarwal, B. (1994). Gender and command over property : A critical gap in economic analysis and policy in South Asia. World Development, 22(10), p. 1455-1478.

Agarwal, B. (2001). Les femmes et la modernisation de l'agriculture en Asie et en Afrique. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 153-170). Graduate Institute Publications.

Agence de développement Agricole, Ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement rural et des Eaux et Forêts. (2024). Nouvelle stratégie du secteur agricole. Site officiel de l'Agence pour le Développement Agricole (ADA). https://www.ada.gov.ma/fr/nouvelle-strategie-du-secteur-agricole

Agence pour le Développement Agricole. (2023). Promotion des produits du terroir et des labels. Site officiel de l'Agence pour le Développement Agricole (ADA). https://www.ada.gov.ma/fr/promotion-des-produits-du-terroir-et-des-labels

Aguinaga Barragan, A. M., Lang, M., Mokrani Chavez, D., & Santillana, A. (2022). Penser depuis le féminisme : Critiques et alternatives au développement. In P. Anacoana (Éd.), Pensée féministe décoloniale (p. 155-188). Paris : Anacaona.

Ahrouch, S. (2011). Les coopératives au Maroc : Enjeux et évolutions. Revue internationale de l'économie sociale : recma, 322, p. 23-26.

Ahrouch, S., Choukri, M., Rhabra, S., & Erramy, K. (2011). Produits de terroir au service du développement durable dans la région Souss-Massa : Cas de l'union des coopératives des femmes d'Argane Tissaliwine. Maroccan Journal of Business Studies, 1(1), p. 209-232.

Aït Hamza, M. (1986). Aspects des transformations socio-spatiales du bassin-versant d'Assif M'goun, versant sud du Haut-Atlas central. [Thèse de doctorat, Université de Rabat].

Aït Hamza, M. (2015). Mobilité socio-spatiale et développement local au Sud de l'Atlas marocain (Dadès- Todgha) (2e éd.). Rabat : Institut Royal de la Culture Amazighe.

Akesbi, N. (2001). Les exploitations agricoles au Maroc. Un diagnostic à la lumière du Recensement général agricole. Critique économique, 5, p. 5-23.

Akesbi, N. (2012). Une nouvelle stratégie pour l'agriculture marocaine : Le Plan Maroc Vert. New Medit, 2, p. 12-23.

Alami M'Chichi, H. (2002). Genre et politique au Maroc : Les enjeux de l'égalité hommes-femmes entre islamisme et modernisme. Paris : L'Harmattan.

Alhassoumi, H., & Granié, A.-M. (2014). Chapitre 5. Dynamiques associatives et autonomie des paysannes de Garbey-Kourou (ouest du Niger). In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud (p. 155-178). Paris : IRD Éditions.

Amar, F., & Elboubekri, M. (2022). Women's political participation at the territorial level in Morocco. Wisdom Journal For Studies & Research, 1(2), p. 260-282.

Amrati, A. F., & Debbagh, B. (2023). Coopératives et perspective genre dans la promotion du développement humain durable : Une étude de cas multiple au Maroc. Revue Française d'Economie et de Gestion, 4(6), p. 71-96.

Anglade, M. (1988). Du travail domestique comme deuxième journée de travail des Haïtiennes. Recherches féministes, 1(2), p. 39-52.

Anthopoulou, T. (2008). Savoir-faire alimentaires et création d'entreprise par les femmes en milieu rural. Étude locale dans le Péloponnèse (Grèce). Cahiers Agricultures, 17(6), p. 577-581.

Antier, J.-J. (s. d.). Charles de Foucauld (2019e éd.). Paris : Perrin.

Arab, C. (2018). Dames de fraises, doigts de fées. Casablanca : Toutes Lettres.

Aranda, M., & Simonpoli, N. (2018). Aller aux archives, entrer sur le terrain ? Sur les conditions sociales d'enquêtes en « terrain archivistique ». Genèses, 112(3), p. 123-139.

Arrahmouni, I., Benabdellah, A., Dehhaoui, M., & Benchekroun, F. (2018). Analyse fonctionnelle de la chaîne de valeur d'argane de la province de Tiznit : Cartographie des maillons et des acteurs. Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires, 6(4), p.429-436.

Aubel, J., Touré, I., & Diagne, M. (2004). Senegalese grandmothers promote improved maternal and child nutrition practices : The guardians of tradition are not averse to change. Social Science & Medicine, 59(5), p. 945-959.

Audretsch, D. (2006). L'émergence de l'économie entrepreneuriale. Reflets et perspectives de la vie économique, XLV(1), p. 43-70.

Auroi, C., & Maurer, J.-L. (1998). Tradition et modernisation des économies rurales : Asie - Afrique - Amérique latine : mélanges en l'honneur de Gilbert Etienne (Bib. de l'IEDES (Campus du Jardin d'agronomie tropicale, Nogent) - Salle 1 L8/973). Graduate Institute Publications.

Bacchi, C., & Eveline, J. (2010). Mainstreaming Politics : Gendering Practices and Feminist Theory. University of Adelaide Press.

Bacqué, M.-H., & Biewener, C. (2013). L'empowerment, un nouveau vocabulaire pour parler de participation ? Idées économiques et sociales, 173(3), p. 25-32.

Balandier, G. (1986). Sens et puissance : Les dynamiques sociales (BU PMF - 6e ét. Salle d'Arts et Sciences Humaines 39 BAL; [3e éd.]). Paris : PUF.

Banque mondiale. (2020). Le Groupe de la Banque mondiale lance une initiative en faveur des femmes entrepreneures. Banque mondiale. https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2020/02/16/world-bank-group-launches-initiatives-supporting-women-entrepreneurs

Banque mondiale, W. (2024). World Bank Gender Strategy 2024 - 2030 : Accelerate Gender Equality for a Sustainable, Resilient, and Inclusive Future - Consultation Draft. Banque Mondiale. https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/099013107142345483/SECBOS04cf7b650208a5e08b784c0db6a4

Bard, C. (2004). Introduction. In C. Bard, Le genre des territoires (p. 5-11). Angers : Presses de l'université d'Angers.

Barrière, O. (2015). Patrimonialisation de la pâture. Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques, 63, p. 182-201.

Barthez, A. (1982). Famille, travail et agriculture. Economica.

Barthez, A. (1984). Femmes dans l'agriculture et travail familial. Sociologie du Travail, 26(3), p. 255-267.

Basile, S., Asselin, H., & Martin, T. (2017). Le territoire comme lieu privilégié de transmission des savoirs et des valeurs des femmes Atikamekw,. Recherches féministes, 30(1), p. 61-80.

Basu, A. (1995). The Challenge Of Local Feminisms : Women's Movements In Global Perspective. New-York : Routledge.

Batliwala, S. (1994). Women's Empowerment in South Asia : Concepts and Practices. Asian South Pacific Bureau of Adult Education.

Batliwala, S. (2007). Putting power back into empowerment. OpenDemocracy. https://www.opendemocracy.net/en/putting_power_back_into_empowerment_0/

Battesti, V. (2009). Tourisme d'oasis. Les mirages naturels et culturels d'une rencontre ? Cahiers d'Etudes africaines, 193194(1), p. 551-582.

Bayo, S. (2022). Microcrédit et surendettement des femmes de la Haute-Guinée. Revue internationale des études du développement, 249, p. 199-220.

Bellec, S. (2023). Le tourisme en tribu en Nouvelle-Calédonie, un facteur d'« émancipation » pour les femmes kanak. Mondes du Tourisme [En ligne], 23.

Benali, A. (2016). La contribution de la femme rurale au revenu de ses ménages dans l'ouest algérien. International journal of innovation and applied studies, 15(4), p. 962-969.

Benazzi, K., & Benazzi, L. (2016). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : Réalité, freins et perspéctives de réussite. Revue Marocaine de Gestion et d'Economie, 3(7), p. 146-162.

Benchekroun, S. (2017). L'héritage des femmes. Réflexion pluridisciplinaire sur l'héritage au Maroc. Portet-sur-Garonne : Empreintes.

Benezet, Favro, & Igolen, G. (1950). Les roses du Dadès. 23e Congrès de Chimie industrielle de Milan. Grasse : Musée International de la Parfumerie.

Benkhallouk, M. (2019). Les femmes entre assistanat et entrepreneuriat dans les projets de territoire et de valorisation touristique des espaces de marge du Sud du Maroc, une approche par les capabilités [Phdthesis, Université Grenoble Alpes ; Université Cadi Ayyad (Marrakech, Maroc)].

Benradi, M. (2004). Genre et droit de la famille. Les droits des femmes dans la Moudawana. De la révision de 1993 à la réforme de 2003. In H. Alami M'Chichi (Éd.), Féminin-Masculin. La marche vers l'égalité au Maroc 1993-2003 (p. 17-90). Fondation Freidrich Ebert.

Bérard, L., & Marchenay, P. (1995). Lieux, temps et preuves. Terrain. Anthropologie & sciences humaines, 24, p. 153-164.

Bérard, L., & Marchenay, P. (2004). Les produits de terroir entre cultures et règlements. Paris : CNRS Éditions.

Bérard, L., Marchenay, P., & Delfosse, C. (2004). Les « produits de terroir » : De la recherche à l'expertise. Ethnologie française, 34(4), p. 591-600.

Berchiche, T. (2010). Les gardiennes du savoir-faire culturel et agropastoral. Cas de la zone de Djelfa (Algérie). Options Méditerranéennes, 93, p. 85-97.

Bereni, L., sociologue, Chauvin, S., & Jaunait, A., politiste. (2008). Introduction aux gender studies : Manuel des études sur le genre (Bib. de l'Ecole des Arts de la Sorbonne (Centre Saint-Charles) - Salle de lecture 10.2 BER). Louvain-la-Neuve : De Boeck.

Berriane, M. (2010). Patrimoine et patrimonialisation au Maroc. Hespéris-Tamuda, 45, p. 11-18.

Berriane, M. (2014). Le tourisme dans les arrière-pays méditerranéens : Des dynamiques territoriales locales en marge des politiques publiques. Rabat : (MRC) ; Fès : Université Mohammed V Agdal ; Université Euro-méditerranéenne de Fès ; LMI MediTer.

Berriane, M., & Michon, G. (2016a). Le terroir, une réponse aux changement globaux au Maroc et dans les pays du Sud ? In M. Berriane & G. Michon, Les terroirs au sud, vers un nouveau modèle ? (p. 329-346). Paris : IRD Éditions.

Berriane, M., & Michon, G. (2016b). Les terroirs au Sud, vers un nouveau modèle ? Paris : IRD Editions, Faculté des Lettres et des Sciences humaines de Rabat.

Berriane, M., Michon, G., & Aderghal, M. (2016). Des moussem aux fêtes et foires à thème. Image identitaire du territoire ou image de l'État ? In Les terroirs au sud, vers un nouveau modèle ? (p. 291-309). Paris : IRD Éditions.

Berriane, M., Michon, G., Oussoulous, N., Aderghal, M., & Moizo, B. (2016). Tourisme et résidents étrangers dans les arrière-pays marocains. In Les terroirs au sud, vers un nouveau modèle ? (p. 233-251). Paris : IRD Éditions.

Berriane, M. (2010). Patrimoine et patrimonialisation au Maroc. Hespéris-Tamuda, XLV, p. 11-17.

Berriane, M., Michon, G., Skounti, A., Moizo, B., Romagny, B., & Tebbaa, O. (2015). Les « patrimoines ruraux » au Maroc : Un nouveau produit des mobilités contemporaines ? GéoDév.ma, 3, p. 1-14.

Berriane, M., & Moizo, B. (2016). Chapitre 11. Processus d'émergence d'une destination touristique rurale : Le Pays de Chefchaouen. In G. Michon (Éd.), Les terroirs au Sud, vers un nouveau modèle ? : Une expérience marocaine (p. 215-232). Paris : IRD Éditions.

Berriane, Y. (2015). Inclure les « n'ayants pas droit » : Terres collectives et inégalités de genre au Maroc. L'Année du Maghreb, 13, p. 61-78.

Berriane, Y. (2021). « La part des femmes ». La judiciarisation de l'accès des femmes aux terres collectives au Maroc. Cahiers d'études africaines, 242(2), p. 417-438.

Berriane, Y., & Rignall, K. (2017). La fabrique de la coutume au Maroc : Le droit des femmes aux terres collectives. Cahiers du Genre, 62(1), p. 97-118.

Bertaux, D. (2016). Le récit de vie. Paris : Armand Colin.

Bessière, J. (1998). Local development and heritage : Traditional food and cuisine as a tourist attractions in rural areas. Sociologia Ruralis, 38(1), p. 21-34.

Bessiere, J., & Annes, A. (2018). L'alimentation au cœur des sociabilités ville-campagne. Anthropology of food [En ligne], 13.

Béteille, R. (1996). L'agritourisme dans les espaces ruraux européens. Annales de Géographie, 105(592), p. 584-602.

Biolandes. (2023). Biolandes Maroc. Biolandes. https://www.biolandes.com/biolandes-maroc/

Biolandes. (2024). L'histoire de Biolandes. Biolandes. https://www.biolandes.com/notre-histoire/

Bisillat, J., & Hirata, H. (1998). Hommes/Femmes : Deux poids, deux mesures. Alternatives économiques, 35, p. 42-44.

Bisilliat, J. (2012). Les conséquences du développement sur les femmes et sur les politiques alimentaires. In C. Verschuur (Éd.), Genre, changements agraires et alimentation (p. 89-102). Graduate Institute Publications.

Bloch, A., & Manceau, D. (2000). De l'Idée au Marché : Processus d'Innovation et de Lancement de Produits. Paris : Vuibert.

Blöss, T. (2001). Introduction:Une égalité entre les sexes toujours incertaine. In La dialectique des rapports hommes-femmes (Vol. 2, p. 1-6). Paris : Presses Universitaires de France.

Bodiguel, J. (2023). Objectifs de développement durable. Développement durable. https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/

Borghi, R., & El Amraoui, F. (2005). « Le réveil des femmes ». Géographie et cultures, 54, p. 121-136.

Boserup, E. (1970). Woman's role in economic development. London: Earthscan 1970

Bouaouinate, A., Moussa, A. A., & Habilitée, P. (2015, 21 octobre). Les oasis du Maroc face au Tourisme, quelles chances pour le développement durable ? [Conférence] XIVth Annual International Conference of Territorial Intelligence « Sustainable development of vulnerable territories », Ouarzazzate, Maroc.

Boubrik, A., Atitaou, A., & Assi, D. (2024). L'entrepreneuriat social comme outil d'émancipation des femmes marginalisées au Maroc : Cas des coopératives féminines de la région Marrakech-Safi. Journal of Economics, Finance and Management (JEFM), 3(4), p. 1013-1036.

Boucher, F., Carimentrand, A., & Requier-Desjardins, D. (2009). Chapitre 15. Agro-industrie rurale et lutte contre la pauvreté au Pérou : Les systèmes agroalimentaires localisés contribuent-ils au renforcement des « capabilités » ? In L'élevage, richesse des pauvres (p. 221-238). Versailles : Éditions Quæ.

Boucher, N. (2005). La transmission intergénérationnelle des savoirs dans la communauté innue de Mashteuiatsh : Les savoir-faire et les savoir-être au coeur des relations entre les Pekuakamiulnuatsh [Mémoire de Master, Université de Laval].

Boukherouk, M. (2012). La mise en tourisme d'un espace oasien fragile et marginalisé, la Région du Tafilalet dans le Sud-est marocain : Enjeux, freins et perspectives [Thèse de doctorat, Clermont-Ferrand 2].

Boulay, S. (2011). Le savoir-faire des femmes imragen du littoral mauritanien à l'épreuve de la mondialisation. Revue d'anthropologie des connaissances, 5(3), p.492-508.

Bourdieu, P. (1988). La domination masculine. Paris : Points.

Bourgoin, J., Augusseau, X., Thibaud, B., & Magrin, G. (2023). Agriculture et environnement dans les Suds. Bulletin de l'association de géographes français. Géographies, Volume 100(1), p. 3-5.

Bouron, J.-B. (2021). Représenter l'agriculture et les espaces nourriciers à l'échelle mondiale (ISSN : 2492-7775) [Document]. Géoconfluences; École normale supérieure de Lyon. https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/a-la-une/carte-a-la-une/systemes-agricoles-monde

Bouron, J.-B., Carroué, L., & Mathian, H. (2022, décembre). Représenter et découper le monde : Dépasser la limite Nord-Sud pour penser les inégalités de richesse et le développement (ISSN : 2492-7775) [Document]. Géoconfluences; École normale supérieure de Lyon. https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/inegalites/Articles/rdecoupage-economique-mondial

Bousquet, M.-P., Morissette, A., & Hamel-Charest, L. (2017). Les miss et les reines de carnaval autochtones au Québec : Défier les modèles et les normes. Recherches féministes, 30(1), p. 119-139.

Bouzidi, Z., El Nour, S., & Moumen, W. (2011). Le travail des femmes dans le secteur agricole : Entre précarité et empowerment – Cas de trois régions en Egypte, au Maroc et en Tunisie. Population Council, Gender and Work in the MENA Region(22), p. 1-29.

Bridier, B., & Kombolo, C. (2009). Des savoir-faire locaux entre IG et standardisation des produits : Exemple du beurre de karité au Burkina Faso (Burkina Faso) [Conference]. Localisation et Circulation des Savoir-Faire en Afrique, 19-20 mars 2009, Aix-en-Provence, France.

Brondex, V. (1999). Évaluation des impacts potentiels d'une augmentation de la production du beurre de karité : Le cas du village de Boyan au Mali. [Mémoire de Master, Université de Sherbrooke].

Brossier, J. (1987). Système et système de production. Note sur ces concepts. Cahiers des Sciences Humaines, 23(3-4), p. 377-390.

Bunch, C., & Frost, S. (2000). De Vienne à Beijing : La route pour la reconnaissance des droits humains des femmes dans le monde. In N. Reilly (Éd.), La voix des femmes et « les droits de l'homme ». La Campagne internationale pour l'affirmation des droits humains des femmes (p. 31-45). Rutgers University : Center for Women's Global Leadership.

Butler, J. (1990). Gender Trouble : Feminism and the subversion of identity. New-York : Routledge.

Caglar, G. (2013). Gender Mainstreaming. Politics & Gender, 9(3), p. 336-344.

Calvès, A.-E. (2009). « Empowerment » : Généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement. Revue Tiers Monde, 200(4), p. 735-749.

Cantat, E. (2018). Imaginaire national et territoire : La construction nationale marocaine après l'indépendance. ILCEA. Revue de l'Institut des langues et cultures d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie, 30, p. 1-12.

Caquel, M. (2022). Quand colonisation rime avec hors-saison. La production maraîchère marocaine sous protectorat français. In C. Adamiec, M.-P. Julien, & F. Régnier (Éds.), L'alimentation au fil des saisons : La saisonnalité des pratiques alimentaires (p. 141-156). Tours : Presses universitaires François-Rabelais.

Carpentier, I. (2023). L'image de l'oasis comme matériel de terrain. EchoGéo, 63, p. 1-19.

Cauvin-Verner, C. (2007). Au désert. Une anthropologie du tourisme dans le Sud marocain. Paris : L'Harmattan.

Chabod, F. (2023). En quête du matrimoine au Centre des archives du féminisme [Text]. Bulletin des bibliothèques de France (BBF).
https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2023-00-0000-030

Chadeau, A., & Fouquet, A. (1981). Peut-on mesurer le travail domestique ? Economie et Statistique, 136(1), p. 29-42.

Chaléard, J.-L., & Sanjuan, T. (2017). Chapitre 10. Agriculture et campagnes dans la globalisation. In Géographie du développement (p.147-162). Paris : Armand Colin.

Chamoux, M.-N. (1981). Les Savoir-faire techniques et leur appropriation : Le cas des Nahuas du Mexique. L'Homme, 21(3), p. 71-94.

Chamoux, M.-N. (2010). La transmission des savoir-faire : Un objet pour l'ethnologie des techniques ? Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques, 54-55, p. 139-161.

Chant, S. (2008). The 'Feminisation of Poverty' and the 'Feminisation' of Anti-Poverty Programmes : Room for Revision? The Journal of Development Studies, 44(2), p. 165-197.

Chaparro, A. (2004). ¿Cuánto vale el trabajo de la mujer?, por Angélica Chaparro. Voltairenet. https://www.voltairenet.org/Article122594.html

Charliac, C. (2014). La posture empathique comme fondement méthodologique pour l'étude de la communication émotionnelle dans le domaine de la danse contemporaine. Sociétés, 125(3), p. 81-89.

Charlier, S. (2006). L'analyse de l'empowerment des femmes qui participent à une organisation de commerce équitable. Une proposition méthodologique. In C. Auroi & I. Yépez del Castillo, Economie solidaire et commerce équitable. Acteur et actrices d'Europe et d'Amérique latine (p. 87-110). Louvain : Presses Universitaires UCL/IUED.

Charmes, J. (2005). Femmes africaines, activités économiques et travail : De l'invisibilité à la reconnaissance. Revue Tiers Monde, 182(2), p. 255-279.

Chasles, V. (2008). Femmes en Inde. L'Information géographique, 72(1), p. 57-69.

Chattou, Z. (2019). La gestion « caporaliste » du travail salarié agricole dans l'agriculture capitaliste au Maroc. Alternatives rurales, 7, p. 82-97.

Chaussod, R., Adlouni, A., & Christon, R. (2005). L'arganier et l'huile d'argane au Maroc : Vers la mutation d'un système agroforestier traditionnel ? Cahiers Agricultures, 14(4), p. 351-356.

Chétima, M. (2011). Par ici l'authenticité ! Tourisme et mise en scène du patrimoine culturel dans les monts Mandara du Cameroun. Téoros : revue de recherche en tourisme, 30(1), p. 44-54.

Cholley, A. (1946). Problèmes de structure agraire et d'économie rurale. Annales de géographie, 55(298), p. 81-101.

Christine Guionnet & Erik Neveu. (2009). Féminins/Masculins—3e éd (Numéro Série Sociologie). Paris : Armand Colin.

Claval, P. (2013). Le rôle du terrain en géographie.Des épistémologies de la curiosité à celles du désir Confins. Revue franco-brésilienne de géographie / Revista franco-brasilera de geografia [En ligne], 17

Cochet, H. (2011). Origine et actualité du « Système Agraire » : Retour sur un concept. Revue Tiers Monde, 207(3), p. 97-114.

Cocoual, M. (2016). La famille Chiris : Des industriels en politique, une politique d'industriels ? Cahiers de la Méditerranée, 92, p. 177-191.

Cocoual, M. (2017). Aux sources des parfums : Industrialisation et approvisionnement de la parfumerie grassoise (milieu XIXe – milieu XXe siècle) [Thèse de doctorat, Université Côte d'Azur].

Collignon, B. (2010). L'éthique et le terrain. L'Information géographique, 74(1), p. 63-83.

Combes, D., & Devreux, A.-M. (1984). Travail des femmes et rapports sociaux de sexe. In F. Pinton & M. Lecarme (Éds.), Relations de genre et développement : Femmes et sociétés (p. 149-166). IRD.

Comité d'aide au développement, (CAD-OCDE). (2000). Formation à la problématique homme-femme. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Le genre : Un outil nécessaire : Introduction à une problématique (p. 239-241). Graduate Institute Publications.

Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir. (2023a). Composition du bureau du CPTT. Le Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir. http://www.tourismetinghir.com/index.php/cptt/le-bureau-du-cpt

Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir. (2023b). Liste des guides touristiques. Le Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir. http://www.tourismetinghir.com/index.php/guides-touristiques

Cornwall, A., & Brock, K. (2005). What Do Buzzwords Do for Development Policy? A Critical Look at « Participation », « Empowerment » and « Poverty Reduction ». Third World Quarterly, 26(7), p. 1043-1060.

Cousin, S. (2011). Authenticité et tourisme. In Les Cahiers du Musée des Confluences. Revue thématique Sciences et Sociétés du Musée des Confluences, tome 8. L'Authenticité. p. 59-66.

Cousin, S., Tassi, S., & Yêhouétomé, M. (2022). Les bo des Agoojiée / Les amulettes des amazones. Le retour d'un matrimoine oublié ? Politique africaine, 165(1), p.187-220.

Cousinié-Kervennic, N. (1994). Le Pays bigouden. Paris : FeniXX.

Coutras, J. (1996). Crise urbaine et espaces sexués. Paris : Armand Colin.

Cravatte, C. (2013). Consommation engagée, souci de l'autre et quête d'authenticité. Les prestations de tourisme solidaire et équitable. [Phdthesis, Université de Versailles-Saint Quentin en Yvelines].

Crenshaw, K. W. (2005). Cartographies des marges : Intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur. Cahiers du Genre, 39(2), p. 51-82.

Csergeo, J., & Lemasson, J.-P. (2008). Voyages en gastronomies. L'invention des capitales et des régions gourmandes. Paris : Autrement.

Daghri, T., & El Omari, S. (2015). Du tourisme de masse au tourisme rural au Maroc : Le cas de la commune rurale d'Asni. Études caribéennes [En ligne], 31-32.

Dahmani, A., & El Akry, E. (2022). Le plan Maroc vert en faveur des coopératives agricoles, une nouvelle stratégie, une gouvernance renouvelée, de nouveaux moyens. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 3(3-1), p. 171-185.

Daly, M. (2005). Gender Mainstreaming in Theory and Practice. Social Politics: International Studies in Gender, State & Society, 12(3), p. 433-450.

Damamme, A. (2005). Le genre à l'épreuve du développement au Maroc : Discours et pratiques concernant la place des femmes dans les projets [Thèse de doctorat, Orléans].

Damamme, A. (2011). La difficile reconnaissance du travail féminin au Maroc. Le cas des coopératives d'huile d'argan. In I. Guérin, M. Hersent, & L. Fraisse (Éds.), Femmes, économie et développement (p. 85-106). Mulhouse : Érès.

Dandjouma, A., Adjia, H., Kameni, A., & Tchiégang, C. (2009). Procédés traditionnels de production et circuit de commercialisation du beurre de karité au Nord-Cameroun. Tropicultura, 27, p. 3-7.

Daune-Richard, A.-M., & Devreux, A.-M. (1992). Rapports sociaux de sexe et conceptualisation sociologique. Recherches féministes, 5(2), p. 7-30.

Dauphin, S., & Sénac, R. (2008). Gender mainstreaming : Analyse des enjeux d'un 'concept-méthode'. Cahiers du Genre, 44(1), p. 5-16.

Daviron, B. (2021). Aux origines de l'agriculture industrielle. In N. Bricas, D. Conaré, & M. Walser (Éds.), Une écologie de l'alimentation. (p. 69-80). Versailles : Éditions Quæ.

De Chesnel, M. A. (1838). La rose chez les différents peuples, anciens et modernes. Description, culture et propriété des roses. (2e éd.). Paris : Hachette Livre BNF

Debbagh, B., & Yousfi, F. Z. (2020). Le mouvement coopératif féminin dans le milieu rural au Maroc : Quelle contribution au développement humain ? Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management, 5(1), p. 18-31.

Deere, C. D., & León, M. (2012). Femmes, droits à la terre et contre-réformes en Amérique latine. In C. Verschuur (Éd.), Genre, changements agraires et alimentation (p. 187-196). Graduate Institute Publications.

Deffontaines, J.-P., & Osty, P.-L. (1977). Des systèmes de production agricole aux systèmes agraires. L'Espace géographique, 6(3), p. 195-199.

Degavre, F. (2011). La pensée « femmes et développement ». Critique des fondements et pistes pour reconstruire un point de vue féministe croisé Nord/Sud. In Femmes, économie et développement (p. 63-84). Paris : Érès.

Delfosse, C. (1997). Noms de pays et produits du terroir : Enjeux des dénominations géographiques, L'Espace géographique, p. 222-230.

Delphy, C. (1998). L'ennemi principal, tome 1 : L'économie politique du Patriarcat. Paris : Syllepse.

Delphy, C. (2001). L'ennemi principal, tome 2 : Penser le genre. Paris : Syllepse.

Demazière, D. (2007). À qui peut-on se fier ? Les sociologues et la parole des interviewés. Langage et société, 121-122(3-4), p. 85-100.

De Ruyter van Steveninck, M. A., & de Groot, A. W. (2001). Les apports du travail de Diane Elson : Concepts et sources. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 367-371). Graduate Institute Publications.

Detotto, C., Giannoni, S., Prunetti, D., & Tafani, C. (2018). La valeur identitaire des produits de terroir en Corse. CIST2018 - Représenter les territoires / Representing territories, p. 158-162.

Di Méo, G. (2003). Territoires, États, nations et aménagement. In A. Ciattoni & Y. Veyret, Les Fondamentaux de la géographie (p. 159-190). Paris : Armand Colin.

Di Méo, G. (2007). Processus de patrimonialisation et construction des territoires. Colloque "Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes : connaître pour valoriser", septembre 2007, Poitiers-Châtellerault, France. p. 87-109.

Diallo, M. (2006). Forum sur l'entrepreneuriat féminin et micro-finance : Enjeux et perspectives au Sénégal et dans le Nepad. In F. Sarr & G. Thill (Éds.), Femmes et développements durables et solidaires (p. 33-39). Namur : Presses Universitaires de Namur.

Dicum, G., & Luttinger, N. (1999). The Coffee Book : Anatomy of an Industry from Crop to the Last Drop. New York : New Press.

Diouri, Z., & Chikhaoui, N. (2020). La communauté Imraguen sous le prisme du genre. Bulletin d'Archéologie Marocaine, 25, p. 353-373.

Direction Régionale de Drâa-Tafilalet. (s. d.). Caractéristiques démographiques et socio-économiques de la population (RGPH,2014).

Diry, J.-P. (2004). Les espaces ruraux. Paris : Armand Colin.

Disez, N. (1999). Agritourisme. Logiques d'acteurs ou logiques de territoires ? Economie rurale, 250, p. 40-46.

Division de l'analyse de l'agriculture et du développement économique. (2011). La Situation Mondiale de l'Alimentation et de l'Agriculture 2010-2011 : Le rôle des femmes dans l'agriculture - combler le fossé entre les hommes et les femmes pour soutenir le développement. FAO. https://www.fao.org/publications/card/en/c/c7b0e9f2-9dab-5d92-b4a1-03115a041588/

Doquet, A. (2003). Identité Culturelle Et Tourisme : Les Mises en Scène de L'authenticité Culturelle en Pays Dogon Et Dans Le Mande. Association Djoliba hommes et développement.

Doubogan, Y. O. (2017). Analyse du niveau d'autonomisation des femmes dans l'agriculture à partir de l'application du "Women's Empowerment In Agriculture Index (WEAI) : Étude de cas du Bénin. Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale, 2(1).

Drainville, I. (2001). La contribution du modèle coopératif au développement durable axé sur le genre : Le cas des coopératives féminines d'extraction et de commercialisation d'huile d'arganier au Maroc [Mémoire de Master]. Montréal : Université de Montréal.

Drevet-Dabbous, O. (2001). La division sexuelle du travail. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 127-143). Graduate Institute Publications.

Droy, I. (1990). Femmes et développement rural, Paris : Karthala.

Droy, I. (2006). Quel apport de l'approche par les capabilités pour l'analyse des inégalités de genre ? In V. Reboud (Éd.), Amartya Sen : Un économiste du développement ? (p. 125-148). Paris : Agence Française de Développement.

Droy, I., Pascual, C., & Bidou, J.-E. (2014). Chapitre 3. Inégalités de genre et vulnérabilité alimentaire au Bénin. In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud (p. 85-115). Paris : IRD Éditions.

Dubar, C., & Nicourd, S. (2017). Les biographies en sociologie. Paris : La découverte.

Dubois, A., & Rosselin-Bareille, C. (2022). À qui appartiennent gestes et savoir-faire ? Productions, circulations, transformations. Ethnologie française, 52(1), p. 5-17.

Dubresson, A., Moreau, S., Raison, J.-P., & Steck, J.-F. (2011). L'Afrique subsaharienne : Une géographie du changement (Bib. électronique - Livres électroniques). Paris : Armand Colin.

Duflos-Priot, M.-T. (1995). Un siècle de groupes folkloriques en France. Paris : L'Harmattan.

Dupouy, A. (1951). Costumes bretons. Paris : FeniXX.

Durrande-Moreau, A., Courvoisier, F. H., & Bocquet, A. M. (2017). Le nouvel agritourisme intégré, une tendance du tourisme durable. Téoros. Revue de recherche en tourisme, 36(1), p. 1-18.

Dussuet, A. (2004). Le genre du travail domestique. In C. Bard (Éd.), Le genre des territoires (p. 77-85). Angers : Presses de l'université d'Angers.

El Bouhsini, L. (2015). Maroc : Acquis et limites du mouvement des femmes. Alternatives Sud, 22(4), p. 153-162.

El Houssi, M. (2007). Désigner l'Autre. Roumi et son champ synonymique. Paris : Geuthner.

El Ouedrhiri, S., & Sammoud, K. (2022). Agriculture : Le quotidien des damnées de la terre. In Travailleuses invisibles (p. 50-59). Casablanca : En toutes lettres.

Elias, M., & Carney, J. (2004). La filière féminine du karité : Productrices burkinabè, « éco-consommatrices » occidentales et commerce équitable. Cahiers de géographie du Québec, 48(133), p. 71-88.

Equipe spéciale interinstitutionnelle des Nations Unies sur les femmes rurales. (2012). Les femmes rurales et les objectifs du Millénaire pour le développement. ONU.

Fall, M., & Jacquemot, P. (2023). L'autonomisation des femmes, une réponse à l'insécurité alimentaire en Afrique ? Afrique contemporaine, 275(1), p. 9-38.

Falquet, J. (2003a). « Genre et développement » : Une analyse critique des politiques des institutions internationales depuis la Conférence de Pékin. In F. Reysoo & C. Verschuur (Éds.), On m'appelle à régner : Mondialisation, pouvoirs et rapports de genre (p. 59-87). Graduate Institute Publications.

Falquet, J. (2003b). L'ONU, alliée des femmes ? Une analyse féministe du système des organisations internationales. Multitudes, 11(1), p. 179-191.

Falquet, J. (2008). De gré ou de force. Les femmes dans la mondialisation. Paris : La Dispute.

FAO. (2011). La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture. Le rôle des femmes dans l'agriculture. Combler le fossé entre les hommes et les femmes pour soutenir le développement. FAO.

FAO. (2014). Présentation de l'initiative en faveur de l'autonomisation économique des femmes rurales. FAO.
https://www.fao.org/documents/card/fr?details=1a5fed30-ed0f-4890-91c6-df1dec09759d

FAO. (2024). Filière des fruits et légumes : Un univers exclusivement féminin? FAO.
https://www.fao.org/gender/news/news-detail/The-fruits-and-vegetables-value-chain-a-women-s-world-/fr

Faouzi, H. (2012). Impact des coopératives féminines sur la préservation et la valorisation de l'arganeraie : Cas de la coopérative Tafyoucht (confédération des Ait Baamrane, Anti-Atlas, Maroc). Confins. Revue franco-brésilienne de géographie / Revista franco-brasilera de geografia, 14, p. 1-22.

Faouzi, H. (2013). L'exploitation du bois-énergie dans les arganeraies : Entre soutenabilité et dégradation (région des Haha, Haut-Atlas Occidental, Maroc). Les Cahiers d'Outre-Mer. Revue de géographie de Bordeaux, 66(262), p. 155-182.

Faouzi, H. (2015). Le figuier de Barbarie (l'Opuntia ficus-indica) : Un produit de terroir pour le développement local ? Aknari des Aït Baâmrane (Anti-Atlas occidental, Maroc). Les Cahiers d'Outre-Mer, 271(3), p. 375-400.

Faysse, N., El Amrani, M., Errahj, M., Addou, H., Slaoui, Z., Louisanne, T., & Mkadmi, S. (2014). Des hommes et des arbres : Relation entre acteurs dans les projets du Pilier II du Plan Maroc Vert. 1, p. 75-84.

Fenstermaker, S., & West, C. (2002). Doing gender, doing difference: Inequality, power, and institutional change. New-York : Routledge.

Ferrand, M. (1983). Faut-il nourrir les enfants ? De la nature à la mère nourricière. Quotidien et imaginaire de la cuisine, 438, p. 1271-1286.

Fiette, A. (1983). L'agro-alimentaire en Thiérache de l'Aisne. Hommes et Terres du Nord, 4(1), p. 54-56.

Fiette, A. (1985). L'agro-alimentaire en Picardie. Hommes et Terres du Nord, 4(1), p. 288-300.

FIMAROSE. (2023). Site officiel de la FIMAROSE. Liste des membres du bureau. Fédération Interprofessionnelle Marocaine de la Rose à Parfum.
https://sites.google.com/a/fimarose.org/site/conseil-d-administration

Florenza, L. (2021). « Chacun a droit à sa part ». Une lecture genrée de la production et distribution des olives au sud du Maroc. L'Année du Maghreb, 25, p. 167-186.

Folbre, N. (2001). Production domestique et croissance économique. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 71-75). Graduate Institute Publications.

Fondation OCP. (2022). Together, Ensemble, 2022. Rapport d'activité. Libérer les potentiels pour renforcer l'autonomie et la résilience des communautés.
https://www.ocpfoundation.org/

Fondation Yves Rocher. (2019). Candidatez au Prix Fondation Yves Rocher Terre de Femmes. Fondation Yves Rocher.
https://www.yves-rocher-fondation.org/candidater-au-prix-terre-de-femmes/

Förster, T. (2019). The Invisible Social Body: Experience and Poro Ritual in Northern Côte d'Ivoire. African Studies Review, 62(1), p. 99-119.

Fouda, C. N. F. B. (2014). Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises : Études de cas de développement d'entreprise. [Thèse de doctorat, Université de Bordeaux].

Fournier, L. S. (2007). La fête thématique, nouveau visage de la fête locale en Provence (France). Recherches sociologiques et anthropologiques, 38(2), p. 165-174.

Fournier, P. (octobre 2006). Le sexe et l'âge de l'ethnographe : Éclairants pour l'enquêté, contraignants pour l'enquêteur. ethnographiques.org : revue en ligne de sciences humaines et sociales, 11 [en ligne].

François, M., Niculescu, N., Badini, Z., & Diarra, M. (2009). Le beurre de karité au Burkina Faso : Entre marché domestique et filières d'exportation. Cahiers Agricultures, 18(4), p. 369-375.

Frémeaux, J., & Nordman, D. (2017). La Reconnaissance au Maroc, de Charles de Foucauld. In J.-P. Raison (Éd.), Sciences de l'homme et conquête coloniale (p. 89-128). Paris : Éditions Rue d'Ulm.

Ftaïta, T. (2007). Le karité & le néré, deux arbres des jachères. Propriété masculine & travail féminin au Burkina Faso. Paris : L'Harmattan.

Furt, J.-M., & Tafani, C. (2011). Le développement de l'agritourisme, une question de normalisation ? Juristourisme : le mensuel des acteurs du tourisme & des loisirs [Juris tourisme], N°137, p. 24-26.

Furt, J.-M., & Tafani, C. (2017). L'authenticité, une stratégie de développement touristique ? Analyse à partir d'une recherche-développement sur l'agritourisme en Corse. Téoros, 36(1), p. 1-19.

Gagnol, L., & Landel, P.-A. (2016). Psammotourisme. Le sable au désert comme expérience et ressource touristique spécifique. Via. Tourism Review, 10, p. 1-12.

Galland, C. (2001). Les femmes travaillent quel que soit le prix, quel qu'en soit le prix. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 275-286). Graduate Institute Publications.

Gardelle, L., & Ruhlmann, S. (2009). La revalorisation des produits du terroir en Mongolie. Des logiques économiques, écologiques et culturelles. Autrepart, 50(2), p. 135-152.

Gaspard, F. (2002). Les « droits de la femme » : Construction d'un enjeu en relations internationales. Revue internationale et stratégique, 47(3), p. 46-52.

Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud. (2017). In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud. Paris : IRD Éditions.

Gervais, L.-M. (2009). Un bouquet épineux. Le Devoir.
https://www.ledevoir.com/monde/ameriques/233728/un-bouquet-epineux

Ghorbal, Y. B., & Temessek–Behi, A. (2022). L'authenticité de l'expérience touristique : Vers une approche pluridisciplinaire. In Théories et pratiques du marketing de la culture et du tourisme dans un contexte d'innovation (p. 123-142). Caen : EMS Editions.

Gibert, M. (1985). Les Nations Unies et les femmes. A propos de la Conférence de Nairobi (10-27 juillet 1985). Politique africaine, 20(1), p. 115-117.

Gillot, G. (2016). Les coopératives, une bonne mauvaise solution à la vulnérabilité des femmes au Maroc ? Espace populations sociétés. Space populations societies, 3(2016/3), p. 1-16.

Goeury, D. (2011). Des fêtes religieuses aux festivals : La mise en résonance de la spécificité culturelle comme facteur de développement dans les territoires enclavés. (Etude comparée de l'Atlas marocain et du Ladakh indien). In L. S. Fournier, C. Bernié-Boissard, D. Crozat, & C. Chastagner, Développement culturel et territoires (p. 249-268). Paris : L'Harmattan.

Gonin, A., Quéva, C., Germaine, M.-A., Libourel, E., & Nédélec, P. (2018). Géographie des espaces ruraux. Paris : Armand Colin.

Goodman, J. (2007). Thorny health problem blooms Growers struggle to cut pesticide use in Colombia. Oklahoman.
https://www.oklahoman.com/story/business/2007/02/13/thorny-health-problem-bloomsbrspan-classhl2growers-struggle-to-cut-pesticide-use-in-colombiaspan/61814686007/

Gras, C., & Hernandez, V. (2014). Chapitre 6 - Avancées technologiques et identités socioproductives : L'agribusiness dans la Pampa argentine. In Sociologie des grandes cultures. Au cœur du modèle industriel agricole (p. 115-130). Versailles : Editions Quæ.

Gravari-Barbas, M., & Veschambre, V. (s. d.). Patrimoine : Derrière l'idée de consensus, les enjeux d'appropriation de l'espace et des conflits. In Conflits et territoires (p. 67-82). Tours : Presses universitaires François-Rabelais, Collection Perspectives : villes et territoires.

Guertaoui, F. Z. (2019). Le processus dynamique de l'attractivité touristique d'un territoire par la mise en valeur du patrimoine culturel immatériel : Un atout du tourisme créatif au Maroc. Maghreb - Machrek, 239(1), p. 51-67.

Guétat-Bernard, H. (2015). Travail des femmes et rapport de genre dans les agricultures familiales : Analyse des similitudes entre la France et le Cameroun. Revue Tiers monde, 221(1), p. 89-106.

Guétat-Bernard, H. (2017). Travail, famille et agriculture. Enjeux de genre et de développement, perspective Nord-Sud. In I. Guérin & C. Verschuur (Éds.), Sous le développement, le genre (p. 279-305). Paris : IRD Éditions.

Guétat-Bernard, H., & de Suremain, M.-D. (2014). Introduction générale. In Féminin-Masculin (p. 7-12). Versailles : Éditions Quæ.

Guétat-Bernard, H., & Saussey, M. (2014). Introduction générale. Penser le genre et l'environnement au Sud. In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud (p. 13-34). Paris : IRD Éditions.

Guha, R., & Spivak, G. C. (1988). Selected Subaltern Studies. New York : Oxford University Press

Halbwachs, M. (1925). Les cadres sociaux de la mémoire. Presses universitaires de France.

Hall, C., & Mitchell, R. (2000). We are what we eat : Food, tourism and globalization. Tourism, Culture and Communication, 2, p. 29-37.

Hamimaz, R. (2009). Le développement des produits du terroir au Maroc : Quelques préalables. Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens, p. 271-279.

Hancock, C. (2007). « Délivrez-nous de l'exotisme » : Quelques réflexions sur des impensés de la recherche géographique sur les Suds (et les Nords). Autrepart, 41(1), p. 69-81.

Harrak, H., Hamouda, A., & Nadi, M. (2018). Évaluation et amélioration de la qualité des pâtes traditionnelles de dattes, produits du terroir des oasis. Cahiers Agricultures [En ligne], 27(1).

Harrak, H., Lebrun, M., Alaoui, M. M. I., Senhaji, A. F., & Hamouda, A. (2009). Vers une valorisation du savoir-faire local des oasis : Cas du jus de dattes Tassabount au Maroc. Fruits, 64(4), p. 253-260.

Harrak, N. E., & Smouni, R. (2022). Le secteur coopératif comme levier de la croissance inclusive au Maroc. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 3(4-2), p. 239-251.

Haut-Commissariat au Plan. (2011). Rapports de genre et développement dans le milieu rural. (p. 37). Paris : Haut-Commissariat au Plan.

Haynes, I. (2006). Le coton bio et/ou équitable : Réel avenir ou effet de mode ? BASE. https://popups.uliege.be/1780-4507/index.php?id=642

Héritier, F. (1996). Masculin/Féminin : La pensée de la différence. Paris : Odile Jacob.

Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). Tourism and gastronomy. New-York : Routledge.

Hmioui, A., & Haoudi, A. (2016). Le rôle de la gastronomie et de l'artisanat dans l'attractivité touristique de la ville de Fès : Étude à partir des perceptions des touristes étrangers. Management & Avenir, 85(3), p. 149-169.

Hofmann, E., & Marius-Gnanou, K. (2005). Le crédit des femmes et l'avenir des hommes. Défis Sud, 69, p. 38-40.

Houdaïfa, H. (2015). Dos de femmes, dos de mulet. Les oubliées du Maroc profond. Casablanca : En toutes lettres.

Houssni, M., Mahroussi, M., Kassout, J., Sbih, H., Kadiri, M., & Ater, M. (2022). Pratiques traditionnelles et valorisation des dattes par des produits de terroir : Cas du sirop de dattes dans les oasis du Sud du Maroc. International Journal of Innovation and Applied Studies, 36, p. 678-690.

Howard, P. (2014). Chapitre 7. Ethnobotanique et cuisine : L'importance de la sphère domestique pour l'agrobiodiversité. In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud (p. 213-232). Paris : IRD Éditions.

Idbendris, B., & Debbag, B. (2024). Labellisation des produits du terroir et enjeux de développement territorial : Analyse des contraintes dans le contexte marocain. Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale, 9(1), p. 245-265.

Igamane, S. (2020). Les inégalités de pouvoir au sein des coopératives de femmes au Maroc. RECMA, 358(4), p. 87-101.

Igolen, G. (1970). Les roses du Dadès. La France et ses parfums, 70, p.339-348.

Ilbery, B., & Kneafsey, M. (2000). Producer constructions of quality in regional speciality food production : A case study from south west England. Journal of Rural Studies, 16(2), p. 217-230.

INAO. (2016). Appellation d'origine protégée/contrôlée (AOP/AOC). Institut national de l'origine et de la qualité.
https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protegee-controlee-AOP-AOC

Jacot, J.-H. (1990). Du fordisme au toyotisme ? : Les voies de la modernisation du système automobile en France et au Japon. Paris : La Documentation française.

Jazi, S. (2014). Les valeurs de consommation des produits bio et « beldi » au Maroc. Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing, 9-10, p. 209-223.

Jeannin, M. (2023). En Côte d'Ivoire, la filière cacao passe à la vitesse supérieure. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/afrique/Article/2023/02/15/en-cote-d-ivoire-la-filiere-cacao-passe-a-la-vitesse-superieure_6161978_3212.html

Jouiet, I. (2021). L'entreprenariat coopératif au Maroc : Une locomotive de développement socioéconomique. Revue Internationale des Sciences de Gestion, 4(1), p. 960-973.

Kabbal, Y. (2013). Le festival des roses de Kelâat M'Gouna : Une dynamique socioéconomique autour d'une culture symbole. [Mémoire de Master : Université Mohamed V].

Kabeer, N. (1994). Reversed Realities : Gender hierarchies in development. London : Verso.

Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements : Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. Development and Change, 30(3), p. 435-464.

Kasriel, M. (1990). Le vêtement comme langage. In M. Gadant & M. Kasriel (Éds.), Femmes du Maghreb au présent : La dot, le travail, l'identité (p. 175-189). Paris : CNRS Éditions.

Kergoat, D. (2001). Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 78-88). Graduate Institute Publications.

Khalil, A., Mohammed, E. M., Mohamed, A., & Said, H. (2022). Nouveau modèle de développement pour les zones désertiques et oasiennes—Maroc. Tunis : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

Khellaf, A., Belahsen, S., & Belahsen, M. (2016). Évaluation de la stratégie agricole du Maroc (Plan Maroc Vert) : Une analyse en équilibre général dynamique. Assurances et gestion des risques / Insurance and Risk Management, 83(3-4), p. 293-322.

Khyari, T. E. (1987). Agriculture au Maroc. Paris : FeniXX.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy : Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. Journal of Hospitality & Tourism Research, 30(3), p. 354-377.

Kouakou, K. J., Soumahoro, M., & Oura, K. R. (2019). Mode coutumier d'accès à la terre et situation socioéconomique des femmes rurales de Languibonou (Côte d'Ivoire). Alternatives rurales, 7, p. 130-141.

Kouassi, Y. F., & Adou, G. A. T. (2022). Fabrication artisanale de chocolat par les femmes rurales en Côte d'Ivoire : Un exemple inédit de lutte contre la pauvreté en milieu rural. Revue Internationale du Chercheur, 3(3), p. 570-587.

Laflamme, S. (2011). Recherche interdisciplinaire et réflexion sur l'interdisciplinarité. Nouvelles perspectives en sciences sociales : revue internationale de systémique complexe et d'études relationnelles, 7(1), p. 49-64.

Lagrave, R.-M. (s. d.). Celles de la terre. Agricultrice : L'invention politique d'un métier.
L'agriculture en Afrique : Distinguer les faits des mythes. (2015). [Enregistrement vidéo]. Banque Mondiale.
https://www.banquemondiale.org/fr/news/video/2015/06/11/telling-myths-from-facts-africas-agricultural-data-gap

Lamarche, H. (1991). L'agriculture familiale : Comparaison internationale, tome 1 Une réalité polymorphe. Paris : L'Harmattan.

Lamarche, H. (1994). L'agriculture familiale : Du mythe à la réalité. Paris : L'Harmattan.

Landel, P.-A., Gagnol, L., & Oiry-Varacca, M. (2014). Ressources territoriales et destinations touristiques : Des couples en devenir ? Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine, 102-1, p. 1-10.

Landy, F. (1994). Paysans de l'Inde du Sud : Le choix et la contrainte. In Paysans de l'Inde du Sud : Le choix et la contrainte. Pondichéry : Institut Français de Pondichéry.

Lapompe-Paironne, L. (2011). Cinéma et désert : De Tataouine à Ouarzazate. Téoros : revue de recherche en tourisme, 30(1), p. 90-98.

Laqueur, T. (1992). La fabrique du sexe. Paris : Gallimard.

Lassibille, M. (2009). Les scènes de la danse. Entre espace touristique et politique chez les Peuls woDaaBe du Niger. Cahiers d'études africaines, 49(193-194), p. 309-335.

Latouches, S. (2007). Le micro-crédit mérite-t-il un prix Nobel ? L'Ecologiste, 21, p. 10-11.

Le 360. (2022, juillet 3). Discours du Trône : Le Roi confiant dans l'accomplissement, cette année, de la généralisation de la couverture médicale. Le 360. https://fr.le360.ma/politique/discours-du-trone-le-roi-confiant-dans-laccomplissement-cette-annee-de-la-generalisation-de-la-264504/

Lebadoui, K. (2021). Les femmes face aux difficultés d'accès au leadership local à Asrir (Maroc). Alternatives rurales, 8, p. 19-31.

Lemaire, M. (2001). L'imaginaire colonial d'une société exotique : Les Sénoufo. In R. Amirou (Éd.), Imaginaire, tourisme et exotisme (p. 139-148). Montpellier : Presses universitaires de la méditerranée.

Lequin, Y., & Métral, J. (1980). À la recherche d'une mémoire collective : Les métallurgistes retraités de Givors. Annales, 35(1), p. 149-166.

Leroux, S. (2007). Les temporalités des touristes itinérants dans le Sud marocain ou la quête de liberté. Espace populations sociétés. Space populations societies, 2007/2-3, p. 273-284.

Les Domaines Agricoles. (2023a). Domaines d'activités des Arômes du Maroc. Les Domaines Agricoles. https://lesdomainesagricoles.com/nos-domaines-dactivite/plantes-aromatiques/

Les Domaines Agricoles. (2023b). Page de présentation. Les Arômes du Maroc. https://lesaromesdumaroc.com/

Leveneur-Martel, L. (2021). Les cérémonies Miss France, de la télévision à Twitter. Une ritualisation des commentaires (2015-2019). Réseaux, 230(6), p. 171-214.

Lévy, J., & Lussault, M. (2003). Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. Paris : Belin.

Lévy, J., & Lussault, M. (2013). Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. Paris : Belin.

Little, J., & Austin, P. (1996). Women and the rural idyll. Journal of Rural Studies, 12(2), p. 101-111.

Louargant, S. (2003). L'approche de genre pour relire le territoire. Les trajectoires hommes-femmes dans les projets touristiques ruraux (Ardèche méridionale, Ligurie, Fes-Boulemane [Thèse de doctorat, Université Joseph-Fourier - Grenoble I].

Louargant, S. (2006). Des territoires de projet au territoire de vie :la création de la coopérative artisanale féminine de Sefroucomme enjeu de modification des systèmes de valeurs sexués. In H. Guétat-Bernard & A.-M. Granié (Éds.), Empreintes et inventivités des femmes dans le développement rural (p. 289-302). Institut de Recherche pour le Développement ; Toulouse : Presses Universitaires du Mirail.

Luxembourg, C., & Messaoudi, D. (2017). Genre et politiques urbaines. Géocarrefour, 91(1), p. 1-7.

MacCannell, D. (1976). Tourist: A New Theory of the Leisure Class. Israël : Schocken Books.

Maghnaoui, Y., & Touhami, Z. O. (2024). Produits du Terroir au Maroc : Stratégies Marketing et Comportements d'Achat. Revue Internationale du Chercheur, 5(3), p. 79-99.

Magrin, G., & Ninot, O. (2021). Transitions et développement en Afrique : un continent d'incertitude. Bulletin de l'association de géographes français. Géographies, 97(4), p. 395-411.

Mahias, M.-C. (2002). Le barattage du monde : Essais d'anthropologie des techniques en Inde. In Le barattage du monde : Essais d'anthropologie des techniques en Inde. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

Maisonneuve, C. (2015). Dynamique entre la culture du coton, le rôle de la femme, la sécurité alimentaire et la nutrition infantile au Burkina Faso [Mémoire de Master : Université Laval].

Marcotte, P., Bourdeau, L., & Doyon, M. (2006). Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative. Téoros. Revue de recherche en tourisme, 25(3), p. 59-67.

Marianne Morange, & Schmoll, C. (2016). Les outils qualitatifs en géographie. Méthodes et applications. Paris : Armand Colin.

Marius, K. (2016). Marius Kamala, Les Inégalités de genre en Inde. Regard au prisme des études postcoloniales. Paris : Karthala.

Mathieu, N.-C. (1991). L'anatomie politique : Catégorisations et idéologies du sexe Paris : Côté-femmes et Indigo.

Mazhoudi, L. (2021). L'entrepreneuriat féminin entre nécessité économique et contraintes sociales : Cas des entrepreneures tunisiennes. Management & Sciences Sociales, 31(2), p. 41-54.

Mazuyer, G. (1931). Les Établissements Antoine Chiris dans le monde. Grasse : Établissements Antoine Chiris.

M'barki, R., & Schmitz, S. (2021, mars). La revalorisation des produits de terroir au Maroc : La construction d'un patrimoine alimentaire favorise-t-elle l'émancipation des productrices ? Journées rurales 2021 – Les relations villes campagnes face à la question alimentaire, 4th Rural Conference – Thinking Urban-Rural interactions through Food and Land Uses issues.

Médias24. (2023). Round up. Tout savoir sur la hausse du SMAG. https://medias24.com/2023/09/05/round-up-tout-savoir-sur-la-hausse-du-smag/

Meillassoux, C. (1975). Femmes, Greniers et Capitaux. Paris : Maspéro.

Mekkaoui Alaoui, Y., & Zouiten, M. (2022). Du coopérativisme au Maroc : Évolution, contraintes, et opportunités. Revue Française d'Economie et de Gestion, 3(11), p. 168-191.

Mérenne-Schoumaker, B. (1988). La micro-informatique et l'enseignement de la géographie : Les leçons des expériences anglaises, néerlandaises et belges / Micro-computers and teaching in geography : learning from the british, dutch and belgian experiments. Géocarrefour, 63(2), p. 23-29.

Meunié, J. (1962). Sur l'architecture du Tafilalt et de Sijilmassa (Maroc Saharien). Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 106(2), p. 132-147.

Michel, A., Fatoumata-Diarra, A., & Agbessi-Dos Santos, H. (1980). Femmes et multinationales. Paris : Karthala.

Michon, G. (2016). Tourisme rural et produits de terroir : Quelles synergies ? Discussion autour d'exemples en Corse et au Maroc. Bulletin d'Information de l'Académie Hassan II des Sciences et Techniques, 20, p. 62-73.

Michon, G., Aderghal, M., Berriane, M., & Landel, P.-A. (2019). La rose du M'goun. Un bon exemple pour réfléchir les relations entre ancrage, patrimonialisation et banalisation. Les impromptus du LPED, 5, p. 114-130.

Michon, G., Berriane, M., Aderghal, M., Amzil, L., Landel, P.-A., Medina, L., & Ghiotti, S. (2017). Construction d'une destination touristique d'arrière-pays : La « Vallée des roses » (Maroc). GéoDév.ma [En ligne], 5, (6)

Mignot-Lefebvre, Y. (1986). Femmes et développent après Nairobi : Idéologie et enjeux internationaux d'une décennie. Revue Tiers Monde, 27(105), p. 129-142.

Ministère de l'Agriculture. (2019). Produits labelisés au Maroc. https://www.agriculture.gov.ma/fr/filiere/richesse-du-terroir

Ministère de l'Agriculture de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. (2022, juillet). Province de Berkane : Ouverture de la septième édition du salon régional des produits du terroir et la cinquième édition du concours marocain des produits du terroir | Ministère de l'agriculture. Ministère de l'Agriculture de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. https://www.agriculture.gov.ma/fr/actualites/province-de-berkane-ouverture-de-la-septieme-edition-du-salon-regional-des-produits-du

Mohanty, C. T. (1984). Under Western Eyes : Feminist Scholarship and Colonial Discourses. boundary 2, 12(3), p. 333-358.

Moisseron, J.-Y., Ben El Ahmar, M., Romagny, B., Alary, V., Aderghal, M., & Tebbaa, O. (2019). Financements et activités des femmes en milieu rural au Maroc. Maghreb - Machrek, 240(2), p. 53-76.

Moity-Maizi, P., & Muchnik, J. (2005). Circulation et construction de savoir-faire : Questions pour une anthropologie des systèmes alimentaires localisés. Industries Alimentaires et Agricoles, 122(9), p. 16-26.

Molinier, P. (2020). Le travail du care (Bib. Jacques Lagroye (Sorbonne) - Salle de lecture 28 MOL; 2e edition), Paris : La Dispute, Collection « Le genre du monde ».

Molyneux, M. (2007). Organisations populaires et réseaux de solidarité de femmes : La redécouverte d'une ressource pour les politiques. In C. Verschuur (Éd.), Genre, mouvements populaires urbains et environnement (p. 385-403). Graduate Institute Publications.

Momsen, J. (1991). Women and Development in the Third World. New-York : Routledge.

Montanari, B., & Bergh, S. I. (2019). Une analyse genrée des activités génératrices de revenus (AGR) dans le cadre du Plan Maroc vert : À qui profite-t-il ? Maghreb - Machrek, 242(4), p. 49-66.

Moreno Nieto, J. (2012). « Faut-il des mains de femmes pour cueillir les fraises ? » Dynamique de la gestion de la main-d'œuvre et du travail dans le secteur fraisier du périmètre irrigué du Loukkos (Maroc). Les Etudes et Essais du Centre Jacques Berque.

Morice, J.-R., & Martin, A. Z. (2010). Visite d'entreprise et Tourisme. Contexte espagnol et perspectives européennes. Toledo : Camara de Comercio e Industria de Toledo / Angers : Presses de l'Université d'Angers.

Mosconi, N., Revillard, A., & Vouillot, F. (2022). Handicap, genre et travail. Travail, genre et sociétés, 48(2), p. 27-34.

Moser, C., & Moser, A. (2005). Gender Mainstreaming since Beijing : A Review of Success and Limitations in International Institutions. Gender and Development, 13(2), p. 11-22.

Mouhtadi, I. E., Agouzzal, M., & Guy, F. (2014). L'olivier au Maroc. OCL, 21(2), [en ligne].

Mountasser, M., Mahdad, E., Ouhajou, L., & Hammoudou, M. (2012). Agdal et lghorm : Institutions conservatrices des ressources et des paysages dans le Sud-Est marocain. Asinag, 7, p. 71-94.

Murgue, B. (2011). La Moudawana : Les dessous d'une réforme sans précédent. Les Cahiers de l'Orient, 102(2), p. 15-29.

Myttenaere, B. D. (2012). Tourisme rural et valorisation des ressources alimentaires locales : Le cas de l'AOP fromage de Herve. Bulletin de la Société Géographique de Liège.

Naciri, R. (2014). Le mouvement des femmes au Maroc. Nouvelles Questions Féministes, 33(2), p. 43-64.

Naciri, M. (s. d.). Les Ksouriens sur la route. Emigration et mutation spatiale de l'habitat dans l'oasis de Tinjdad. Annuaire de l'Afrique du Nord, Tome XXV (1986). Editions du CNRS, p.347-364.

Naji, M. (2007). Valeur des tapis marocains : Entre productrices d'artisanat et marchands d'art. Cahiers du Genre, 43(2), p. 95-111.

Naji, S. (2018). La kasbah berbère, ou comment un particularisme architectural devint l'un des principaux archétypes touristiques chérifiens. Centre Jacques-Berque.

Namer, G. (2000). Halbwachs et la mémoire sociale, Paris : L'Harmattan.

Nations, U. (2007). Proclamation de la Journée internationale des femmes rurales. ONU; United Nations.
https://www.un.org/fr/observances/rural-women-day/resources

Nations, U. (2023). Journée internationale des femmes rurales | Nations Unies. UNWOMEN; United Nations.
https://www.un.org/fr/observances/rural-women-day

ONU Femmes. (2014). Déclaration et programme d'action de Beijing.Rapport 1995. Nations Unies https://www.unwomen.org/fr/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration

Nations Unies. (2015). Objectifs du Millénaire pour le développement. Rapport 2015. Nations Unies.

Nichols, S., & Komjathy, K. (2003). La parité hommes-femmes et l'accès à la terre. FAO.

Nora, P. (1978). La mémoire collective. In J. Le Goff, La nouvelle histoire (p. 398-401). Editions Retz-CEPL.

Nougaret. (s. d.). Les Rosières. Paris : Le fuel.

Noutfiya, Y., Ibnelbachyr, M., & Kanoubi, H. (2019). Exploration des potentialités de développement d'un nouveau produit laitier à base de dattes dans les oasis d'Ouarzazate (Maroc). Efficacité et résilience des ressources fourragères et de la production de petits ruminants pour faire face aux défis mondiaux dans les espaces méditerranéens, p. 123-126.

Oakley, A. (1972). Sex, Gender, and Society. London : Temple Smith.

OECD. (2023). Joining forces for gender equality. What is holding us back ? OECD. https://www.oecd.org/gender/joining-forces-for-gender-equality-67d48024-en.htm

Ofouémé-Berton, Y. (2010). L'approvisionnement en eau des populations rurales au Congo-Brazzaville. Les Cahiers d'Outre-Mer. Revue de géographie de Bordeaux, 63(249), p. 7-30.

Oiry, M. (2014). Quand le tourisme recompose les identités collectives : Étude de projets touristiques « alternatifs » dans les Atlas marocains [Thèse de doctorat, Université de Genève].

Oiry Varacca, M. (2019). La labellisation, (re)qualification ou disqualification des marges ? Le cas du safran à Taliouine (Anti-Atlas, Maroc). Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine, 107, (3), [en ligne].

Olivier de Sardan, J.-P., & Bierschenk, T. (1993). Les courtiers locaux du développement. Bulletin de l'APAD, 5, p. 1-8.

ONU. (2000). Les quatre conférences mondiales sur les femmes 1975-1995 Perspective historique. Département de l'information de l'ONU.
https://www.un.org/french/womenwatch/followup/beijing5/session/fond.html

ONU Femmes. (2021) Représentation des femmes dans le gouvernement local : Analyse mondiale. https://www.unwomen.org/fr/digital-library/publications/2022/01/womens-representation-in-local-government

Ordioni, N. (2005). L'approche genre, outil de développement ou dispositif idéologique au service de la « bonne » gouvernance mondiale ? In G. Froger & C. Mainguy (Éds.), Quels acteurs pour quel développement ? (p. 55-71). Paris : Karthala.

Ordioni, N. (2011). L'androcentrime : Un ethnocentrisme du genre ? Babel. Civilisations et Sociétés, 23, p. 49-72.

Orofiamma, R. (2002). Le travail de la narration dans le récit de vie. In C. Niewiadomski & G. de Villers (Éds.), Souci et soin de soi, Liens et frontières entre histoire de vie, psychothérapie et psychanalyse (p. 2-21). Paris : L'Harmattan.

Ouali, N. (2008). Les réformes au Maroc : Enjeux et stratégies du mouvement des femmes. Nouvelles Questions Féministes, 27(3), p. 28-41.

Ouazzani Touhami, N., Ferguene, A., & Jaidi, L. (2015). Le redéploiement spatial de la production : Une voie de relance de l'artisanat traditionnel au Maroc ? Le cas de la dinanderie à Fès. Cahiers de géographie du Québec, 59(167), p. 167-188.

Oudada, M. (2006). Les transports, facteurs de développement touristique au sud du Maroc. Collection EDYTEM. Cahiers de géographie, 4(1), p. 279-288.

Ouddach, A., & Tlaty, M. (2024). Les organisations de l'économie sociale et solidaire face aux enjeux de développement local au Maroc : Étude comparative des coopératives des régions de Béni Mellal-Khénifra et Rabat-Salé-Kénitra. Alternatives Managériales Economiques, 6(1), p. 681-698.

Oussoulous, N. (2017). Le pays d'Ouarzazate : Une destination touristique d'arrière-pays en émergence ? GéoDév.ma, 5, p. 1-21.

Oussoulous, N. (2019). L'émergence d'une destination de tourisme rural et rôle des résidents étrangers : Le cas du pays d'Ouarzazate [Thèse de doctorat, Université Paul Valéry - Montpellier III ; Université Mohammed V. Faculté des lettres et des sciences humaines (Rabat)].

Pala, A. O. (1977). Definitions of Women and Development : An African Perspective. In B. Bunster & Ximena (Éds.), Women and National Development : The complexities of change (p. 9-14). Wellesley Editorial Committee, Chicago : University of Chicago Press.

Perrin, É. (1987). L'âge d'or de la parfumerie à Grasse : D'après les archives Chiris (1768-1967). La Calade : Edisud.

Perrin, É., Baumann, M., & Buttner, O. (2016). Fondation, croissance, opportunités et déclin de la production des matières premières pour la parfumerie : L'exemple de Chiris (1768-1967). Cahiers de la Méditerranée, 92, p. 215-227.

Pétonnet, C. (1982). L'Observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien. Homme, 22(4), p. 37-47.

Peyron, M. (1997). Fantasia. Encyclopédie berbère, 18, p. 1-9.

Piedalue, A., & Rishi, S. (2017). Unsettling the South through Postcolonial Feminist Theory. Feminist Studies, 43(3), p. 548-570.

Popp, H., & El Fasskaoui, B. (2018). La route des Kasbahs. Allemagne : Michael Imhof Verlag.

Pouget, M. (1998). Taylor et le taylorisme. Paris : Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je ?.

Pourtier, R. (2010). Afriques noires. Paris : Hachette, carré géographie, 2e édition revue et augmentée.

Pourtier, R. (2015). L'agriculture familiale et le portage féminin en Afrique centrale. Bulletin de l'association de géographes français. Géographies, 92(3), p. 385-399.

Raffaillac, J.-P., & Second, G. (1997). Le Manioc. In A. Charrier, M. Jacquot, S. Hamon, & D. Nicolas (Éds.), L'amélioration des plantes tropicales (p. 429-456). Publication du Cirad.

Rakotomanana, E., Mattern, C., & Pourette, D. (2018). Le rôle de la grand-mère dans les soins de la femme enceinte et de l'enfant. In D. Pourette, C. Mattern, C. B. Cabane, & B. Ravololomanga (Éds.), Femmes, enfants et santé à Madagascar : Approches anthropologiques comparées (p. 161-171). Paris : L'Harmattan.

Ramboarison-Lalao, L. (2015). Quels financements pour l'entrepreneuriat féminin à Madagascar ? Entreprendre & Innover, 25(2), p. 35-48.

Rathgeber, E. M. (1990). WID, WAD, GAD : Trends in Research and Practice. The Journal of Developing Areas, 24(4), p. 489-502.

Rathgeber, E. M. (1995). Gender and development in action. In M. Marchand & J. Parpart (Éds.), Feminism/ Postmodernism/ Development (p. 204-220). New-York : Routledge.

Rautenberg, M. (2003). La rupture patrimoniale. A la croisée, Collection Ambiances, Ambiances

Razani, S., & Hiller, C. (2001). L'intégration transversale du genre : Etudes des tentatives d'institutionnalisation (résumé). In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 385-393). Graduate Institute Publications.

Renoir N. (2009) « Une famille de parfumeurs grassois : Les Chiris », Étude pour le cercle de généalogie du pays Cannois, n° 59, p. 25-37.

Retaillé, D. (2010). Au terrain, un apprentissage. L'Information géographique, 74(1), p. 84-96.

Rhazzane, S., & Lahfidi, A. (2021). Identité et gouvernance des coopératives au Maroc : Etude de cas de coopératives agricoles de la région Souss Massa. Alternatives Managériales Economiques, 3(4), p. 661-680.

Rhiwi, L. (2004). La réforme du code marocain de la famille. Revue Projet, 282(5), p. 32-37.

Rice, R. A. (2001). Noble goals and challenging terrain : Organic and fair trade coffee movements in the global marketplace. Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 14(1), p. 39-66.

Ricœur, P. (2014). La mémoire, l'histoire, l'oubli : La mémoire, l'histoire, l'oubli. Paris : Le Seuil.

Rieutort, L. (2011). Terroir. HyperGeo.
https://hypergeo.eu/terroir/

Riser, L., & Trecolle, G. (1994). Dadès. Encyclopédie berbère, (14), p. 2170-2172.

Roger, J.-P. (2013). Christian Nicourt. Être agriculteur aujourd'hui. L'individualisation du travail des agriculteurs. Études rurales, (192). Paris : Éditions Quæ.

Romagny, B. (2009). L'IGP Argane, entre patrimonialisation et marchandisation des ressources. Maghreb - Machrek, 202(4), p. 85-114.

Romagny, B., Boujrouf, S., Errays, N. A., & Benkhallouk, M. (2016). Chapitre 14. La filière « huile d'argan » au Maroc : Construction, enjeux et perspectives. In M. Berriane & G. Michon (Éds.), Les terroirs au Sud, vers un nouveau modèle ? : Une expérience marocaine (p. 271-289). Paris : IRD Éditions.

Rosati-Marzetti, C. (2016). Les représentations de la « cité des parfums » à travers son iconographie touristique. Cahiers de la Méditerranée, (92), p. 241-253.

Roumane, A. (2017). Structures coopératives et valorisation économique de la biodiversité : Cas de la filière d'huile d'argan au Maroc. Revue internationale de l'économie sociale : recma, 346, p. 59-72.

Ruf, F. (1993). La Côte d'Ivoire va-t-elle céder la place de premier producteur mondial de cacao à l'Indonésie ? Café, Cacao, Thé, 37 (3), p. 227-249.

Ryckmans, H., & Maquestiau, P. (2008). Population et développement : Égalité de genre et droits des femmes. Mondes en développement, 142(2), p. 67-82.

Sabir, M., Roose, E., & Machouri, N. (2003). Organisation spatiale et gestion paysanne des ressources naturelles dans deux terroirs du Rif occidental, Maroc. Organisation spatiale et gestion des ressources et des territoires ruraux : actes du colloque international, 25 - 27 février 2003, Montpellier, France. Colloque international sur l'organisation spatiale et gestion des ressources et des territoires ruraux, Montpellier.

Salmona, M. (2001). Femmes au travail dans l'agriculture en France : Charges, pénibilités, souffrances, composantes des tâches et de la compétence. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Genre et économie : Un premier éclairage (p. 215-218). Graduate Institute Publications.

Salvador, M. (2018). Les produits alimentaires locaux, des éléments de l'authenticité de l'expérience touristique. Management & Avenir, 104(6), p. 57-78.

Salvador-Perignon, M. (2012). Tourisme culinaire et valorisation des produits artisanaux : Vers un tourisme durable. Management & Avenir, 56(6), p. 114-133.

Salze, L. (2021, juin 14). Les savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse : Histoire d'une inscription au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité par l'UNESCO. Hypothèses. Les cahiers de Salagon.

Samama, Y. (2006). Thami al-Glaoui ou l'émergence d'un pouvoir parallèle fort au Maroc (fin xixe-milieu xxe siècle). In A. Hénia (Éd.), Être notable au Maghreb : Dynamique des configurations notabiliaires (p. 248-260). Tunis : Institut de recherche sur le Maghreb contemporain.

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. International Journal of Hospitality Management, 23(1), p. 15-24.

Saussey, M. (2011). Initiatives féminines et économie sociale et solidaire dans la production du beurre de karité au Burkina Faso. In Femmes, économie et développement (p. 107-128). Paris : Editions Érès.

Saussey, M. (2014). Réforme des services d'eau potable au Burkina Faso. La participation des femmes en question. Revue Tiers Monde, 217(1), p. 181-197.

Scott, J. (2000). Genre : Une catégorie utile d'analyse historique. In J. Bisilliat & C. Verschuur (Éds.), Le genre : Un outil nécessaire : Introduction à une problématique (p. 41-67). Graduate Institute Publications.

Scott, J. W. (s. d.). Gender and the Politics of History (1988e éd.). New York : Columbia University Press.

Sebti, M. (1985). L'habitat des douars de Marrakech : Un héritage compromis. Annales de Géographie, 94(521), p. 63-84.

Segalen, M., & Chamarat, J. (1983). La Rosière et la « Miss » : Les « reines » des fêtes populaires. L'Histoire, 53.

Sekik, N. (2010). A propos du patrimoine immatériel : Réflexion autour des savoir-faire des femmes en Tunisie. Quaderns de la Mediterrània, 23, 125-131.

Sekik, N. (2016). Artisanats et savoir-faire féminins : Mémoire collective de la Tunisie. Quaderns de la Mediterrània, 23, p. 131-136.

Sen, A. (2007). L'Inde : Histoire, culture et identité. Paris : Odile Jacob.

Sen, G., & Grown, C. (1987). Development Crises and Alternative Visions : Third World Women's Perspectives. Monthly Review Press.

Senil, N., Michon, G., Aderghal, M., Berriane, M., Boujrouf, S., Furt, J.-M., Moizo, B., Romagny, B., Sorba, J.-M., & Tafani, C. (2014). Le patrimoine au secours des agricultures familiales ? Éclairages méditerranéens. Revue Tiers Monde, 220(4), p. 137-158.

Sidibé, A., Vellema, S., Dembelé, F., Traoré, M., & Kuyper, T. W. (2017). Analyse d'une plate-forme d'innovation dans la filière karité au Mali. Cahiers Agricultures, 26(4).

Sigaut, F. (2006). Le savoir des couteaux. Cahiers d'anthropologie sociale, 1(1), p. 133-139.

Simenel, R., Michon, G., Auclair, L., Thomas, Y., Romagny, B., & Guyon, M. (2009). L'argan : L'huile qui cache la forêt domestique De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème. Autrepart, 50(2), p. 51-73.

Simenel, R., Romagny, B., & Auclair, L. (2017). Chapitre 6. « Les femmes berbères gardiennes des secrets de l'arganier » : Le détournement des pratiques locales. In H. Guétat-Bernard & M. Saussey (Éds.), Genre et savoirs : Pratiques et innovations rurales au Sud (p. 179-200). Paris : IRD Éditions.

Simon, A. A., Kabié, Y. A., & Georgette, B. G. (2022). Genre et Acces au Foncier : Etude Comparative des Modes d'Acquisition de la Terre chez les Femmes du Sud et du Nord de la

Cote d'Ivoire : Cas d'Akoupé et Becouéfin ; Nahoualakaha et Torgokaha. European Scientific Journal, ESJ, 18(2), p. 52-66.

Skounti, A. (2006). « L'hospitalité berbère ». Prolongements d'un récit gellnerien. Études et Documents Berbères, 24(1), p. 201-210.

Sourisseau, J.-M. (2014). Agricultures familiales et mondes à venir. Paris : Éditions Quae.

Spivak, G. C. (1988). Can the Subaltern Speak ? In C. Nelson & L. Grossberg (Éds.), Marxism and the Interpretation of Culture (p. 271-313). Champaign : University of Illinois Press.

Staszak, J.-F. (2008). Qu'est-ce que l'exotisme ? Le Globe. Revue genevoise de géographie, 148, p. 7-30.

Staszak, J.-F. (2012). L'imaginaire géographique du tourisme sexuel. L'Information geographique, 76(2), p. 16-39.

Staudt, K. (2003). Gender mainstreaming : Conceptual links to institutional machineries. In M. R. Shirin (Éd.), Mainstreaming Gender, Democratizing the State (p. 26-51). New-York : Routledge.

Stavenhagen, R. (2018). Structures agraires et sous-développement en Afrique et en Amérique latine. Graduate Institute Publications.

Stoler, A. L. (1989). Rethinking Colonial Categories : European Communities and the Boundaries of Rule. Comparative Studies in Society and History, 31(1), p. 134-161.

Stoller, R. (1968). Sex and gender. London : Hogarth Press.

Swearingen, W. (1987). Terre, politique et pouvoir au Maroc. Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée, 45, p. 41-54.

Tabet, P. (1998). La construction sociale de l'inégalité des sexes : Des outils et des corps, Paris : L'Harmattan.

Tafani, C. (2021). Le tourisme rural : Un produit de terroir ? Regard sur la destination Corse. Belgeo. Revue belge de géographie, (2).

TAFRA, (2017). La responsabilité des élus dans le cadre de la régionalisation avancée., TELQUEL MEDIA.https://tafra.ma/wp-content/uploads/2023/04/LivretRegionalisation2017.pdf

Tahon, M.-B. (2004). Chapitre 2. Les rapports sociaux de sexe. In Sociologie des rapports de sexe (p. 27-61). Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Taïbi, A. N., & El Hannani, M. (2004). Mutation des modes de gestion et ”crise” de l’eau au Maghreb : D’une gestion collective à une gestion individuelle. Le cas du bassin du Dadès (Maroc). ESO Travaux et Documents, 22, p. 61-66.

Talahite, F. (2017). Pour une économie politique genrée des droits de propriété. Cahiers du Genre, 62(1), p. 19-42.

Talandier, M. (2008). Le tourisme : Moteur de la revitalisation des espaces ruraux français ? Cahier espaces, 98, p. 132.

Talandier, M. (2015). Circulation et renouvellement des codes et pratiques balnéaires. In P. Duhamel (Éd.), Le balnéaire. De la Manche au monde, (p. 177-188). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

Tchounad, R. (2024, janvier 24). La Côte d’Ivoire se prépare à stopper les exportations de cacao non tracé vers l’Europe dès 2025. La Tribune.
https://afrique.latribune.fr/economie/2024-01-24/la-cote-d-ivoire-se-prepare-a-stopper-les-exportations-de-cacao-non-trace-vers-l-europe-des-2025-988701.html

Teyssier, A., Ramarojohn, L., & Ratsialonana, R. A. (2010). Des terres pour l’agro-industrie internationale ? Un dilemme pour la politique foncière malgache. EchoGéo, 11.

Thémines, J.-F. (2021). Des récits en géographie. Géoconfluences.
http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/geographie-espaces-scolaires/geographie-a-l-ecole/recits

Tinizri (Réalisateur). (2015). La miss rose élue de Kelâat M’gouna dévoile les coulisses [Documentaire].
https://www.youtube.com/watch?v=JbjDkflqv1k&list=WL&index=6

Tizza, W. (2012). Femmes des Aït Bouguemez : Des identités à l’épreuve du tourisme. Via . Tourism Review, (2), p. 1-12.

Touré, M. (2018). Le néré, un arbre du patrimoine de la Haute Guinée. Belgeo, 2, p. 1-23.

Tourisme et développement : Regards croisés. (2021). In C. Bataillou & B. Schéou (Éds.), Tourisme et développement : Regards croisés. Perpignan : Presses universitaires de Perpignan.

Troin, J.-F. (1995). Fès et Marrakech : Evolution comparée de deux capitales régionales marocaines. Cahiers de la Méditerranée, 50(1), p. 149-169.

Troin, J.-F. (2018). La Route des Kasbahs [Die Strasse der Kasbahs]de Herbert Popp & Brahim El Fasskaoui. Les Cahiers d’EMAM. Études sur le Monde Arabe et la Méditerranée, 30.

Truong, T. L. H. (2019). Quelle place pour la typicité locale et l'authenticité dans l'expérience touristique : Le cas de Dalat, station de montagne au Vietnam [Thèse de doctorat, Avignon Université].

UNESCO. (2021). Le ceebu jën, art culinaire du Sénégal. UNESCO. https://ich.unesco.org/fr/RL/le-ceebu-jen-art-culinaire-du-senegal-01748

UNESCO. (2023). UNESCO - Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. UNESCO.
https://ich.unesco.org/fr/convention

UNWOMEN. (2018). Turning promises into action : Gender equality in the 2030 Agenda for Sustainable Development. UNWOMEN.

UNWOMEN. (2024). UNWOMEN. Le Fonds pour l'égalité des sexes. UNWOMEN.
https://www.unwomen.org/fr/trust-funds/fund-for-gender-equality

Valay, M. (2022). La conférence onusienne pour l'« Année internationale de la femme », Mexico, 1975. Un éveil international aux droits des femmes ? Histoire, Europe et relations internationales, 2(2), p. 133-136.

Vatin, F. (2016). Tanger en toutes franchises. Mondialisation, industrialisation et question sociale. Esprit, Mai(5), p. 87-96.

Vermeren, P. (2003). Au Maroc : La Réforme Du Code Du Statut Personnel. Esprit (1940-), 300 (12), p. 171-175.

Verschuur, C. (2003). L'« empowerment », des approches contrastées ; études de cas en Amérique latine. In F. Reysoo (Éd.), Genre, pouvoirs et justice sociale (p. 235-250). Graduate Institute Publications.

Verschuur, C. (2011). Changements agraires et des rapports de genre. In C. Verschuur, Du grain à moudre : Genre, développement rural et alimentation (p. 15-28). Graduate Institute Publications.

Verschuur, C. (2017). Une histoire du développement au prisme du genre. Perspectives féministes et décoloniales. In I. Guérin & H. Guétat-Bernard (Éds.), Sous le développement, le genre (p. 43-71). Paris : IRD Éditions.

Violier, P. (2008). Tourisme et développement local. Paris : Belin Education.

Vitry, C., El Hassane, A., Dugué, P., & Chia, E. (2015). Apprendre à coopérer : Un défi pour l'adhésion des agriculteurs au plan Maroc vert. New Medit.

Vivet, J., & Ginisty, K. (2008). Les biais, terrain de savoirs ? Expériences africaines, Communication au colloque « A travers l'espace de la méthode : les dimensions du terrain en géographie », Arras, 18-20 juin 2008.

Wacheux, F. (1996). Méthodes qualitatives de recherches en gestion. Economica. Collection Gestion

Watts, M., & Goodman, D. (1997). Agrarian Questions : Global appetite, local metabolism : Nature, culture, and industry in fin-desiècle agro-food systems. In M. Watts & D. Goodman (Éds.), Globalising food (p. 1-32). New-York : Routledge.

Young, K. (1978). Modes of appropriation and the sexual division of labor : A case study from Oaxaca, Mexico. In A. Kuhn & A. Wolpe (Éds.), Feminism and materialism (p. 124-154). New-York : Routledge & Kegan Paul.

Zellal, C. (2013). A l'ombre des usines en fleurs. Aix-Marseille : Presses Universitaires de Provence.

Zouheir, S. (2014). Ces femmes qui font bouger le Maroc. Après-demain, 3132(3), p. 33-34.

Zrira, S. (2006). La rose du Dadès, Culture et technologies d'extraction des essences de rose. Bulletin mensuel d'information et de liaison du PNTTA, 146.

Lexique

- *Ahidouss :* Terme utilisé par les Amazighes du Maroc central pour désigner les danses traditionnelles amazighes
- *Ahwach :* Terme généralement utilisé par les Amazighes du Maroc du Sud pour désigner les danses traditionnelles amazighes
- *Baddaz* : Couscous traditionnel du sud marocain à base de semoule de maïs
- *Berkoukes :* Pâtes en forme de gros grains de couscous
- *Bendir :* Instrument à percussion très présent en Afrique du Nord (Tambourin)
- *Cabrane* : Contremaître des cueilleuses (caporal)
- *Cheikhs* : chef de village, amghar en amazigh, représentant d'une communauté
- *Dohr :* Prière de midi
- *Douar, ksar* : Village
- *El ward :* Au pluriel *wouroud* désigne une rose ou une fleur
- *Far9a :* Troupe
- *Glaouas :* Tribu amazighe de la région de l'Atlas appartenant à l'aire linguistique *tachelhit*
- *Glaouis :* nom du caïd dont le territoire de commandement sous le protectorat s'étendait entre le Haut Atlas et les oasis du Draa
- *Hachouma* : Honte
- *Haram :* Illicite, prohibé (religieusement)
- *Jelaba :* Longue robe ample assortie d'une capuche
- *Jnanes* : Petites parcelles agricoles irriguées
- *Ksar :* Au pluriel *ksours*, désigne village fortifié
- *Loubane :* Aussi appelé Oliban est une résine naturelle qui provient d'un arbre à partir de laquelle sont fabriqués des bijoux
- *Maghreb :* Prière qui a lieu au coucher du soleil
- *Makhzen* : Désigne le pouvoir ou l'administration
- *Malikat al Jamal :* Reine de beauté
- *Malikat al Wouroud :* Reine des roses
- *Moqadem* : Chef d'un village
- *Moussem :* Fête réalisée en l'honneur d'un saint
- *Oued ou Assif* : Cours d'eau
- *Riads :* Maison traditionnelle au centre de laquelle se trouve un jardin ou un patio
- *Ra9zt nahla :* Danse de l'abeille
- *Souk* : Marché
- *Tachelhit :* une des langues tamazight utilisée très répandue dans le sud du Maroc
- *Tahidousst n'oumgoun :* Danses traditionnelles propres à la région de la rose
- *Tachtat :* Tissu porté par les femmes de la région de la rose
- *Tifinagh :* Alphabet amazigh
- *Zellige :* revêtement de surface composé de carreaux d'argile ou de céramique

Acronymes :

- *ADA :* Agence de Développement Agricole

- *AGR :* Activités Génératrices de revenus
- *ANDZOA :* Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier
- *CAPP :* Compagnie Africaine des Plantes à Parfum
- *CPTT :* Conseil Provincial du Tourisme de Tinghir
- *FIMAROSE :* Fédération Interprofessionnelle Marocaine de la Rose à Parfum
- *Green Generation:* Génération Verte
- *MIP :* Musée International de la Parfumerie
- *ONCA :* Office National du Conseil Agricole
- *ONSSA :* Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires
- *ORMVAO :* Office Régional de Mise en Valeur Agricole de Ouarzazate
- *PMV:* Plan Maroc Vert
- *SIAM :* Salon International de l'Agriculture Marocaine
- *SIRP :* Salon International de la Rose à Parfum

Tables

Table des cartes

Carte 1 : Localisation de Kelâat M'gouna 16
Carte 2 : Terrain d'étude. 96
Carte 3 : Les bassins hydrographiques du M'goun et du Dadès. 99
Carte 4 : Points d'intérêt touristique dans les régions oasiennes du sud du Maroc 101
Carte 5 : Évolution de la présence des établissements grassois Chiris dans le monde de 1768 à 1968. 130
Carte 6 : Comparaison des parcelles agricoles sur le terrain d'étude entre 2008 et 2023. 214
Carte 7 : Répartition des boutiques de produits de rose « synthétiques ». 261

Table des figures

Figure 1 : Frise chronologique des périodes d'enquête sur le terrain. 106
Figure 2 : Schéma du réseau d'acteurs de l'enquête de terrain : l'effet boule de neige 113
Figure 3 : Vente de roses séchées sur le marché dans la vallée du Dadès avant 1950. 136
Figure 4 : Usine d'extraction de la Société Florale de l'Atlas avant 1970, Usine des Arômes du Maroc en 2023. 137
Figure 5 : Usine Chiris, Aromag en 1948, vers 1950, Usine Biolandes à Amednagh en 2022. 138
Figure 6 : Schéma de la filière industrielle coloniale d'exploitation de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. 139
Figure 7 : Illustration d'une pesée dans un village dans les années 1950. 140
Figure 8 : Piste à la sortie de l'usine d'Aromag entre 1947 et 1950. 141
Figure 9 : Page d'accueil du site internet des Arômes du Maroc. 145
Figure 10 : Variation des revenus des plantations de rosiers x Damascena au kilo de 1990 à 2013 (en dirham). 146
Figure 11 : La filière de la rose de Kelâat M'gouna-Dadès. 147
Figure 12 : Salle d'exposition des parfums à la maison de la rose. 151
Figure 13 : Les parfums de luxe français exposés à la maison de la rose. 152
Figure 14 : Affiche promotionnelle de l'inscription du pays de Grasse sur la liste du patrimoine immatériel de l'UNESCO. 153
Figure 15 : Les acteurs de la gouvernance de la filière de la rose. 159
Figure 16 : Photographie des membres du bureau lors de la création de la FIMAROSE en 2012. 163
Figure 17 : : Extrait d'avis déposés sur TripAdvisor sur le marché solidaire de Casablanca. 172
Figure 18 : Le label « Terroir du Maroc » sur l'étiquette d'un produit de rose. 187
Figure 19 : Exemple d'une seguia. 194
Figure 20 : Modèle de culture traditionnelle du rosier Damascena dans la moyenne vallée du M'Goun. 195
Figure 21 : Production du rosier Damascena en polyculture dans la basse vallée du M'Goun. 196
Figure 22 : Exemple d'une monoculture de rosier dans la basse vallée du Dadès. 197

Figure 23 : Monoculture de roses irriguée par une pompe électrique dans la basse vallée du Dadès. 198
Figure 24 : Les cueilleuses de roses se rendant à la pesée. 201
Figure 25 : Les différents boutons de rose. 208
Figure 26 : Un rosier Damascena en fleur. 209
Figure 27 : Utilisation du tachtat pour la cueillette des roses. 210
Figure 28 : Le Taakamt. 211
Figure 29 : Fibule qui noue le tachtat. 211
Figure 30 : Étirement des habitations dans le désert. 216
Figure 31 : Exemple d'occupation de la surface agricole utilisée d'une ferme dans le désert. 217
Figure 32 : Sécheresse dans les jnanes du village d'Aït Houkkou Ali, basse vallée du Dadès. 219
Figure 33 : Contamination du cours d'eau et des seguias par les eaux usées. 220
Figure 34 : Exemple d'un grand domaine de rosiers Damascena irrigué à partir d'un bassin. 222
Figure 35 : Culture du rosier Damascena dans une exploitation familiale dans le désert. 224
Figure 36 : Organisation de la cueillette des roses. 230
Figure 37 : Une femme cueillant des roses dans la basse Vallée du M'Goun. 232
Figure 38 : Extrait d'une dédicace qui m'est adressée. 236
Figure 39 : répartition des tâches selon le modèle tayloro-fordiste. 244
Figure 40 : Les boutiques de roses, un élément paysager phare. 262
Figure 41 : Page web de la Fondation Yves Rocher pour la Nature dédiée à Naïma. 264
Figure 42 : Extrait d'une page du site internet de l'entreprise Weleda. 266
Figure 43 : Panneaux de présentation de la distillation de la rose destinés aux touristes. 268
Figure 44 : Présentation des produits de rose par une femme à un groupe de touristes. 269
Figure 45 : Chapiteau principal du Salon International de la Rose à Parfum lors de la 58e édition en avril 2023. 282
Figure 46 : Les produits de terroir dans de la région Drâa-Tafilalet. 283
Figure 47 : Stand des coopératives marocaines au Salon International de la Rose à Parfum. 284
Figure 48 : Stands des structures non détentrices du certificat de l'ONSSA. 285
Figure 49 : Le souk du festival des roses 287
Figure 50 : Une Troupe Ahidouss à l'ouverture du Salon International de la Rose à Parfum en 2023. 290
Figure 51 : Tahidousst n'oumgoun célébrant la fin du Carnaval, Festival des roses 2023. 296
Figure 52 : Tahidousst n'oumgoun célébrant la sélection de la Miss roses, Festival des roses 2023. 297
Figure 53 : Schémas des compositions corporelles de la danse de l'abeille. 299
Figure 54 : Description et traduction des paroles de la *danse de l'abeille*. 301
Figure 55 : Logo d'une association *Ahidouss*. 303
Figure 56 : Représentation *tahidousst n'oumgoun* dans un hôtel de la basse vallée du Dadès et la moyenne vallée du M'Goun. 305
Figure 57 : Stand de la fondation Mohamed V pour la solidarité au Salon International de la Rose à Parfum en 2023. 309
Figure 58 : Le travail agricole des femmes promu dans le carnaval. 310

Figure 59 : Publication Instagram d'une société productrice de produits de rose. 311
Figure 60 : Portrait de la Miss roses et de ses dauphines exposées à la Maison de la Rose. 312
Figure 61 : Extrait du blog du Conseil Provincial du Tourisme de Ouarzazate. 313
Figure 62 : Affiche promotionnelle de la 18e édition du festival national des pommes de Imouzzer Kandar. 314
Figure 63 : Miss roses, Miss cerisette de Sefrou et Miss cactus de Sidi Ifni. 316
Figure 64 : Tenues traditionnelles des femmes de la région de Kelâat M'gouna. 321
Figure 65 : Appel à candidature promotionnel au concours de Reine des roses pour la 58e édition. 323
Figure 66 : Défilé de sélection de la Miss roses à l'occasion de la 58e édition du Festival des roses. 324
Figure 67 : Aiguillage des mouvements des candidates. 327
Figure 68 : extraits d'un journal publié en 2013, non nommé, des archives du MIP. ... 331
Figure 69 : Programme de la Fête de la rose d'Opio, édition 2016. 332
Figure 70 : Le couronnement de la rosière. 333
Figure 71 : Reproduction de l'architecture locale sur le char de la Miss roses. 338
Figure 72 : Kasbah du douar Aït aitcha, Boutghrar. 339
Figure 73 : Vue des vestiges d'une Kasbah du temps des Glaouis, vallée du M'goun. .. 340
Figure 74 : Représentation de la Kasbah dans les imaginaires touristiques. 341
Figure 75 : Promotion des hébergements de la Vallée des roses sur Booking. 343
Figure 76 : Choix de décoration des hébergements touristiques. 344
Figure 77 : la Kasbah touristique, un méli-mélo architectural. 347
Figure 78 : Traduction des goûts des porteurs de projets étrangers sur l'architecture. 349
Figure 79 : Clé de chambres d'une Kasbah touristique de la vallée du M'goun. 350
Figure 80 : Le thé à la rose. 351
Figure 81 : Panneaux de l'Association d'Hébergements Touristiques des Communes de la Rose installés sur la route du M'goun (N10). 353
Figure 82 : Schéma de la concurrence touristique du territoire de la rose. 357
Figure 83 : Logo de certification affiché sur les étiquettes des produits de rose bio certifiés ccpb srl 411
Figure 84 : Logo biologique de l'Union Européenne 412
Figure 85 : Logo USDA ORGANIC 412
Figure 86 : Label bio Maroc 412

Table des tableaux

Tableau 1 : Activité professionnelle des femmes et des hommes dans la basse et moyenne Vallée du M'Goun et dans la basse Vallée du Dadès. 103
Tableau 2 : Analphabétisme chez les femmes et les hommes de 10 ans et plus dans la basse et moyenne Vallée du M'Goun et dans la basse Vallée du Dadès. 104
Tableau 3 : La situation matrimoniale de la population par sexe. 105
Tableau 4 : Liste des visites réalisées. 108
Tableau 5 : Typologie des entretiens et répartition par sexe. 114
Tableau 6 : Détail des enquêtes menées dans les structures transformatrices de rose. . 116
Tableau 7 : Modélisation du référencement GPS. 117
Tableau 8 : Évolution de la transformation des roses de 1938 à 1968. 142
Tableau 9 : Variation des prix du kilo de roses fraîches de 1938 à 1969. 143
Tableau 10 : Liste des unités de transformation disposant de l'autorisation ONSSA. .. 180

Tableau 11 : Calendrier non exhaustif des événements commerciaux pour les transformateurs de rose. 182
Tableau 12 : Observation des prix pratiqués au sein d'une coopérative en juillet 2021. 272

Annexes

Annexe 1. Les labels biologiques

- **CCPB srl**

L'organisme de certification italien CCPB srl est présent sur certains produits par son logo qui y est apposé. Il s'agit d'une structure d'inspection et de certification de produits agroalimentaires et non alimentaires biologiques. La structure est présente dans plus de 30 pays du monde. L'acquisition de cette certification permet à des structures situées en dehors de l'Union Européenne, comme les sociétés et coopératives de rose au Maroc, d'exporter des produits vers l'Union Européenne, l'Amérique du Nord et le Japon. L'affichage du logo CCPB sur un produit garantit qu'il a été fabriqué selon les réglementations biologiques européennes mais aussi suisses, américaines, canadiennes et japonaises.

Figure 83 : Logo de certification affiché sur les étiquettes des produits de rose bio certifiés ccpb srl

Source : CCPBsrl, https://www.ccpb.it/ (Consulté le 5 août 2023)

- **Label Agriculture biologique ou AB et le label bio européen**

Le label Agriculture biologique aussi appelé label « AB » est un label français qui garantit l'origine biologique des produits. Ce label fut créé en 1991 par le ministère de l'agriculture et de l'alimentation français. Son développement et sa promotion sont gérés par l'Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique qui rassemble le ministère précédemment cité ainsi que le ministère de la Transition écologique et solidaire, ainsi qu'un certain nombre de professionnels (Agence bio, consulté le 5 août 2023).

- **Le label européen Bio ou « Eurofeuille »**

Les critères de certifications de la certification AB mais aussi CCPB srl sont alignés avec les normes du label bio de l'Union Européenne (UE) aussi appelé « Eurofeuille ». Si ces derniers ne disparaissent pas, ils sont associés au logo Eurofeuille sur les étiquettes de produits de rose. L'objectif, selon l'UE, est d'offrir une visibilité cohérente commune aux pays membres afin de faciliter l'identification des produits biologiques pour les consommateurs européens.

Figure 84 : Logo biologique de l'Union Européenne



Source : Commission européenne, https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_fr , consulté le 5 août 2023

- **USDA ORGANIC**

L'USDA Organic est un label étasunien délivré par différentes structures privées ou nationales américaines et étrangères. Le label certifie le respect des normes biologiques de production et de transformation imposées sur le territoire américain. Créé en 2002, sous l'impulsion du National Organic Program (NOP) développé par le Département de l'Agriculture, il contrôle spécifiquement les produits alimentaires et agroalimentaires.

Figure 85 : Logo USDA ORGANIC



Source : USDA, https://www.usda.gov/topics/organic ,consulté le 5 août 2023

Ce label, régi par le ministère de l'agriculture marocain, entré en vigueur en septembre 2018 certifie l'agriculture biologique marocaine développée sous l'impulsion du PMV et de Green Generation. D'après le ministère de l'agriculture, le cahier des charges s'appuie sur les réglementations internationales. Mais la certification Bio Maroc ne donne accès qu'au marché national du bio (Site internet du ministère de l'agriculture, consulté le 5 août 2023).

Figure 86 : Label bio Maroc



Source : ministère de l'Agriculture, https://www.agriculture.gov.ma/fr/filiere/le-bio , consulté de 5 août 2023

Annexe 2. Tableau des personnes interrogées

Sexe	Nom	Anonymisé (Prénom changé)	Profession	Lieu de l'entretien	Année
F	Karima	Oui	Ancienne employée	Florose	2021
F	Jamila	Oui	Employée	Coopérative (anonyme)	2021
F	Yamina	Oui	Manager	Société locale (anonyme)	2021
H	Zoubir	Oui	Employé	Coopérative (anonyme)	2021
F	Firdaous	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2021
F	Latifa	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2021
F	Fairouz	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2021
F	Farida	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2021
F	Jenna	Oui	Membre	Société locale (anonyme)	2021
F	Hanane	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2022
F	Hiba	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2021
F	Hiba	Oui	Membre	Coopérative (anonyme)	2022
H	Kabour et Toufik	Oui	Employés	Les Arômes du Maroc, Kelâat M'gouna	2022
H	Othmane	Oui	Président	Coopérative (anonyme)	2021
F	Drissia	Non	Présidente	Coopérative (anonyme)	2021
H	Zakaria	Oui	Président	Coopérative (anonyme)	2021
F	Dalal	Oui	Présidente	Coopérative (anonyme)	2021
F	Hafssa	Non	Propriétaire	Flora Sina, Aït Sedrate Sahl al Gharbia	2021
F	Zoubida	Oui	Propriétaire	Société locale (anonyme)	2022
H	Anas	Oui	Membre et agriculteur exploitant	Coopérative (anonyme)	2022
H	Ayoub	Oui	Propriétaire associé	Société locale (anonyme)	2022
F	Amal	Oui	Présidente	Coopérative (anonyme)	2022

H + F	Pierre et Ayda	Oui	Propriétaire	Société locale (anonyme)	2022
H	Anouar	Oui	Propriétaire	Société locale (anonyme)	2022
H	Brahim	Non	Gérant	Hôtel Warda, Kelâat M’gouna	2021
H	Lahcen	Non	Gérant	Kasbah des roses	2022
H	Mohamed	Non	Gérant	Maison d'hôte restaurant le Mont M'goun	2022
H	El houssine	Non	Co-propriétaire	Kasbah de l'Artiste	2022
H	Lahcen Aït Ichou	Non	Propriétaire	Les jardins du M'goun, Aït	2022
H	Ahmed	Non	Propriétaire	Dar Timitar	2022
F	Benina	Non	Propriétaire	Maison d'hôte Hayat	2022
H	Ahmed	Non	Employé	Kasbah Tialouite	2022
H + F	Brigitte & Kévin	Non	Propriétaires	Bab el Atlas	2022
F	Arlette	Non	Propriétaire	Kasbah Agoulzi	2022
F	Chakira	Oui	Cueilleuse	Domicile	2021
F	Dounia	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2021
F	Fadoua	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2021
F	Fouzia	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2021
F	Fatna	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2022
F	Ghalia	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2022
F	Ghizlaine	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2022
F	Hajar	Oui	Cueilleuse	Exploitation agricole	2022
H	Adel	Oui	Propriétaire	Boutique de produits de roses (Anonyme)	2021

H	Yahya et son père	Oui	Propriétaire	Boutique de produits de roses (Anonyme)	2021
H	Yassine	Oui	Employé	Boutique de produits de roses (Anonyme)	2022
H	Nordine Oumed	Non	Manager	Association Les initiatives de l'Assif Mgoun	2022
F	Zoubida	Non	Responsable du centre d'écoute	Union Nationale des Femmes Marocaines de Ouarzazate	2022
H	Brahim	Non	Président de l'association et guide à son compte	Association régionale des guides de Drâa Tafilalet	2021
F	Mariem	Oui	Présidente	Association Féminine pour le développement de la Famille. Coopérative Bio Dadès	2022
H	Mohamed Ennassihi	Non	Guide à son compte et directeur de l'association Tizouit	Kelâat M'gouna	2022
H	Moussa	Non	Ex directeur artistique du festival des roses	Kelâat M'gouna	2022
F	Touda	Non	Première Reine des roses	Domicile	2021
H + F	Touda Aadi & Abdellah	Non	Groupe Folklorique	Domicile de Touda	2022
H	Naoufel	Oui	Intermédiaire	Domicile	2021
H	Abbes	Oui	Intermédiaire	Domicile	2022
H	Zakaria	Oui	Président	Coopérative (anonyme)	2021
H	Ilias	Oui	Président	Coopérative (anonyme)	2021
H	Abdelhakim	Oui	Agriculteur	Exploitation familiale	2021
H	Yacoub	Oui	Président	Coopérative (anonyme)	2021
H	Nasser	Non	Agriculteur	Exploitation familiale	2022

H	Nasser	Non	Président	Association Usager des Eaux d'Irrigation agricole (AUEIA)	2022
H	Idir	Non	Agriculteur employé	Domaine Imlil (ferme agricole)	2022
H	Rochdi Boubker	Non	Président	FIMAROSE	2021
H	Rochdi Boubker & Mustapha Naïm	Non	Président et Vice-président	FIMAROSE	2022
H	Mustapha Naïm	Non	Vice-président	FIMAROSE	2021
H	M. Amzil	Non	Directeur	Délégation ministérielle de la culture de Ouarzazate	2022
H	Abdessadik Qadimi	Non	Président et Guide	Président de l'association des guides de Marrakech Safi	2021
H + F	Rachida et son fils	Oui	Agriculteurs	Agriculture familiale et coopérative non officielle	2022
H	Othmane et Ahmed	Non	Membres	Association Maamrane	2022
H	Habib et Réda	Oui	Employé de la mairie de Kelâat M'gouna	Mairie de Kelaat M'gouna	2022
H	Fahim	Oui	Élu de la municipalité	Mairie de Kelaat M'gouna	2022
H	Abdellah Abdelaoui	Non	Chef de service	ORMVA	2021
F	Sabrina	Oui	Manager chef d'équipe	Société locale (anonyme)	2021
H	Saïd	Non	Salarié	Riad Amlal	2021
H	Oussama	Oui	Propriétaire	Société locale (anonyme)	2022
H	Abdelhadi	Oui	Employé	ORMVA	2021
F	Groupe de femme	Oui	Employées	Société locale (anonyme)	2022

H	Lahcen Azghari	Non	Président	Association les bras du développement, Kelâat M'gouna	2022
H	Mourad Baba	Non	Employé	Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier (ANDZOA), Ouarzazate	2021
H	Youssef	Non	Caïd	Caïda de Aït Sahl Al Gharbia	2022
F	Nour	Oui	Employée	Coopérative (anonyme)	2022
F	Amina	Oui	Présidente	Coopérative (anonyme)	2022
F	Inès	Oui	Stagiaire	Les Domaines Agricoles (Ferme agricole), Kelâat M'gouna	2023
F	Anissa	Oui	Responsable de la ferme	Les Domaines Agricoles (Ferme agricole), Kelâat M'gouna	2023

NB : Pour préserver leur anonymat, certains interrogés apparaissent plusieurs fois dans le tableau à travers des noms différents. Il y a bien 84 entretiens qui ont été mené au total.

Annexe 3. Grilles de questions supports aux entretiens

A. Cueilleuses et trieuses de rose

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien
Durée de l'entretien
Profil social de l'interrogé
Sexe
Quel âge avez-vous ?
Êtes-vous mariée ?
Si oui, votre conjoint travaille-t-il ?

Si oui, quel est son métier ?
Si oui, quelle est la nationalité de votre conjoint ?
Avez-vous des enfants ?
Si oui, combien ?
Est-ce qu'ils sont scolarisés ou est-ce qu'ils travaillent ?
Où résidez-vous ?
D'où êtes-vous originaire ?
Quelles sont les personnes résidant dans votre foyer ?
Profil scolaire et représentations de la formation de l'acteur interrogé
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Si non, est-ce que cela représente ou a représenté des freins dans votre vie professionnelle ou privée ?
Si oui, lesquels ?
Avez-vous des frères et sœurs ?
Si oui, combien ?
Sont-ils allés à l'école ?
Jusqu'à quel niveau scolaire ont-ils étudié ?
Ont-ils une activité professionnelle aujourd'hui ?
Qu'est-ce que la scolarisation et la poursuite d'études supérieures apporte dans le milieu agricole selon vous ?
Comment décrieriez-vous votre rôle au sein de votre famille ?
Que faisiez-vous avant ?
Le travail de la cueillette
Qui est-ce qui vous emploie ?
Depuis combien de temps êtes-vous cueilleur / cueilleuse ?
La rose représente-t-elle une opportunité économique ?
Est-ce que vous travaillez toujours pour le même employeur ?
Avez-vous un contrat de travail ?
Combien êtes-vous payé ?
Comment utilisez-vous votre salaire ?
Combien de temps la cueillette des roses dure-t-elle ?
Comment les cueilleurs se répartissent-ils le travail ?
Existe-t-il une organisation agricole pour les cueilleuses ?
Pouvez-vous me décrire une journée type de cueillette ?
Avez-vous une autre activité en dehors de la cueillette ?
Comment la sélection des fleurs se fait-elle ?
Est-ce qu'il y a des hommes qui font la cueillette avec vous ?
Qui vous a appris à faire la cueillette ?
Avez-vous un champ de rose chez vous ?
A combien vendez-vous les roses ?
Voile et représentations

Où mettez-vous les roses cueillies ? Est-ce fourni par votre employeur ?
Est-ce que toutes les femmes l'utilisent ?
Pourquoi toutes les femmes ne portent pas toutes le même voile ?
D'où vient cette pratique ?
Usages et représentations patrimoniales de la rose
Utilisez-vous la rose à titre personnel ?
Si oui, quels usages en faites-vous ?
Au sein de la région, quels en sont les usages ?
Pouvez-vous me décrire en un mot ce que vous évoque la rose ?
Participez-vous au festival de la rose ?
Si oui, dans quel cadre ?
Qu'est-ce que représente le festival de la rose ?
Impacte-t-il votre activité ?
Qu'est-ce qu'apporte le festival à la région ?
A votre avis, pourquoi élit-on une miss rose ?
Qu'est-ce que la miss rose représente pour vous ?
Place du tourisme dans la cueillette
Vous arrive-t-il de voir ou d'accueillir des touristes au moment de la cueillette ?
Si oui, dans quel cadre ?
Vous arrive-t-il d'échanger avec eux ?
Les touristes achètent-ils des produits sur place ?
La visite des cultures agricoles de la rose est-elle répandue dans la région ?
Qu'est-ce que le tourisme apporte à votre activité ?
Qu'est-ce que le tourisme apporte à la région ?
Selon vous, pourquoi les touristes s'intéressent-ils à la rose dans la région ?
Est-ce que vous portez le *tachtat* ?

B. Employés des coopératives et sociétés de transformation

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien
Durée de l'entretien
Profil social
Sexe
Type de structure
Nom de la structure
Quel âge avez-vous ?

Êtes-vous marié ?
Si oui, quelle est la nationalité (ou lieu d'origine) de votre conjoint(e) ?
Si oui, votre conjoint(e) travaille-t-il(elle) ?
Si oui, quel est son métier ?
Avez-vous des enfants ?
Si oui, combien ?
Quel âge ont-ils ?
Sont-ils scolarisés ou l'ont-ils été ?
Où résidez-vous ?
D'où êtes-vous originaire (enfance, parents) ?
Quelles sont les personnes qui résident au sein de votre foyer ?
Avez-vous des frère et sœurs
Si oui, combien ?
Sont-ils scolarisés ou l'ont-ils été ?
Si oui, à quel ou jusqu'à quel niveau scolaire (primaire, collège, lycée, supérieur) ?
Que font-ils dans la vie ?
Que font vos parents ?
Profil scolaire et représentations de la formation
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire avez-vous étudié (primaire, collège, lycée, supérieur) ?
Si non, est-ce que cela représente des freins dans votre vie professionnelle ou privée ?
Si oui, lesquels ?
Qu'est-ce-que la scolarisation est susceptible d'apporter ?
Qu'est-ce-que la poursuite d'études supérieures est susceptible d'apporter ?
Profil professionnel
Quelles sont vos missions au sein de la structure ?
Sur quelle amplitude horaire travaillez-vous ?
Quel est votre rythme de travail hebdomadaire ?
Avez-vous des jours de congés ?
Êtes-vous salarié temporaire ou permanent ?
Depuis combien de temps travaillez-vous ici ?
Est-ce votre premier emploi ?
Avez-vous travaillé dans le secteur de la rose avant ?
Qu'est-ce que vous faisiez avant ce poste ?
Comment avez-vous trouvé votre poste actuel ?
Comment avez-vous été formé ?
Avez-vous un contrat de travail ou autre document ou êtes-vous membre de la coopérative ?
Comment êtes-vous payé (semaine, mois) ?
Combien êtes-vous payé ?
Comment utilisez-vous votre salaire ?

La rose est-elle une opportunité professionnelle ?
Comment envisagez-vous votre avenir professionnel ?
Impact et perception du travail de l'interrogé dans la famille
Comment votre pratique professionnelle est-elle perçue dans votre famille ? Dans votre entourage ?
Interactions sociales dans l'entreprise
Travaillez-vous avec des femmes ou des hommes ?
Selon vous, pourquoi ce sont principalement des femmes qui travaillent dans les structures de rose ?
Qui sont vos clients ?
Ce sont plutôt des hommes ou des femmes ?
Ce sont plutôt des individuels, des groupes, des familles ?
Quelle est la part d'internationaux ?
De quels pays viennent-ils ?
Quelle est la saisonnalité des internationaux ?
Dans quel cadre viennent-ils (visite spontanée, guidée) ?
Quelle est la part de nationaux ?
D'où viennent-ils ?
Quelle est la saisonnalité des nationaux ?
Quels types de produits les internationaux achètent-ils ?
Quels types de produits les nationaux achètent-ils ?
Proposez-vous une visite guidée aux touristes ?
Si oui, pouvez-vous me la décrire ?
Pouvez-vous me décrire l'ambiance que vous ressentez au travail ?
Informations sur la production et la commercialisation
Quels sont les produits fabriqués (eau, huile essentielle, absolue, concrète…) ?
Qui est le propriétaire de la structure ? Le gérant ?
Comment vous procurez-vous les roses que vous transformez ?
Quel est le prix de la rose au kilo ?
Comment est fixé le prix ?
Importez-vous des produits pour la fabrication des produits de rose (arôme, bouteille) ?
D'où proviennent les produits que vous associez aux produits de la rose ?
Certains produits sont-ils labelisés ?
Les produits sont-ils tous fabriqués à partir de produits naturels ?
Usages et représentations patrimoniales de la rose
Utilisez-vous la rose à titre personnel ?
Si oui, pour quels usages ?
Si non, pourquoi ?
Pouvez-vous me décrire en un mot ce que vous évoque la rose ?
Participez-vous au festival de la rose ?
Si oui, dans quel cadre ?
Qu'est-ce que représente le festival de la rose ?

Impacte-t-il votre activité et de quelle manière ?
A votre avis, pourquoi élit-on une miss rose ?
Est-ce que vous participez à l'élection ?
Selon vous, qu'est-ce que cette élection apporte aux femmes ?
Voile et signification (pour celles qui le portent)
Est-ce que vous portez le *tachtat* ?

C. Propriétaires de coopérative et de société de transformation

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien
Durée de l'entretien
Profil social de l'interrogé
Sexe
Êtes-vous marié ?
De quelle nationalité est votre conjoint ?
De quelle nationalité êtes-vous ?
Votre conjoint travaille-t-il ?
Si oui, quel est son métier ?
Votre conjoint participe-t-il aux activités de la coopérative / usine ?
Avez-vous des enfants ?
Si oui, combien ?
Sont-ils scolarisés ?
Que font-ils dans la vie ?
Participent-ils aux activités de la coopérative / usine ?
Avez-vous des frères et sœurs ?
Si oui, combien ?
Ont-ils été scolarisés ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Que font-ils dans la vie ?
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Si non, est-ce que cela a représenté des freins ?
Qu'est-ce que la scolarisation et la poursuite d'études supérieures apportent dans le milieu agricole selon vous ?
Comment décririez-vous l'impact de votre statut au sein de votre famille ? Au sein de vos relations sociales ?

Comment avez-vous créé votre coopérative /entreprise ?
Est-ce votre activité principale ou possédez-vous plusieurs activités professionnelles ?
Ressources humaines
Avez-vous des employés ?
Si oui, combien ?
D'où viennent-ils ?
Quel âge ont-ils ?
Ce sont des hommes ? Des femmes ?
Quels postes occupent les hommes et les femmes ?
Ont-ils des postes permanents ? Saisonniers ?
Combien sont-ils payés ?
Activité
Pouvez-vous me parler de la situation pré et post-Covid ? De quelle manière la Covid a impacté votre activité ?
Quel type de produits fabriquez-vous ?
Quelle est la proportion de produits de rose au sein de votre boutique ?
Quels sont les produits de rose que vous vendez le plus ?
Y a-t-il des différences de qualité entre les produits ?
Si oui, lesquelles ?
Que signifie un produit dit « naturel » pour vous ?
Les termes produits de terroir ont-ils une signification pour vous ?
La rose est-elle un produit de terroir selon vous ?
Vendez-vous des produits labelisés ?
Si oui, lesquels ?
Est-ce que vous achetez des produits auprès d'autres coopératives ou entreprises ?
Qui sont vos fournisseurs en produits de rose ?
Comment les choisissez-vous ?
Avez-vous une distillerie ?
Produisez-vous vos propres roses ou avez-vous recours aux agriculteurs de la région ?
Chez quels agriculteurs vous fournissez-vous principalement ?
Percevez-vous des financements publics pour soutenir votre activité ou en avez-vous déjà perçu ?
Si oui, lesquels ? A quelle fréquence ?
Quelle est votre capacité de production ?
Quels sont les différents produits et leur part dans la production ?
Quels sont les produits que vous fabriquez uniquement lors de la saison des roses ? Quels sont les produits que vous fabriquez à l'année ?
Quelles sont vos missions au sein de la structure ?
Clientèle
Qui sont vos principaux clients ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ? Des femmes ?
Qu'est-ce que les clients recherchent dans votre boutique ?

Quelle est la part des touristes nationaux dans votre clientèle ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ? Des femmes ?
Quelle est la part des touristes internationaux dans votre clientèle ?
De quels pays viennent-ils ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ? des femmes ?
Dans quel cadre viennent-ils (Visite spontanée – Visite avec un guide – Visite organisée en groupe) ?
Perceptions de la rose
Pouvez-vous me dire en un mot ce qu'évoque la rose pour vous ?
Qu'est-ce que signifie le mot patrimoine pour vous ?
Qu'est-ce qui compose le patrimoine local selon vous ?
Si la rose fait partie ou non de la réponse : pourquoi ?
Perceptions de l'implication des femmes
Pourrais-je avoir votre avis sur la place accordée aux femmes dans les politiques de développement territorial ?
Selon vous, qu'est-ce qui explique la forte présence des femmes dans la filière de la rose ?
Gouvernance
Avez-vous participé à l'obtention du label AOP ?
L'obtention de ce label a-t-il eu un impact sur votre activité ?
Selon vous, sont-elles impliquées dans la gouvernance touristique locale ?
Selon vous, qu'est-ce que la filière apporte aux femmes ?
Festival de la rose
Participez-vous au festival de la rose ?
Si oui, de quelle façon ?
Pourquoi il y a le festival de la rose ?
Selon vous, participe-t-il à faire connaître la rose et le territoire ?
Si oui, comment ?
Que pensez-vous de l'élection de miss rose ?
Selon vous, qu'est-ce que cette élection apporte aux femmes ?
Foulard
Portez-vous le *tachtat* ? / idée sur le *tachtat*

D. Propriétaires ou gérants d'établissement d'hébergement touristique

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien

Durée de l'entretien
Profil social de l'interrogé
Sexe
Type d'établissement
Lieu de l'établissement
Statut dans l'établissement
Histoire de la création du lieu (année de construction, projet touristique…)
De quelle nationalité êtes-vous ?
Êtes-vous marié ?
De quelle nationalité est votre conjoint ?
Votre conjoint travaille-t-il ?
Si oui, quel est son métier ?
Avez-vous des enfants ?
Si oui, combien ?
Sont-ils scolarisés ?
Que font-ils dans la vie ?
Avez-vous des frères et sœurs ?
Si oui, combien ?
Ont-ils été scolarisés ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Que font-ils dans la vie ?
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Ressources humaines de la structure
Avez-vous des employés ?
Si oui, combien ?
D'où viennent-ils ?
Sont-ils plutôt des hommes ou des femmes ?
Quels sont les rôles des femmes / des hommes ?
Activités hôtelières
Pouvez-vous me parler de la différence entre de la situation hôtelière et touristique avant et post-Covid ?
Pouvez-vous me parler de la région et de votre relation avec les kasbahs environnantes ?
Quelles sont les saisonnalités touristiques ?
Quelle est la durée du séjour moyen ?
Quelle est la provenance des touristes ? Quelle est la part des internationaux et des nationaux ?
Quel est le type de tourisme (affaires, villégiatures) ?
Qu'est-ce qui motive le séjour des touristes dans la région ?
Quel est le circuit touristique des touristes qui séjournent dans votre établissement ?
Comment vous procurez-vous votre clientèle (TO, partenariats commerciaux avec des guides, Booking…) ?

Travaillez-vous avec des guides ?
Activités autour de la rose
Proposez-vous des activités autour de la rose (visite des champs, des coopératives…) ?
Pouvez-vous me parler de l'activité de la rose qu'il y a autour de votre kasbah ?
Pouvez-vous me parler du rôle des hommes et femmes dans l'agriculture de la rose ?
Festival international des roses
Participez-vous au festival des roses ?
Si oui, de quelle façon ?
Pourquoi y a-t-il un festival de la rose ? Que représente-t-il ?
Participe-t-il à faire connaître la rose et le territoire ?
Que pensez-vous de l'élection de reine des roses ?
Qu'est-ce que cette élection apporte aux femmes ?
Gouvernance et développement local
Quels sont les objectifs des associations hôtelières ? Impactent-elles votre activité ?
Pouvez-vous me dire de quoi est composé le patrimoine de la région pour vous ?
Êtes-vous impliqué dans des actions pour le développement de votre région (action sociale, environnementale...) ?

E. Agriculteurs

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien
Durée de l'entretien
Profil social de l'interrogé
Sexe
Statut au sein de l'exploitation
De quelle nationalité êtes-vous ?
Êtes-vous marié ?
Votre conjoint travaille-t-il ?
Si oui, quel est son métier ?
Votre conjoint participe-t-il aux activités agricoles de la rose ?
Avez-vous des enfants ?
Si oui, combien ?
Sont-ils scolarisés ?
Que font-ils dans la vie ?
Participent-ils aux activités de la coopérative / usine ?
Avez-vous des frères et sœurs ?
Si oui, combien ?

Ont-ils été scolarisés ?
Si oui, jusqu'à quel niveau scolaire ?
Que font-ils dans la vie ?
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui jusqu'à quel niveau scolaire ?
Si non, est-ce que cela a représenté des freins ?
Qu'est-ce que la scolarisation et la poursuite d'études supérieures apportent dans le milieu agricole selon vous ?
Comment décririez-vous votre fonction au sein de votre famille ?
Quelles sont les personnes qui résident au sein de votre foyer ?
Profil professionnel
Quelles sont vos missions au sein de l'exploitation ?
Comment avez-vous été formé à cette fonction ?
Est-ce votre activité principale ou possédez-vous plusieurs activités professionnelles ?
Comment êtes-vous devenu propriétaire ?
Exploitation agricole
Quelles sont les principales cultures de l'exploitation agricole ?
Quel est le volume de production de la rose ?
Quelle est la superficie occupée par la culture de la rose dans l'exploitation ?
Quel est le revenu annuel de la rose au sein de l'exploitation ?
Transformez-vous la production de rose au sein de l'exploitation ?
Si oui, qui sont vos clients ?
Si oui, quels sont les produits de rose qui se vendent le plus ?
Si oui, quel est le coût de fabrication ?
Si oui, quels sont ceux qui rapportent le plus de bénéfice ?
Si oui, combien produisez-vous de litres / kilos de ces produits par jour ?
Combien de kilos de roses peut contenir votre alambique ?
Combien de temps dure la distillation ?
Ressources humaines
Combien de personnes travaillent dans la culture de la rose au sein de l'exploitation ?
Combien d'hommes travaillent à la période de la rose dans votre exploitation ?
Combien de femmes travaillent à la période de la rose dans votre exploitation ?
Quelles sont les tâches effectuées par les femmes et les hommes ?
Pourquoi ce sont essentiellement des femmes qui font la cueillette ?
Les femmes portent-elles le *tachtat* ?
Agritourisme
Accueillez-vous des touristes dans votre exploitation ?
Si oui, dans quel cadre (Visite organisée – Visite spontanée) ?
Si oui, percevez-vous une rémunération pour ces visites ?
Les touristes achètent-ils des produits issus de votre production lors de leur visite ?
Si oui, comment jugez-vous les retombées financières de ces achats ?

Selon vous, la vallée des roses accueille-t-elle : - Peu - Moyennement – Beaucoup de touristes ?
Qu'est-ce que le tourisme apporte à votre activité agricole ?
La visite des cultures agricoles de la rose est-elle répandue dans la région ?
Selon vous, pourquoi les touristes s'intéressent-ils à la rose dans la région ?
Usages de la rose et représentations patrimoniales
Utilisez-vous la rose à titre personnel ?
Si oui, quels usages en faites-vous ?
Si non, pourquoi ?
Au sein de votre famille quels en sont les usages ?
Au sein de la région, quels en sont les usages ?
Pouvez-vous me décrire en un mot ce que vous évoque la rose ?
Participez-vous au festival de la rose ?
Si oui, dans quel cadre ?
Qu'est-ce que représente le festival de la rose ?
Impacte-t-il votre activité et de quelle manière ?
Qu'est-ce qu'apporte le festival à la région ?
A votre avis, pourquoi élit-on une miss rose ?
Qu'est-ce que la miss rose représente pour vous ?

F. Propriétaires ou gérants de boutiques de vente de produits de rose

Informations relatives à l'entretien
Nom de l'interrogé
Nom anonymisé
Fonction
Date de l'entretien
Lieu de l'entretien
Durée de l'entretien
Profil social de l'interrogé
De quelle nationalité êtes-vous ?
Avez-vous été scolarisé ?
Si oui, jusqu'où ?
Êtes-vous : propriétaire ou gérant ?
Est-ce votre activité principale ou possédez-vous une autre activité professionnelle ?
Êtes-vous marié ?
Si oui, quelle est la nationalité de votre conjoint ?
Ressources humaines
Avez-vous des employés ?
Si oui, combien ?

D'où viennent-ils ?
Quel âge ont-ils ?
Sont-ils plutôt des hommes ou des femmes ?
Quels postes occupent-ils ?
Sont-ils salariés permanents ou saisonniers ?
Activité de la boutique
Quelle est la proportion de produits de rose au sein de votre boutique ?
Quels types de produits de rose vendez-vous ?
Quels sont les produits de rose que vous vendez le plus ?
Y a-t-il des différences de qualité entre les produits ?
Si oui, lesquels ?
Que signifie un produit naturel pour vous ?
Les termes produits de terroir ont-ils une signification pour vous ?
La rose est-elle un produit de terroir selon vous ?
Vendez-vous des produits labelisés ou certifiés ?
Si oui, lesquels ?
Approvisionnement & fournisseurs
Qui sont vos fournisseurs en produits de rose ?
Comment les choisissez-vous ?
Production
Pratiquez-vous la distillation de la rose ?
Si oui, est-ce une production professionnelle ou privée ?
Quel est le type de distillation ?
Produisez-vous vos propres roses ou avez-vous recours aux agriculteurs de la région ?
Chez quels agriculteurs vous fournissez-vous principalement ?
Percevez-vous des financements publics pour soutenir votre activité ?
Quelle est votre capacité de production en eau de rose ?
Quels sont les différents produits que vous produisez et la part de chacun dans la production ?
Qui manipule les machines de distillation, les hommes ou les femmes ?
Clientèle
Qui sont vos principaux clients ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ou des femmes ?
Qu'est-ce que les clients recherchent dans votre boutique ?
Quelle est la part des touristes nationaux dans votre clientèle ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ou des femmes ?
Quelle est la part de touristes internationaux ?
De quels pays viennent-ils ?
Est-ce que ce sont plutôt des hommes ou des femmes ?
Dans quel cadre viennent-ils (visite guidée ou spontanée) ?
Est-ce que ce sont plutôt des groupes ou des individuels ?

Perceptions de la rose
Pouvez-vous me dire en un mot ce que vous évoque la rose ?
Qu'est-ce que signifie le mot patrimoine pour vous ?
De quoi se compose le patrimoine local selon vous ?
Si la rose fait partie de la réponse, pourquoi ?
Si la rose ne fait pas partie de la réponse, pourquoi ?
Perceptions des femmes sur le territoire
Pouvez-vous me parler de votre vision de l'implication des femmes dans la filière ?
Selon vous, qu'est-ce qui explique la forte présence des femmes dans la filière de la rose ?
Selon vous, sont-elles impliquées dans la gouvernance touristique locale ?
Selon vous, participent-elles à la visibilité de la rose et de ses produits dérivés sur et en dehors du territoire ?
Festival de la rose
Participez-vous au festival de la rose ?
Si oui, de quelle façon ?
Qu'est-ce que représente le festival de la rose pour vous ?
Selon vous, participe-t-il à faire connaître la rose et le territoire ?
Si oui, comment ?
Que pensez-vous de l'élection de miss rose ?
Selon vous, qu'est-ce que cette élection apporte aux femmes (et notamment aux femmes qui travaillent dans la rose) ?

NB : Les entretiens menés auprès de la gouvernance de la rose (FIMAROSE, associations…), des guides, des intermédiaires et de la première reine des roses se sont appuyés sur des grilles d'entretiens individuelles qui ne sont pas présentées en annexe pour des raisons de taille et d'anonymat.

Annexe 4. Relevés des coordonnées GPS

Nom	Catégorie	Longitude (X)	Latitude (Y)
Hôtel Mandar Saghrou Tazzakhte	Établissement d'hébergement touristique	-6,0743489	31,257403
Riad Dadès Birds	Établissement d'hébergement touristique	-6,0545296	31,282833
Laboratoire Flora Sina	Entreprise	-6,1608183	31,201729
Les femmes du Dadès	Coopérative	-6,02909	31,31508
Assif hdida	Coopérative	-6,17245	31,33621
Ward magouna	Coopérative	-6,13751	31,2323

Coopérative de Rahik rose	Coopérative	-6,13778	31,23053
Coopérative Rosaland	Coopérative	-6,13854	31,22948
Florose	Entreprise	-6,12582	31,24351
Centre de distillation Terre des roses	Entreprise	-6,16877	31,1954
OUL	Entreprise	-6,13698	31,233339
Naturlab Maroc SARL	Entreprise	-6,17375	31,33719
Terre de rose	Boutique	-6,16871	31,19492
Rachid eau de rose	Boutique	-6,16871	31,24103
Riyad el Ward	Boutique	-6,12853	31,23876
Sans nom 1	Boutique	-6,13331	31,23476
Sans nom 2	Boutique	-6,12868	31,23712
Sans nom 3	Boutique	-6,12868	31,23962
Sans nom 4	Boutique	-6,12889	31,23761
Sans nom 5	Boutique	-6,13968	31,2286
Sans nom 6	Boutique	-6,12889	31,23761
Centre des produits de Rose terroir	Boutique	-6,12868	31,23712
Distillerie Artisanale	Boutique	-6,1302	31,23629
Eau de rose	Boutique	-6,12901	31,2396
Eau de rose naturel	Boutique	-6,12803	31,23959
Eaux de rose distillée	Boutique	-6,1257	31,24154
Mgouna Beauty	Boutique	-6,12868	31,23712
Palais des roses	Boutique	-6,1284	31,23766
Parfumerie naturelle, produits de beauté, eau de rose	Boutique	-6,1257	31,24154
Parfums naturels Eau de rose	Boutique	-6,13331	31,23476
Products of rose dades	Boutique	-6,12868	31,23712
Produites des roses	Boutique	-6,13065	31,2365
Produits coopératifs de Roses Kelaat M’gouna	Boutique	-6,12868	31,23712
Produits de Rose 1	Boutique	-6,1302	31,23629
Produits de Rose 2	Boutique	-6,16939	31,19531
Produits de Rose 3	Boutique	-6,12921	31,2475
Produits de Rose 4	Boutique	-6,12706	31,23857
Produits de Rose 5	Boutique	-6,13961	31,22878
Produits de Rose 6	Boutique	-6,11526	31,24206
Produits de rose bio	Boutique	-6,12892	31,2386

Produits de rose distillée	Boutique	-6,1257	31,24154
Produits des roses 1	Boutique	-6,1289	31,23842
Produits des roses 2	Boutique	-6,12995	31,23727
Produits des roses 3	Boutique	-6,12868	31,23712
Produits des roses 4	Boutique	-6,27909	31,16361
Produits des roses Kelaat mgouna	Boutique	-6,12868	31,23712
Produits de rose Al Baldi	Boutique	-5,98654	31,37288
Dar Alward al baldi Rose bio	Boutique	-6,11766	31,24901
Rosabio	Boutique	-6,13863	31,2294
Rosa boutique	Boutique	-6,12927	31,23727
Rosaland	Boutique	-6,13862	31,22947
Souk al Ward	Boutique	-6,11589	31,24181
Trésor de Rose	Boutique	-6,13021	31,2363
Unité de distillation de rose	Boutique	-6,13702	31,23333
Distillerie Rosargane	Boutique	-6,13931	31,22891
Eau de fleur	Boutique	-61695	31,19532
Eau de rose Afua de la rosa	Boutique	-6,16952	31,19532
Espace produits roses	Boutique	-6,13655	31,23378
Lagame bio huile essentielles	Boutique	-6,13972	31,22853
La belle rose unité de distillation	Boutique	-6,1286	31,24761
Maison artisanale herboriste produits des roses 100% bio	Boutique	-6,13198	31,38447
Biolandes	Industrie	-6,12597	31,23753
Rosa mgoun	Coopérative	-6,17515	31,19898
Marche souk lkhmis	Marché	-6,0297177	31,307352
Souk Kelâat Mgouna point vente roses	Marché	-6,1260268	31,250075
Café restaurant Omar produits de rose	Boutique et restaurant	-6,2212814	31,19025
Gîte le calme	Établissement d'hébergement touristique	-6,1392213	31,398085

Riad berbère Boutaghrar	Établissement d'hébergement touristique	-6,1343087	31,385003
Kasbah tinariwin	Établissement d'hébergement touristique	-6,1681219	31,359627
Coopérative Rosa Damaskina	Coopérative	-6,0309398	31,306292
Centre de distillation des roses + boutique "eau de rose artisanale" + Café Legoumte	Boutique et café	-6,0397011	31,29889
Distillation de rose bio huile et produits de rose et d'argan	Boutique	-6,0396934	31,29889
Coopérative agricole Woroud wahat Dades	Coopérative	-6,0526938	31,286918
Petite ferme	Exploitation agricole	-6,1084333	31,24351
Coopérative talourdt	Coopérative	-6,1308165	31,237925
Boutique Riyad al ward	Boutique	-6,1264891	31,23877
Produits de rose	Boutique	-6,12668	31,238678
Dar Al ward al baldi	Boutique	-6,137802	31,230465
Coopérative Rahik rose	Coopérative	-6,1378077	31,230373
Boutique rouh alward	Boutique	-6,1378557	31,230017
Produits de rose printemps des roses	Boutique	-6,1399031	31,228593
La gamme bio de rose	Boutique	-6,1397648	31,228678
Eau florale de la rose	Boutique	-6,1402807	31,228263
Kasbah Azimounda	Établissement d'hébergement touristique	-6,152612	31,200707
Coopérative Tasafawt	Coopérative	-6,1688551	31,195353
Hôtel rosa damaskina	Établissement d'hébergement touristique	-6,1688883	31,195295
Produits de rose	Boutique	-6,1697672	31,195511
Eau de rose Agua de la rosa	Boutique	-6,1698223	31,19547
Alimentation générale produits de roses	Boutique et épicerie	-6,1783524	31,197742
Bellarose	Boutique	-6,1767683	31,198102
Woroud Bladi	Boutique	-6,1784477	31,19749

Coopérative Sami Rose	Coopérative	-6,1787557	31,197244
Ait ridi rose et roches	Boutique	-6,188303	31,194644
Ait ridi roses et roches	Boutique	-6,1872582	31,194124
Produit de rose product of rose poignards bijoux	Boutique	-6,1884341	31,194914
Produits des roses produits dargan	Boutique	-6,1885708	31,194925
Produit de rose	Boutique	-6,1890696	31,195069
Coopérative Saghrou lilward lbeldi	Coopérative	-6,1908703	31,196739
Café restaurant aitman produits des roses	Boutique et restaurant	-6,1933995	31,197146
Épicerie Gondi produits alimentaires produits des roses	Boutique et épicerie	-6,1984328	31,197749
Carrefour mille Kasbah products roses	Boutique	-6,2035706	31,196962
Café restaurant produits de rose	Boutique et restaurant	-6,2044469	31,19667
Parcelles rose LES AROMES DU MAROC	Exploitation agricole	-6,100666	31,282375
Parcelles roses ARD GUISSER	Exploitation agricole	-6,1080809	31,253451
Société ARD GUISSER	Usine	-6,1115095	31,245319
Maison de la rose	Établissement public	-6,1060514	31,246025
Domaine Imlil grand bassin	Exploitation agricole	-6,2654202	31,177116
Domaine Imlil	Exploitation agricole	-6,2655963	31,170967
Produits des roses	Boutique	-6,188629	31,195018
Exploitation SOFFI hors oasis goutte à goutte	Exploitation agricole	-6,1021332	31,233427
Coopérative Warda dimaskia	Coopérative	-6,1916412	31,193464
Visite champs sécheresse	Jardins agricoles	-6,0760255	31,24616

Luxury Riad Dades	Établissement d'hébergement touristique	-5,9450992	31,504556
Hôtel restaurant Riad Bba Hamou	Établissement d'hébergement touristique	-5,9366854	31,511581
Maison d'hôte Argana restaurant terrasse	Établissement d'hébergement touristique	-5,9367657	31,511448
Auberge restaurant Les amandiers Chez Marie	Établissement d'hébergement touristique	-5,9373636	31,511167
Dar le lion dades maison d'hôte	Établissement d'hébergement touristique	-5,9386587	31,510101
Restaurant des amis	Restaurant	-5,9388569	31,509967
Dar essalama maison d'hôte	Établissement d'hébergement touristique	-5,9398034	31,509056
Dar rihana Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-5,9406605	31,508863
Auberge restaurant dar Ahlam de dades	Établissement d'hébergement touristique	-5,9410491	31,508533
Maison d'hôte restaurant Argana	Établissement d'hébergement touristique	-5,9425456	31,507739
Auberge restaurant la belle vue Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-5,9425734	31,507749
Camping Ait oudinar	Établissement d'hébergement touristique	-5,9449557	31,505171
Hôtel L'étoile d'Azur restaurant camping	Établissement d'hébergement touristique	-5,9446829	31,505316
Riad restaurant des vieilles charrues	Établissement d'hébergement touristique	-5,9461022	31,50253
Café restaurant ait oudinar	Restaurant touristique	-5,9482427	31,497103
Maison familiale LES 5 lunes	Établissement d'hébergement touristique	-5,9505701	31,495278

Maison d'hôte chez Ichou	Établissement d'hébergement touristique	-5,9510986	31,494404
Maison d'hôte restaurant dar moha	Établissement d'hébergement touristique	-5,9567751	31,485153
Shop pâtisserie eau de rose	Boutique	-5,9610943	31,480005
Maison d'hôte restaurant chez l'habitant amazigh	Établissement d'hébergement touristique	-5,9681795	31,467415
Auberge café Tamazirt	Établissement d'hébergement touristique	-5,9731724	31,462102
Cafe restaurant atlas plasa	Restaurant touristique	-5,9760592	31,457718
La vallée des figues maison d'hôte	Établissement d'hébergement touristique	-5,9730981	31,454125
Hôtel café restaurant Ait Arbi	Établissement d'hébergement touristique	-5,969556	31,452737
Hôtel restaurant doigts de singes Kasbah ait marghad	Établissement d'hébergement touristique	-5,9691928	31,452065
Chambre d'hôtes restaurant Isabelle	Établissement d'hébergement touristique	-5,9730868	31,447876
Restaurant camping trekking Majorel Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-5,9733222	31,447713
Riad Rihana Tamlalte	Établissement d'hébergement touristique	-5,9761597	31,449028
Restaurant aire de repos Fatima berbère	Établissement d'hébergement touristique	-5,9797392	31,44811
Auberge restaurant aicha chez l'habitation	Établissement d'hébergement touristique	-5,9805815	31,448014
Restaurant maison d'hôte chez la famille	Établissement d'hébergement touristique	-5,9806874	31,446535
Chambre d'hôtes Monkey Fingers House	Établissement d'hébergement touristique	-5,9815343	31,446209

Maison d'hôte Amazir	Établissement d'hébergement touristique	-5,982599	31,446173
Chambre d'hôtes Hiking nomades	Établissement d'hébergement touristique	-5,9847157	31,444989
Auberge restaurant Zahra	Établissement d'hébergement touristique	-5,9866172	31,444478
Auberge café restaurant Oued Dades	Établissement d'hébergement touristique	-5,9895678	31,440913
Auberge Atlas Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-5,9912327	31,439895
Auberge Restaurant Miguirne chez Ali	Établissement d'hébergement touristique	-5,9931294	31,438829
Riad Eco bio	Établissement d'hébergement touristique	-6,0028777	31,436908
La Kasbah de Mimi	Établissement d'hébergement touristique	-6,0028177	31,436948
Dar Essyaha Hôtel restaurant	Établissement d'hébergement touristique	-6,011213	31,441274
Hôtel Panorama Dades	Établissement d'hébergement touristique	-6,0135769	31,440023
Kasbah auberge restaurant tifawin	Établissement d'hébergement touristique	-6,013629	31,439613
Auberge restaurant Jardin de la source	Établissement d'hébergement touristique	-6,0115039	31,436599
Hôtel restaurant cascades Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-6,0112588	31,436365
Kasbah Restaurant Labyrinthe	Établissement d'hébergement touristique	-6,0093953	31,419601
Auberge La famille berbère	Établissement d'hébergement touristique	-6,0093091	31,419321
Auberge Assamer	Établissement d'hébergement touristique	-5,9910244	31,397109

La perle du Dadès	Établissement d'hébergement touristique	-6,0054973	31,322634
Ecolodge AMSKOU	Établissement d'hébergement touristique	-6,0277234	31,30887
Kasbah Ait Kassi	Établissement d'hébergement touristique	-6,0252349	31,311706
Kasbah Tizwiyate	Établissement d'hébergement touristique	-6,0245087	31,309721
Kasbah La porte du Dades	Établissement d'hébergement touristique	-6,0339762	31,303672
Roh el Nebta	Établissement d'hébergement touristique	-6,1200796	31,239364
Boutique coop Assif hdida	Établissement d'hébergement touristique	-6,1725342	31,336113
Kasbah Le Jammou	Établissement d'hébergement touristique	-6,1701198	31,310875
Maison d'hôte Tasseurte	Établissement d'hébergement touristique	-6,1354815	31,258169
Kasbah Itran	Établissement d'hébergement touristique	-6,1355325	31,25811
Intersection égout et oued dades	Traitement des eaux usées	-6,1158904	31,217073
Kasbah Assafar	Établissement d'hébergement touristique	-6,1460195	31,268725
Gîte étape Assafar	Établissement d'hébergement touristique	-6,1465506	31,26888
Babel Atlas	Établissement d'hébergement touristique	-6,1360232	31,259408
Kasbah des roses	Établissement d'hébergement touristique	-6,1681857	31,341418
Kasbah Tialouite	Établissement d'hébergement touristique	-6,1624961	31,343675

Champs de rose des arômes du Maroc + logement des employés	Exploitation agricole	-6,128973	31,23748
Usine les arômes du Maroc	Usine	-6,124953	31,239109
BIOLANDES MAROC PARFUMERIE	Usine	-6,0557736	31,282285
Huiles végétales et aromatiques centre tifira eau de rose biologique certifié	Boutique	-6,0708462	31,260237
Coopérative agricole oued dades	Coopérative	-6,0707628	31,260371
Produits de rose et alimentation générale	Boutique	-6,0856962	31,250922
Unité de distillation coop Oum ayach	Coopérative	-6,0904913	31,246878
Eau de rose distillée production et commercialisation des fruits secs	Boutique	-6,0906517	31,246926
Eau de rose biologique	Boutique	-6,1048281	31,245781
Dar timitar	Établissement d'hébergement touristique	-6,1591867	31,313746
Maison d'hôte Les jardins du Mgoun	Établissement d'hébergement touristique	-6,1579133	31,301409
Coopérative féminine de pain Afoulki boutaghrar	Coopérative	-6,1313271	31,386569
Atelier Elixir Mgoun	Société	-6,1709837	31,197253
Maison d'hôte restaurant Le Mont M'goun	Établissement d'hébergement touristique	-6,1313271	31,386569
Hôtel Awayou	Établissement d'hébergement touristique	-6,1302885	31,385634
Riad Boutaghrar	Établissement d'hébergement touristique	-6,1313271	31,386569

Kasbah Chams	Établissement d'hébergement touristique	-6,1312762	31,382984
Visite ferme agricole rose le 10 mardi	Exploitation agricole	-6,1588791	31,276831
Coopérative Taytmatine	Coopérative	-6,0439309	31,297423
Kasbah de l'Artiste	Établissement d'hébergement touristique	-6,1710154	31,197187
Kasbah Agoulzi	Établissement d'hébergement touristique	-6,1699953	31,310868
Gîte d'étape Tamaloute	Établissement d'hébergement touristique	-6,1313271	31,386569
Souk ighil noumgoun	Marché	-6,2108862	31,431846
Hôtel Dar Diafa Tourbiste	Établissement d'hébergement touristique	-6,1379531	31,230621
Coopérative agricole nissae Taddagte	Coopérative	-6,1724198	31,335833
Association Taddakt Al wouroud	Association	-6,1700173	31,340662
Coopérative Assif Hadida	Coopérative	-6,1724198	31,335833
Future locale Les femmes du dades	Coopérative	-6,0347319	31,310378
Coopérative agricole SOFFI	Coopérative	-6,1100555	31,244151
Hôtel Mandar Saghrou Tazzakhte	Établissement d'hébergement touristique	-6,0743489	31,257403
Riad Dadès Birds	Établissement d'hébergement touristique	-6,0545296	31,282833
Laboratoire Flora Sina	Société	-6,1608183	31,201729

Annexe 5. Document relatif à la FIMAROSE : le contrat Programme 2012–2020 - Développement de la filière rose à parfum

ROYAUME DU MAROC

* * *

CONTRAT- PROGRAMME

2012-2020

ENTRE

LE GOUVERNEMENT DU ROYAUME DU MAROC

ET

LA PROFESSION DE LA ROSE A PARFUM REPRESENTEE PAR LA FEDERATION INTERPROFESSIONNELLE MAROCAINE DE LA ROSE A PARFUM (FIMAROSE)

RELATIF AU

DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE DE LA ROSE A PARFUM

AVRIL 2012

PREAMBULE

I – Introduction de la rose au Maroc

Certains auteurs lient la propagation de la rose au Maroc aux arabes qui l'auraient introduite dans la vallée du Dadès. D'autres déclarent qu'elle aurait été introduite par des pèlerins de retour de la Mecque au X° siècle. Cependant, Guy Gilly rapporte dans son livre (Les plantes à parfum et huiles essentielles à Grasse) qu'au 16ème siècle, ce sont les rosiéristes hollandais qui ont réalisé de nombreux hybrides de la rose centifolia (rose de mai) : Rosa alba en bulgarie, Rosa stamboul en Egypte et le rosier de Dades dans l'Atlas marocain.

Aujourd'hui, la culture de la Rosa damascena est localisée dans la vallée de Dadès et utilisée comme haie de protection des autres cultures vivrières (arbres fruitiers et grandes cultures). Considérée comme une culture secondaire, elle ne reçoit pas d'entretien comme c'est le cas pour les cultures principales. Elle est une culture biologique dans cette vallée.

Le premier vrai champ de Rosa Damascena, dans la vallée de Dades, a été mis en place, en 2008, afin d'exploiter, d'une part les fleurs et d'autre part, servir de site pilote aux agriculteurs de la région et ce, dans le but de les inciter à investir dans de nouvelles plantations au lieu de persister dans l'exploitation des haies.

L'industrie de la rose au Maroc a vu le jour avant la 2ème guerre mondiale et s'est développée rapidement. En plus des boutons floraux séchés, la transformation aboutit à plusieurs produits : l'eau de rose, l'essence de rose, la concrète et l'absolue de rose.

II – Utilisation de la production de la rose au Maroc

Dans la vallée du Dadès, la rose occupe actuellement 3.250 Km linéaires sous forme de haies ou de clôtures autour des parcelles agricoles, soit environ 800 ha ou 8 % de l'espace agricole cultivé. La production de roses est souvent compromise par les gelées et le froid qui influent sur la période de floraison et sur sa qualité industrielle. Elle varie d'une année à une autre avec une moyenne de 2.000 tonnes de roses fraîches par an. Ce qui place le Maroc au troisième rang parmi les producteurs mondiaux de la rose à parfum après la Bulgarie et la Turquie.

La récolte de la rose se déroule aux mois d'avril et de mai et dure une vingtaine de jours. La cueillette est assurée par les femmes et les filles selon des rites traditionnels. Selon l'intensité de la floraison et l'expérience, la femme cueilleuse peut ramasser de 10 à 30 Kg de roses par jour.

En moyenne, un kilogramme correspond à 280 roses fraîches. Pour faire 1 Kg de rose sèche, il faut 4 à 5 kg de roses fraîches. L'obtention d'1 Kg d'huile essentielle nécessite 4.000 Kg de roses fraiches.

Les pétales de rose renferment 0,03 à 0,04% d'une huile essentielle constituée de géraniol, de nérol, de citronellol et d'aldéhyde phényléthylique (soluble dans l'eau d'où le parfum communiqué à l'eau de rose).

Actuellement, les unités de transformation existantes de type industriel sont au nombre de trois à côté d'autres unités à caractère artisanal. Les quantités transformées industriellement sont estimées à 1.000 Tonnes de roses fraîches.

Outre ses qualités parfumantes, la rose est aussi utilisée sous forme de bouillon comme remède traditionnel. En plus de ses usages pharmacologiques, les vertus cosmétiques de la plante ont joué pour sa pérennité. Elle fait partie, avec le henné et le khôl, de la panoplie de produits de beauté des femmes.

III – Marché de la rose et de ses produits

Les roses produites sont soit livrées à l'état frais aux unités locales de distillation installées à Kelâa M'gouna, soit séchées et vendues aux souks locaux pour les acheminer par la suite vers les grands centres urbains, notamment Marrakech, Casablanca et Fès. Les roses fraîches sont transformées pour produire de l'huile essentielle (ou essence), de la concrète, et de l'eau de rose.

Les prix de livraison à l'usine sont fixés traditionnellement lors d'une rencontre qui réunit des responsables des unités de transformation, des représentants des agriculteurs, les autorités locales et l'Office Régional de Mise en Valeur Agricole de Ouarzazate (ORMVAO). Le prix de la rose fraîche est passé de 8 Dh/Kg en 2009, à 9,5 Dh/Kg en 2010 et 12 Dhs/Kg en 2011.

Le prix de la rose sèche connait de grandes fluctuations intra et inter annuelles selon les quantités disponibles sur le marché. Il oscille entre 40 et 100 Dh/kg, ce qui impacte le prix de la rose fraîche. En effet, les agriculteurs demandent pour la rose fraîche le quart du prix de marché de la rose sèche sachant que 1 Kg de rose sèche provient de 4 Kg de rose fraîche.

Les produits industriels de la rose, notamment l'huile essentielle et la concrète/absolue, sont destinés aux industries de la parfumerie fine, de la cosmétique et de l'aromathérapie (bien-être). Le Maroc produit environ 100 Kg d'huile essentielle (4 tonnes de pétales fournissent 1 Kg d'huile essentielle) qui est le produit le plus noble et le plus cher (7.000 Euro/Kg). Pour ce qui est de la concrète/absolue, le Maroc en produirait environ 2500 Kg avec un prix moyen de commercialisation autour de 700 euros/Kg.

Si le marché de la parfumerie connaît une évolution timide depuis plusieurs années, celui de la cosmétique naturelle est en pleine expansion. En effet, plusieurs formulations cosmétiques font aujourd'hui appel aux produits de la rose, où les compositeurs et marketeurs utilisent l'image de la rose associée à son caractère naturel, culturel et territorial.

L'eau de rose qui est produite aussi bien par les unités industrielles que celles artisanales, est essentiellement consommée par le marché local, avec des niches en développement à l'export. La production nationale annuelle avoisine les 400.000 litres avec un prix de vente moyen de 30 Dh/Litre (une tonne de pétales produit 1.300 litres d'eau de rose).

- Collège des producteurs, qui regroupe les agriculteurs, les collecteurs de roses et des coopératives dont certaines sont féminines,
- Collège des transformateurs, qui regroupe les unités industrielles et artisanales.

V - Principaux éléments de diagnostic de la filière

Forces et faiblesses :

- La filière dispose d'un potentiel de production à mettre en valeur : diversité génétique, disponibilité de ressources hydriques, un savoir-faire local ;
- Un potentiel de valorisation sur place permettant de réduire les coûts, notamment de transport, et de prendre en charge toute la production ;
- Exiguïté des parcelles et manque de soins techniques spécifiques aux plants de rosiers considérés plutôt comme des haies aux cultures pratiquées ;
- Absence des roseraies modernes limitant la productivité et contribuant à l'irrégularité de la production.

Opportunités et contraintes :

- Exigence du marché se prêtant mieux à la production biologique comme c'est le cas du système de production en place ;
- Marché porteur en termes de produits de terroir ;
- Aléas climatiques pouvant affecter négativement la productivité ;
- Faibles réalisations en matière de recherche / développement ;
- Irrégularité des prix de la rose fraiche en relation avec les pratiques en cours au niveau des marchés.

CONTRAT-PROGRAMME POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ROSE A PARFUM

- Considérant les atouts dont dispose le Maroc pour la production d'une rose à parfum biologique dans la vallée du Dadès ;
- Considérant les possibilités importantes offertes à la commercialisation tant au niveau du marché intérieur (eau de rose) qu'à l'exportation (essence et concrète) ;
- Considérant la nécessité d'accompagner la filière de la rose à parfum dans son développement et sa mise à niveau pour améliorer sa productivité, son efficience et sa compétitivité face à une concurrence internationale de plus en plus agressive ;
- Compte tenu de l'existence d'une organisation professionnelle structurée ;
- Compte tenu de la volonté du Gouvernement et de la Profession d'œuvrer ensemble pour le développement de cette filière pour que cette dernière puisse jouer un rôle primordial en tant que moteur du développement durable de la zone de culture de la rose à parfum ;
- Compte tenu de l'existence d'une charte nationale de l'environnement permettant de contribuer à la sauvegarde des écosystèmes fragiles ;
- Considérant le rôle social important que joue la filière de la rose à parfum en matière d'emploi dans la vallée du Dadès;
- Compte tenu de la volonté des parties signataires de préserver le caractère naturel des produits de la rose à parfum.

Le Gouvernement et la Profession de la filière de la rose à parfum ont convenu d'entreprendre un programme de développement de ladite filière à l'horizon 2020 et ce, tout au long de sa chaîne de valeur. A ce titre, le présent Contrat-Programme est établi pour pour concrétiser leurs engagements réciproques et leur détermination à œuvrer ensemble dans un cadre partenarial.

TITRE I :

DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 : PARTIES SIGNATAIRES

Le présent Contrat - Programme est passé entre :

Le GOUVERNEMENT DU ROYAUME DU MAROC, désigné ci-après par «Le Gouvernement», représenté par :

- **Le Ministre de l'Economie et des Finances,**
- **Le Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime.**

d'une part,

Et

LA PROFESSION DE LA FILIERE DE LA ROSE A PARFUM désignée ci-après par « la Profession », représentée par le Président de la **Fédération Interprofessionnelle Marocaine de la Rose à parfum (FIMAROSE)**

d'autre part.

ARTICLE 2 : OBJET

Le présent Contrat-Programme a pour objet d'engager, à l'horizon 2020, un programme de développement de la filière de la rose dans le cadre d'une concertation permanente entre l'ensemble des acteurs concernés.

A cet égard, les signataires entreprendront des actions intégrées visant l'amélioration de la compétitivité de la filière à travers le renforcement de la production, le développement des infrastructures, la valorisation des produits et l'amélioration des conditions de commercialisation.

ARTICLE 3 : DUREE DU CONTRAT PROGRAMME

Le présent Contrat-Programme entrera en vigueur à partir de la date de sa signature par les deux parties et prendra fin le 31 décembre 2020.

ARTICLE 4 : OBJECTIFS

Les objectifs fondamentaux du présent Contrat-Programme à atteindre à l'horizon 2020 sont comme suit :

- Le développement de la production et amélioration de la qualité ;
- L'amélioration des conditions cadres de la filière ;
- L'amélioration des conditions de valorisation, de commercialisation et de promotion de la rose.

A cet effet, il est prévu d'atteindre les objectifs opérationnels suivants :

- Repeuplement et densification de 200 ha sur les 800 ha existants ;
- Augmenter la superficie réservée à la culture de la rose de 400 ha, pour passer de 800 ha à 1.200 ha ;
- Augmenter la production pour atteindre 4.800 Tonnes de la rose fraiche au lieu de 2.000 Tonnes actuellement ;
- Augmenter les quantités transformées pour passer à 3.800 Tonnes par année au lieu 1.000 Tonnes actuellement ;
- Augmenter les quantités exportées comme suit :
  - ✓ Huile essentielle : de 100 Kg à 250 Kg ;
  - ✓ Concrète : de 2.500 Kg à 5.000 Kg ;
  - ✓ Eau de rose : de 100 Tonnes à 300 Tonnes.

ARTICLE 5 : AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE

Afin d'atteindre les objectifs cités dans l'article 4, le programme de développement et de mise à niveau de la filière de la rose à parfum s'articule autour des 3 axes suivants:

AXE 1 : Développement de la production et amélioration de la qualité

Les actions prévues dans ce cadre portent sur :

- L'approvisionnement des agriculteurs en plants de qualité ;
- L'équipement hydro-agricole pour la mobilisation de l'eau au niveau des vergers ;
- Le renforcement des programmes d'encadrement, de sensibilisation et de formation visant l'appropriation de techniques optimales de conduite des vergers.

AXE 2 : Amélioration des conditions cadres de la filière

A ce titre, il est prévu :

- Le renforcement des travaux de recherche appliquée visant la sélection clonale, la valorisation des ressources locales et l'optimisation de la conduite technique en vue de l'augmentation de la productivité, et l'amélioration de la qualité et de la compétitivité ;
- Le transfert des connaissances et des technologies, développées au Maroc et ailleurs, relatives aux différents aspects de production et de valorisation notamment le renforcement de l'encadrement technique des producteurs ;
- L'assistance technique et le développement des ressources humaines visant le renforcement des capacités des organisations professionnelles ;
- L'incitation à l'agrégation des producteurs et des transformateurs dans le cadre de projets intégrés.

AXE 3 : Amélioration des conditions de valorisation, de commercialisation et de promotion des produits de la rose

Il s'agira par là de développer d'une part les technologies de valorisation et d'autre part les débouchés de la filière de la rose sur le marché national et à l'export à travers :

- Le renforcement des actions marketing des produits de la rose et la réalisation d'études de marchés sur le plan national et à l'export ;
- La consolidation et le renforcement de la position du Maroc sur les marchés traditionnels et la conquête de nouveaux marchés porteurs à travers la promotion des produits de la rose et l'adaptation aux exigences évolutives des marchés (cosmétique, parfumerie,...) ;
- La mise en place d'un dispositif réglementaire permettant de protéger les produits authentiques de la rose et de combattre la contrefaçon.

ARTICLE 6 : INVESTISSEMENT GLOBAL

Le coût de la mise en œuvre des actions prévues dans le cadre de ce Contrat- Programme s'élève à **100 millions de dirhams**, à l'horizon 2020, dont 83 millions de dirhams seront supportés par le Gouvernement et 17 millions de dirhams par la Profession.

La répartition de cette enveloppe selon les différents axes de mise à niveau cités à l'article 5 précité sera arrêtée au niveau des plans d'action mentionnés dans l'article 7 du présent Contrat-Programme.

ARTICLE 7 : MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Les parties signataires conviennent d'élaborer un plan d'action pour la mise en œuvre des engagements objets du présent Contrat-Programme et ce, dans un délai de trois mois après sa signature.

Ce plan d'action vise à définir les conditions, les modalités ainsi que le planning de mise en œuvre des actions et des mesures prévues par le présent Contrat-Programme.

TITRE II :

ENGAGEMENTS DU GOUVERNEMENT

Le Gouvernement s'engage à mettre en œuvre les actions suivantes :

AXE 1 : Développement de la production et amélioration de la qualité

ARTICLE 8 : APPROVISIONNEMENT DES AGRICULTEURS EN PLANTS DE QUALITE

Le Gouvernement s'engage à :

- Encourager la production de plants de qualité en mettant à contribution l'Institut National de Recherche Agronomique (INRA), l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) et l'Agence Nationale de Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier (ANDZOA). Dans ce sens, des conventions seront établies entre ces organismes et les pépiniéristes multiplicateurs ;
- Encourager l'acquisition par les agriculteurs de plants de qualité à travers l'octroi de subventions dans le cadre du Fonds de Développement Agricole.

ARTICLE 9 : EQUIPEMENT HYDRO-AGRICOLE POUR LA MOBILISATION DE L'EAU AU NIVEAU DES VERGERS

A ce titre, le Gouvernement s'engage à:

- Réaliser des aménagements hydro- agricoles collectifs comportant l'aménagement de séguias, les seuils de dérivation et l'étanchéité des canaux ;
- Encourager l'équipement des parcelles en systèmes d'irrigation économes d'eau à travers l'octroi de subventions dans le cadre du Fonds de Développement Agricole.

ARTICLE 10 : RENFORCEMENT DES PROGRAMMES DE FORMATION ET D'ENCADREMENT

Le Gouvernement s'engage à élaborer et à mettre en œuvre des programmes d'encadrement, de sensibilisation et de formation visant l'appropriation de techniques optimales de conduite des vergers. Pour ce faire, il mettra à contribution l'ORMVA de Ouarzazate, l'ANDZOA et les établissements de formation et de recherche. A cet effet, des conventions seront établies entre ces institutions et la FIMAROSE.

AXE 2 : Amélioration des conditions cadres de la filière

ARTICLE 11: RENFORCEMENT DES TRAVAUX DE RECHERCHE/DEVELOPPEMENT

des vergers et la valorisation des produits en vue de l'augmentation de la productivité et l'amélioration de la qualité et de la compétitivité.

ARTICLE 12 : TRANSFERT DES CONNAISSANCES ET DES TECHNOLOGIES

Le Gouvernement s'engage à renforcer le programme de transfert de technologie. A ce titre, il mettra à la disposition de la Profession une « Maison de la Rose » pour promouvoir la recherche appliquée et le transfert des technologies.

ARTICLE 13 : RENFORCEMENT DES CAPACITES DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

Le Gouvernement s'engage à :

- La promulgation et la mise en œuvre de la loi sur l'interprofession et des textes réglementaires y afférents ;
- L'appui à la mise à niveau de l'interprofession et des associations professionnelles adhérentes, notamment en matière de gestion, de commercialisation et de promotion des produits de la rose.

ARTICLE 14 : DEVELOPPEMENT DE PROJETS D'AGREGATION

La Gouvernement œuvrera à :

- La promulgation et la mise en œuvre de la loi sur l'agrégation et des textes réglementaires y afférents ;
- La mise en place, en concertation avec la Profession, des conditions nécessaires à l'agrégation notamment le ciblage des projets (périmètre et business model) ;
- La promotion de l'agrégation auprès des investisseurs potentiels.

AXE 3 : Amélioration des conditions de valorisation, de commercialisation et de promotion des produits de la rose

ARTICLE 15 : RENFORCEMENT DES ACTIONS MARKETING DES PRODUITS DE LA ROSE

Le Gouvernement s'engage à lancer des études de marchés de la rose et ses produits afin de renforcer la position concurrentielle des produits marocains et diversifier son offre pour répondre aux exigences évolutives des marchés (cosmétique, parfumerie, etc.)

Par ailleurs, le Gouvernement s'engage à contribuer au déploiement de campagnes de promotion sur le marché national et les marchés étrangers porteurs, ainsi qu'au renforcement de la participation des professionnels aux manifestations nationales et internationales.

ARTICLE 16 : MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF REGLEMENTAIRE PERMETTANT DE PROTEGER LES PRODUITS AUTHENTIQUES DE LA ROSE ET COMBATTRE LA CONTREFAÇON

Le Gouvernement s'engage à:

- Mettre en place des normes techniques de contrôle de la qualité des produits de la rose ;
- Mettre en place des dispositifs réglementaires pour le contrôle de conformité des normes ;
- Adapter un signe distinctif d'origine et de qualité (SDOQ) aux produits de la rose.

ARTICLE 17 : CONTRIBUTION FINANCIERE DU GOUVERNEMENT

Le Gouvernement contribuera au soutien de la Profession pour la concrétisation des actions prévues dans le cadre du présent Contrat-Programme à travers la mobilisation d'une enveloppe financière globale de l'ordre de 83 millions de Dirhams (quatre vingt trois millions de dirhams) sur la période 2012-2020.

La répartition de cette enveloppe s'effectuera, d'un commun accord entre les deux parties signataires, conformément aux plans d'actions mentionnés dans l'article 7 ci-dessus.

TITRE III :

ENGAGEMENTS DE LA PROFESSION

La Profession s'engage à entreprendre toutes les actions à même de réaliser les objectifs fixés, notamment en matière de superficies, de production et de commercialisation prévues dans le présent Contrat-Programme.

AXE 1 : Développement de la production et amélioration de la qualité

ARTICLE 18 : APPROVISIONNEMENT DES AGRICULTEURS EN PLANTS DE QUALITE

La Profession s'engage à encourager la mise en place des pépiniéristes multiplicateurs qui doivent se doter des infrastructures requises, de matériels et de ressources humaines nécessaires pour la production de plants de qualité. Elle s'engage également à sensibiliser les agriculteurs à l'utilisation des plants de qualité.

Les plants produits doivent répondre aux spécifications techniques et phytosanitaires arrêtées par les services spécialisés du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime.

Le nombre de plants à livrer pour la période 2012-2020 s'élève à 4.000.000 plants de qualité.

ARTICLE 19 : EQUIPEMENT HYDRO-AGRICOLE POUR LA MOBILISATION DE L'EAU AU NIVEAU DES VERGERS

La Profession s'engage à sensibiliser les agriculteurs à la mise en place des systèmes d'irrigation économes d'eau au niveau des parcelles.

ARTICLE 20 : EXTENSION DES PLANTATIONS

La Profession s'engage à réaliser un programme de nouvelles plantations d'une superficie totale de 400 ha sur la durée du présent Contrat-Programme.

ARTICLE 21 : RENFORCEMENT DES PROGRAMMES DE FORMATION ET D'ENCADREMENT

La Profession s'engage à formuler les besoins en encadrement et en formation et mobiliser les bénéficiaires. Elle s'engage également à produire et diffuser les bulletins d'information et organiser des journées d'information et des visites techniques.

AXE 2 : Amélioration des conditions cadres de la filière

ARTICLE 22 : RENFORCEMENT DES TRAVAUX DE RECHERCHE/DEVELOPPEMENT

La Profession s'engage à exprimer les besoins et orienter les programmes de recherche/développement en vue l'augmentation de la productivité, l'amélioration de la qualité et de la compétitivité de la filière, et à vulgariser les résultats de la recherche au profit des agriculteurs.

Ces programmes seront réalisés dans le cadre de conventions à établir entre la Profession et les institutions d'enseignement et de recherche.

ARTICLE 23 : TRANSFERT DE CONNAISSANCES ET DE TECHNOLOGIES

La profession s'engage à contribuer à l'équipement, à la gestion et au fonctionnement de la « Maison de la Rose » qui jouera un rôle primordial dans la commercialisation de la production et dans l'encadrement de proximité des professionnels en matière de techniques de production et de valorisation.

ARTICLE 24 : RENFORCEMENT DES CAPACITES DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

La Profession s'engage à entreprendre les actions suivantes :

- L'élargissement de la base des adhérents de la FIMAROSE permettant de favoriser la réalisation d'actions concertées, visant notamment la promotion des programmes de recherche-développement, le transfert de technologie et une meilleure connaissance des marchés ;
- L'application des principes de management moderne et de bonne gouvernance.

ARTICLE 25 : DEVELOPPEMENT DE PROJETS D'AGREGATION

La Profession s'engage à apporter son appui à la mise en œuvre des projets d'agrégation à travers :

- Le soutien à l'identification et au paramétrage des projets potentiels d'agrégation ;
- La participation aux efforts de promotion et de communication auprès des investisseurs.

AXE 3 : Amélioration des conditions de valorisation, de commercialisation et de promotion des produits de la rose

ARTICLE 26 : RENFORCEMENT DES ACTIONS MARKETING DES PRODUITS DE LA ROSE

La Profession s'engage à mener toutes les actions visant la promotion de la rose et son terroir aux échelles nationale et internationale et ce, à travers notamment :

- La réalisation de campagnes de promotion des produits de la rose aussi bien sur la marché national que sur les marchés étrangers ;
- La participation aux manifestations nationales et internationales.

ARTICLE 27 : MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF REGLEMENTAIRE PERMETTANT DE PROTEGER LES PRODUITS AUTHENTIQUES DE LA ROSE ET COMBATTRE ET LA CONTREFAÇON

La Profession s'engage à sensibiliser et diffuser toute l'information afin que tous les acteurs concernés respectent et adoptent les normes techniques et les bonnes pratiques mises en place.

ARTICLE 28 : PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

La Profession réalisera un programme d'investissement portant sur une enveloppe globale de 17 millions de dirhams (dix sept millions de dirhams) sur la période 2012-2020 pour concrétiser les actions prévues dans le présent Contrat-Programme.

La répartition de cette enveloppe selon les différents axes de développement cités à l'article 5 précité sera arrêtée au niveau des plans d'action mentionnés dans l'article 7 du présent Contrat-Programme.

TITRE IV :

SUIVI ET EVALUATION

ARTICLE 29 : COMITE DE SUIVI ET D'EVALUATION

Il est institué un comité chargé du suivi de la mise en œuvre et de l'évaluation des réalisations du présent Contrat-Programme.

Ce comité est composé de représentants des départements ministériels signataires et de représentants de la Profession. La présidence de ce comité est assurée par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime. Ce comité est habilité à formuler toutes propositions pertinentes relatives à la bonne exécution de ce Contrat-Programme.

Le comité de suivi se réunira dans un délai de trois mois après la signature du présent Contrat-Programme pour s'assurer de la mise en place des plans d'action visés à l'article 7. Par la suite, le comité se réunira au moins une fois par semestre et à chaque fois que nécessaire à l'initiative de son Président ou à la demande du Président de la FIMAROSE.

Le comité élabore un rapport annuel faisant ressortir le bilan d'exécution du présent Contrat-Programme. Le rapport est adressé à Monsieur le Chef du gouvernement et aux autres membres du comité.

Par ailleurs, des tables thématiques semestrielles sur la filière de la rose à parfum pourront être organisées pour débattre des questions s'y rapportant.

Aussi, un forum annuel sur la filière rose à parfum pourra être organisé en vue d'évaluer l'état d'avancement des progrès réalisés et de proposer les pistes d'améliorations pour lever les contraintes éventuelles rencontrées.

TITRE V :

DISPOSITIONS DIVERSES

ARTICLE 30 : RESPECT DES ENGAGEMENTS RECIPROQUES

Les engagements réciproques de l'Etat et de la Profession constituent un ensemble indissociable pour atteindre les objectifs fixés, objet du présent Contrat-Programme.

ARTICLE 31 : CONTROLE

Les opérations administratives et financières relatives à l'exécution du présent contrat programme sont soumises à la vérification des services d'inspection du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime ainsi que ceux du Département chargé des Finances.