Le figuier de Barbarie (*l'Opuntia ficus-indica*) : un produit de terroir pour le développement local ? *Aknari* des Aït Baâmrane (Anti-Atlas occidental, Maroc)

The prickly pear (the Opuntia ficus-indica) : a local product for the local development ? Aknari of Aït Baâmrane (Western Anti-Atlas, Morocco)

Hassan Faouzi

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/com/7546>

DOI : 10.4000/com.7546

ISSN : 1961-8603

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2015

Pagination : 375-400

ISBN : 978-2-86781-978-0

ISSN : 0373-5834

Référence électronique

Hassan Faouzi, « 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* [En ligne], 271 | Juillet-Septembre 2015, mis en ligne le 01 juillet 2018, consulté le 02 janvier 2020.
URL : <http://journals.openedition.org/com/7546> ; DOI : 10.4000/com.7546

Le figuier de Barbarie (l'*Opuntia ficus-indica*) : un produit de terroir pour le développement local ? *Aknari* des Aït Baâmrane (Anti-Atlas occidental, Maroc)

Hassan Faouzi¹

Introduction

Les marques d'intérêt pour les « terroirs », l'« origine », les « produits de terroir » et les « approches terroir » comme nouveaux moteurs possibles d'un développement durable sont croissantes. Le Maroc est un pays qui dispose d'un grand potentiel en matière de « terroirs » grâce à son exceptionnelle diversité et au maintien de fortes traditions. Si une agriculture irriguée « moderne » a pu être utilement développée, les ressources des arrière-pays n'ont guère été valorisées et la dualité avec l'agriculture traditionnelle s'est accentuée. De nombreux jeunes ruraux ne regardent plus que vers la ville ou vers l'étranger. Le retard de développement d'une grande partie du territoire entrave sérieusement tout progrès économique et social. Ces évolutions sont problématiques alors que le Maroc est confronté à la fois à une forte croissance démographique et à de multiples fragilités qui contribuent aussi à expliquer les vulnérabilités rurales, socio-économiques et écologiques, surtout dans les régions où le système agro-pastoral traditionnel repose sur l'association élevage extensif/agriculture pluviale traditionnelle (CGAAER et CGDA², 2010).

1. Université de Lorraine, Metz. Courriel : faouzi@uiz.ac.ma

2. Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux, Maroc et Conseil général du développement agricole, France.

C'est dans ce contexte que le Maroc s'est donné comme priorité des projets de valorisation des produits issus de ses terroirs. L'engagement sur les « produits » permettrait d'améliorer l'accès au marché de la petite agriculture et de créer de la valeur ajoutée captable localement. L'expérience récente de l'Europe méditerranéenne en confirme l'importance. Le Maroc en a fait aussi une priorité nationale dans le cadre du Pilier 2 du nouveau Plan Maroc Vert et l'engagement, qui n'est pas que national mais aussi régional et local, est déjà riche de premiers enseignements. Les terroirs, par leurs produits et services, pourraient donc constituer une porte d'entrée pour un développement territorial durable de systèmes agro-écologiques. En effet les consommateurs expriment de l'engouement pour les produits de terroir et sont de plus en plus en quête de produits naturels et authentiques. Ils manifestent un regain d'intérêt pour ces produits qui reviennent en force pour concurrencer les autres produits alimentaires offerts sur le marché.

Notre étude s'intéresse à la revalorisation de l'un de ces produits de terroir, en l'occurrence le cactus qui est un élément du patrimoine du sud-ouest marocain. La valorisation du cactus et les conséquences des évolutions de la filière seront évoquées, en soulignant à la fois le processus d'industrialisation des méthodes de production. Puis, les problèmes actuels de sa revalorisation et de sa commercialisation seront posés et ceci à travers l'exemple du cactus des Aït Baâmrane.

Cette étude s'appuie sur l'abondante littérature scientifique abordant le terroir comme projet de développement local durable, qui a rendu possible l'identification de plusieurs phénomènes qui nous ont servis de base de connaissances et à définir nos objectifs. Notre recherche s'appuie également sur un important travail de terrain qui nous a permis d'approfondir nos observations et a donné lieu à de nombreux entretiens avec les paysans et les acteurs locaux. Des enquêtes individuelles ont été menées auprès d'un échantillon représentatif de la population locale. Les questions portaient sur l'impact socio-économique de la filière cactus. Les photos satellites et les photographies aériennes nous ont été aussi un outil précieux dans la perception de l'espace et dans l'orientation de nos enquêtes et interviews vers les points essentiels de la problématique adoptée.

I - « Produit de terroir » : un concept qui prête à confusion

Le concept « produit du terroir » fait appel, d'une part, au milieu naturel du produit en question, et d'autre part, à un savoir-faire partagé sur la fabrication de ce produit. Les produits de terroir sont qualifiés « d'authentiques » car ils mobilisent des ressources naturelles et agroclimatiques et leur fabrication

nécessite du savoir-faire ancestral et des compétences régionales (tour de main, recettes, etc.) qui se transmettent de génération en génération. Ils sont donc liés à un territoire, à un patrimoine naturel et humain, à des traditions particulières, et donc à la culture et l'histoire d'une région donnée ou d'une communauté locale (Brodhag, 2000). Avec la globalisation des échanges et l'intensification de la concurrence, les stratégies de différenciation des marchés ont été renforcées et ont débouché sur la multiplication des démarches de territorialisation des productions (Consales et Moustier, 2014). C'est ainsi que la notion de terroir a évolué, passant d'une conception naturaliste (géologie, sol, climat...), de type vidalien (*ibid.*) à une conception qui fait du terroir une construction sociale (Hinnewinkel, 2007).

Un tour d'horizon de la littérature sur la notion de produits de terroir permet de faire ressortir deux dimensions fortes et omniprésentes dans leurs caractéristiques : une dimension territoriale liée à une origine géographique, d'une part, et une dimension culturelle et historique, d'autre part. Plus précisément, le paramètre qui est invoqué régulièrement dans les écrits concernant les produits de terroir est l'origine régionale ou locale de la recette, du savoir-faire ou de la matière première. Elle est exigée dans l'AOC et l'AOP³ (Fort et Fort, 2006). Cette charge culturelle lui confère de nombreux potentiels de marketing. L'essence même des produits de terroir est d'exister comme constructions sociales locales. Le consommateur sensible au produit de terroir souhaitera trouver l'authentique tel que produit par le système local (Fort et Fort, 2006). Cet engouement a poussé plusieurs pays, dont le Maroc, à mettre en place une politique de valorisation de leurs ressources locales.

La demande croissante des consommateurs et des marchés, le caractère non délocalisable des produits de terroir et les valeurs ajoutées générées se conjuguent pour permettre à certaines régions rurales en difficulté et à leur petite agriculture de retrouver une dynamique, un projet, une prospérité, une fierté.

II - Les enjeux d'une politique de terroir au Maroc

Afin de trouver de nouveaux horizons économiques, sociaux et culturels et de faire face à l'échec des politiques technicistes de lutte contre la désertification, les « approches terroir » adoptées par le Maroc, tendent à s'imposer comme des alternatives nécessaires pour les régions rurales marginalisées. Le premier objectif de l'engagement du Maroc sur les terroirs est de contribuer à améliorer les revenus des communautés et la durabilité

3. Appellation d'origine contrôlée et appellation d'origine protégée.

des agro-écosystèmes. Les enjeux sont importants : réduction de la pauvreté, réussite de la professionnalisation de la petite agriculture, création de valeur ajoutée, gestion durable des ressources naturelles, maintien des cohésions sociales et de la stabilité collective (CGAAER et CGDA, 2010).

C'est dans ce cadre que le « Plan Maroc Vert » a été adopté en avril 2008, enclenchant ainsi une nouvelle dynamique de développement agricole du pays, en initiant des actions visant à conforter une agriculture diversifiée, durable et ouverte sur les marchés extérieurs. Il incite notamment à la mise à niveau solidaire de la petite agriculture, en particulier dans les zones de montagne, arides et oasiennes, espaces dans lesquels l'agriculture présente des spécificités remarquables et des produits présentant des qualités uniques associés à des traditions et savoir-faire séculaires des populations locales mais qui souffrent d'un important retard de développement. La mise en œuvre du Plan Maroc Vert s'est accompagnée en 2009 d'une importante réforme du département de l'agriculture, qui s'est concrétisée par la création de deux nouvelles divisions (les divisions « Labellisation » et « Produits de terroir ») au sein de la nouvelle Direction du développement des filières de production, et la création de nouvelles directions régionales comprenant chacune un service dédié aux produits de terroirs dont l'objectif est d'aider à l'organisation des acteurs pour offrir des gammes de produits de qualité, à forte valeur ajoutée destinées aussi bien au marché national qu'au marché international (CGAAER et CGDA, 2010).

III - Les produits de terroir marocains, un potentiel à valoriser

Le Maroc dispose d'un patrimoine très riche en produits de terroir parmi lesquels : l'arganier (qu'on ne trouve qu'au Maroc), l'huile d'olive, le cactus, le miel, l'amandier, les dattes, le pommier, le safran, etc. Sur le plan économique, les produits de terroir contribuent à hauteur de 92 % à la valeur ajoutée du secteur agricole extensif.

Productions	Valeur production (million dh)	%
Figuier de Barbarie	1 808	57,98
Arganier	347	11,13
Olivier	68,6	2,20
Palmier dattier	620	19,88
Rose à parfum	32	1,03
Safran	38	1,22

Source : CGAAER et CGDA, 2010

Tableau 1 - Importance économique des produits de terroirs dans le RSMD⁴

Chacune des régions du Maroc regorge d'une diversité de produits qui pourraient générer des opportunités économiques et sociales pour le pays. Plusieurs actions ont été lancées et différentes manifestations ont été organisées afin de débattre de ce sujet et d'établir des plans d'actions pour la promotion de ce secteur. Plusieurs productions de niche à forte identité patrimoniale sont mises en exergue et présentées comme un vecteur de développement local. C'est ainsi qu'ont émergé des actions de valorisation des ressources locales ou de création-développement d'activités économiques locales.

Les réglementations et les institutions se mettent peu à peu en place et une dynamique nouvelle est en train de s'opérer en faveur de la promotion des produits de qualité spécifique. Les conditions économiques (réformes structurelles, plans de développement de l'agriculture et du monde rural...) et les nouvelles perspectives d'ouverture des marchés ont amené les pouvoirs publics à reconsidérer les notions de développement rural et de développement local. Ce qui a pour effet de reconsidérer la place des ressources agricoles locales parmi lesquels les produits agricoles de terroir (Sahli, 2009).

Parmi ces produits, le cactus ou figuier de Barbarie, est largement représenté dans le paysage rural marocain particulièrement dans les régions arides et semi-arides où il constitue l'une des meilleures cultures de lutte contre la désertification en substitution à l'agriculture aléatoire en *bour* et aux cultures intensives consommatrices d'eau. Ce produit à haute valeur ajoutée joue, à côté de l'arganier, un rôle prépondérant dans la lutte contre l'avancée

4. La région du Souss Massa Draa est située dans le sud du Maroc, au sud du Haut Atlas ; avant le découpage territorial de 2015, elle englobait la plaine du Souss, une partie de l'Anti-Atlas et la région de Ouarzazate. Elle s'étendait sur 70 880 km² et comportait, lors du recensement de 2014, 3 601 917 habitants. Son chef-lieu est Agadir. Dans le nouveau découpage territorial de 2015, les provinces du Drâa sont rattachées aux provinces du Tafilalet pour former la nouvelle région Drâa-Tafilalet, alors que la province de Sidi Ifni est rattachée à la nouvelle région de Guelmim-Oued Noun ; le reste de la région ainsi que la province de Tata forment la nouvelle région Souss-Massa.

du désert et constitue l'ossature des écosystèmes arides dans plusieurs régions du Maroc, notamment dans les provinces de Tiznit et Guelmim.

Depuis la promulgation du dahir de 1951 qui vise à conserver les sols du royaume, le Maroc a encouragé l'extension de la culture du cactus. C'est dans ce cadre que les responsables ont créé le Service de la défense et de la restauration des sols (DRS). Par la suite, des hectares sont plantés de nouvelles boutures de cactus pour fournir le fourrage au bétail, de nouvelles ressources pour les familles et surtout pour freiner l'érosion des sols. Depuis plusieurs décennies, et particulièrement depuis la création du DRS, de nombreux périmètres d'amélioration pastorale ont été plantés de cactus.

III - *Aknari (Opuntia ficus-indica)* : caractéristiques générales

Le cactus ou *aknari* (figuier de Barbarie, photo 1) est une plante succulente, xérophyte qui résiste à la sécheresse grâce à ses caractéristiques morphologiques lui permettant d'emmagasiner une grande quantité d'eau. Le nom *aknari* est l'une des appellations données à cette espèce. Dans la littérature agraire méditerranéenne, on note plusieurs noms communs : *opuntia*, figuier de Barbarie, figuier d'Inde, raquettes et cactus. Dans la culture berbère marocaine, on l'appelle aussi *taknarit* ou *akouri*. Dans les régions arabophones marocaines, on dit *el handia*, *el kermouss*, *derg*, *zaâboul*, etc.

Photo 1 - Aknari (*Opuntia ficus-indica*) (photo H. Faouzi, août 2016)

La croissance et la distribution du cactus sont principalement contrôlées par les facteurs climatiques, notamment les précipitations, l'humidité atmosphérique et la température. La nature des sols et leur niveau de drainage constituent également un facteur limitant le développement du cactus. Du point de vue pédologique, le cactus se développe sur des terrains non hydromorphes. Les sols préférés par cette culture sont des sols légers, sablo-limoneux mais l'espèce peut être aussi rencontrée sur des sols calcaires.

Concernant la température, le cactus est rencontré dans des régions où la moyenne est de 26 °C et les minima du mois le plus froid ne descendent jamais au-dessous de 9 °C. La température maximale est en moyenne de 40 °C et la pluviosité ne dépasse pas les 200 mm. L'extension est limitée surtout par des basses températures hivernales et le seuil de tolérance est de -10 °C. Le cactus est généralement éliminé des régions où la moyenne de l'humidité relative de l'air est au-dessous de 40 %.

Le cactus : un produit multi-usage

Au Maroc, le cactus a depuis fort longtemps été utilisé pour la protection des parcelles agricoles et pour délimiter les biens familiaux. La production de fourrage était le deuxième grand usage du cactus. Il offre « une production en matière sèche qui varie entre 10 et 30 tonnes/ha » (Araba *et al.*, 2000). Toutefois, le cactus joue d'autres rôles et son utilisation peut prendre plusieurs aspects. Les cactus de type *Opuntia ficus-indica* sont largement utilisés en industrie alimentaire, cosmétique et diététique. Leurs vertus hypoglycémiantes, lipophiles, antioxydantes et satiogènes sont principalement mises à profit dans le cadre de régimes amaigrissants et dans le cas d'obésité, de diabète et d'artériosclérose, traitement des troubles et des douleurs de l'estomac et des intestins, etc. Divers produits sont issus des raquettes, des fruits et des fleurs de cette plante tels que la confiture de fruit, les édulcorants, les fibres diététiques, les fruits frais, les fruits secs, le jus de raquettes, etc. Les fruits frais du cactus sont souvent consommés pour leur saveur et leur goût sucré. Leur valeur nutritive est très importante (richesse en vitamine C et en fibres). D'autre part, la principale valorisation des graines du fruit de cactus est l'extraction de l'huile qui possède des particularités cosmétiques remarquables.

Au Maroc, l'aire géographique d'extension de la culture du cactus est très importante, sa superficie totale est estimée entre 120 000 et 150 000 ha et on le retrouve un peu partout. Il existe dans des régions côtières depuis Sidi Ifni (province de Tiznit) jusqu'à Tanger mais aussi dans plusieurs zones continentales (DREF, 2007). La région de Sidi Ifni, qui correspond au territoire de la confédération des Aït Baâmrane, constitue l'un des importants foyers de

la culture du cactus qui y occupe une superficie estimée à 50 000 ha. Trois cultivars y sont connus : *aïssa* et *moussa* (inermes) et *acheфри* (très épineux).

IV - Les Aït Bâamrane : une région pauvre dotée d'énormes potentialités

Dans la région des Aït Bâamrane (fig. 1), la pauvreté⁵ matérielle est fortement présente, aggravée par des conditions naturelles très dures ainsi que par la sécheresse qui sévit depuis quelques années et qui affecte la qualité de vie des populations (dans la région de Mesti, 65 % de la population vit sous le seuil de pauvreté). Cette zone connaît un stade très avancé de dégradation des ressources naturelles. La désertification s'y manifeste avec des sols complètement nus et pauvres (photo 2) où l'agriculture en *bour* (culture pluviale) a été abandonnée suite à la succession des années de sécheresse.

Photo 2 - Un sol caillouteux, pauvre et peu fertile, région de Mesti, Aït Bâamrane (photo H. Faouzi, août 2016)

Des conditions naturelles difficiles conjuguées à une démographie croissante, vont déclencher un flux d'exode rural massif, privant ainsi la région de la main-d'œuvre nécessaire pour effectuer les travaux des champs. Au-delà des conditions climatiques difficiles qui règnent dans la région, le faible niveau de vie qui caractérise encore aujourd'hui sa population rurale est intimement lié au système agro-pastoral traditionnel qui repose majoritairement sur la pratique d'un élevage extensif associé à une agriculture de subsistance non

5. Selon le Haut-Commissariat au Plan du Maroc, l'indice de pauvreté est de 64 %.

itinérante et, encore aujourd'hui, peu mécanisée. Ceci explique notamment la faiblesse des rendements agricoles et les difficultés d'intensifier les systèmes de production vivriers. Donc, face à l'accroissement démographique que connaît la région, les pratiques traditionnelles de gestion des terres ne sont plus en mesure d'assurer la sécurité alimentaire des populations de la région. Cette nouvelle situation a poussé les fellahs (paysan-agriculteur) à s'adonner à une culture spéculatrice *d'aknari* (photos 3 et 4). Nous assistons donc à un changement de comportement et de mentalité chez les fellahs. On ne pratique plus l'agriculture pour survivre mais pour avoir des revenus monétaires. Le cactus est devenu une culture à rendement plus sûr qui commence à bousculer la culture de l'orge mais aussi à prendre sa place traditionnelle de base de la vie de la population locale.

**Photo 3 - Extension de la culture spéculatrice *d'aknari* autour des douars⁶
(photo H. Faouzi, août 2016)**

Il faut préciser qu'au Maroc, la superficie totale du cactus est estimée entre 120 000 et 150 000 ha dont 50 % se situent dans la région des Aït Baâmrane. Selon la DPA⁷ de Tiznit, la superficie agricole utile dans la commune rurale de Sbouya s'élève à 4 500 ha contre 4 800 ha à Mesti, soit environ 9 300 ha. La

6. Dans les pays du Maghreb, le douar est un groupement d'habitations rassemblant des individus unis par des liens de parenté fondés sur une ascendance commune en ligne paternelle.

7. Direction provinciale de l'agriculture.

Photo 4 - Les terres domaniales qui étaient, quelques années auparavant, inoccupées, incultes et qui portaient quelques maigres pelouses servant au pâturage, connaissent aujourd'hui une extension rapide et importante de la culture du figuier de Barbarie (photo H. Faouzi, août 2016)

superficie plantée en cactus dans la région s'élève à 50 000 ha, répartie sur les deux communes rurales de Sbouya et Mesti (fig. 1). Cette superficie augmente chaque année de plus de 4 %. La majorité des exploitations sont de régime privé, morcelées, de petite taille et dans l'indivision.

V - Des propriétés à dimensions variables

Dans la région des Aït Bâamrane, il est rare que les propriétés d'*aknari* dépassent quatre hectares ; en revanche, les propriétés qui ne dépassent pas un hectare constituent plus de 57 % du total des exploitations et seulement 17 % d'entre elles, atteignent quatre hectares. La grandeur et la forme de la parcelle sont strictement liées à un certain nombre de critères parmi lesquelles nous citons l'effet du partage répétitif des biens familiaux, la nature du terrain (plat, accidenté ou versant), la main-d'œuvre dont dispose le fellah, le degré d'enclavement ou de désenclavement du village, etc. En effet, les plus grands vergers se trouvent dans les villages qui sont situés à proximité des routes. Plus le village est loin des axes de communication, plus les parcelles plantées de cactus sont de dimensions modestes. La nature des sols aussi joue un rôle décisif dans l'importance des terres mises en cactus. Dans la région de Sbouya, les villages où dominent les sols *hamri* (riches en argile) comme Aoudint,

Figure 1 - Localisation de la région des Aït Baâmrane

Taharmouchte, Anamer, Amalou et Tahydart sont largement plantés de raquettes de cactus. Sur ces terroirs nous avons localisé des versants totalement occupés par l'*Opuntia*. En revanche, dans le cas du village d'Ennâala et d'autres de la région de Tellat Sbouya, où les terres caillouteuses l'emportent, les vergers d'*aknari* sont de dimensions réduites (Maghrani, 2003).

VI - Cactus, le nouvel or vert des Aït Baâmrane

Le Sud marocain dispose d'une très grande variabilité d'écotypes de cactus. En effet, les prospections effectuées en 1999 et 2000, ont révélé l'existence d'une très grande variabilité génétique entre les 100 écotypes qui y sont établis, aussi bien au niveau de leurs fruits que de leurs raquettes. Dans la région des Aït Baâmrane nous distinguons trois cultivars qui sont *achefri*, *moussa* et *aïssa*. La variété dite *achefri* est très limitée chez les Aït-Baâmrane, sa floraison commence au mois de mai et la récolte peut déjà débuter dès le mois de juin. La présence de ces épines très solides donne à cette variété une allure défensive très importante, ce qui explique son utilisation pour clôturer les vergers, les *azibs*, les *notfias* ou encore les maisons. Pour ce qui est des deux autres cultivars, en l'occurrence *aïssa* et *moussa*, ils sont très répandus dans la région des Aït Baâmrane. Ils sont de la même variété, avec deux cycles de floraison et de maturation différents. Pour ce qui est de leur répartition géographique, la variété *moussa* est concentrée sur le territoire de la tribu Sbouya, alors que la variété *aïssa* pousse essentiellement sur le territoire de la tribu Mesti.

Cette répartition géographique s'explique par des éléments naturels : dans la région de Mesti, l'existence d'un microclimat chaud et sec en été et de sols très pauvres et caillouteux conduit à un stress des plants qui engendre la précocité de la floraison et de la maturation des fruits vers le mois de juin d'où la domination de la variété *aïssa*. Par contre le microclimat océanique de Sbouya, avec une humidité relativement élevée et une nébulosité plus importante, est particulièrement favorable au développement de la variété *moussa*. C'est cette fraîcheur des mois de mai et juin qui retarde la floraison et la maturation. On distingue la fleur de *moussa* par sa couleur jaune qui devient rouge et sa raquette plus épaisse et de couleur vert foncé. Si les conditions naturelles déterminent la répartition du cactus dans la région, sa culture est par contre liée à l'ingéniosité du fellah et se fait encore selon des procédés traditionnels.

VII - Le cactus et les pratiques culturales

Dans toute la région des Aït Baâmrane, la pratique culturale dominante repose sur une préparation du verger qui doit passer par l'opération de dépierrage du terrain. Cette démarche est nécessaire pour éviter d'entraver l'enracinement. Dans le cas des vergers situés sur des terres de plaine et moins caillouteuses, le fellah procède à un simple labour de la parcelle ou creuse un simple fossé de quelques centimètres de largeur et d'une trentaine de centimètres de profondeur. Sur les terrains accidentés, sur les versants et sur les parcelles à charge caillouteuse très élevée, les paysans procèdent à l'aménagement d'une série de cuvettes *tigudiytine* de 20 à 30 cm de diamètre et environ de 30 cm de profondeur qui servent à y conduire l'eau.

Avant de se lancer dans la préparation de la parcelle, les villageois doivent disposer du matériel végétal nécessaire pour la plantation. Traditionnellement le figuier de Barbarie est multiplié végétativement par bouturage des raquettes. La période de la plantation est la même pour tous les cultivars rencontrés dans la région : les fellahs entament la saison de la plantation des jeunes arbres dès le printemps ; elle s'échelonne sur trois mois, à savoir les mois de février, de mars et d'avril mais on peut aussi planter de nouveaux pieds vers la fin du mois d'octobre et le début du mois de novembre. Sur la partie intérieure du plateau de Sbouya, où les terres de couleur rougeâtre dites *hamri*, riches en argiles, la préparation des vergers se fait par un simple labour. C'est le cas à Aoudint, Amalou, Anamer et Taharmouchte, etc. En revanche, dans les villages de la région de Tellat Sbouya depuis Ennâala jusqu'à l'oued Assaka au sud-ouest, les fellahs ont recours à l'aménagement des cuvettes pour y planter les jeunes plants. Cela est dû à la domination des terres blanchâtres à forte charge caillouteuse, dites *harch*. Lorsque le fellah achève la préparation du terrain de plantation et une fois qu'il réalise les labours ou aménage les cuvettes, il procède à l'opération de plantation des boutures. Les nouvelles plantations sont établies à partir de grandes boutures de tiges constituées de trois à cinq raquettes. La formation des racines a lieu après 15 jours. La densité de plantation varie de 500 à 1 500 plants/ha mais il est très fréquent dans la région de trouver des vergers dont la densité des plants par hectare dépasse 4 000 plants/ha.

Pour l'entretien, aucun soin particulier n'est apporté à la culture une fois que la plantation est réussie. Quant à la fertilisation, il n'y a pratiquement pas d'apport d'éléments fertilisants pour le figuier de Barbarie en culture traditionnelle. Cependant, avec le gain d'intérêt que cette culture a connu pendant ces dernières années et l'importance des prix offerts sur le marché, certains agriculteurs ont commencé à apporter du fumier à leurs plantations

de cactus. Cela pourrait engendrer une augmentation de 20 à 30 % dans la productivité. Les recherches menées en Italie ont montré que l'application de l'azote à 120 kg/ha améliore la floraison et permet une production hors saison.

La floraison

La floraison varie aussi d'un cultivar à l'autre ; la variété épineuse, dite *achefri*, connaît la floraison au cours du mois d'avril. Les fruits sont en pleine maturité dès le mois de juin et la récolte dure jusqu'au mois d'août. Pour les principaux cultivars trouvés dans la région, à savoir *aïssa* et *moussa*, nous distinguons deux comportements différents. Le comportement du cycle de *moussa* est tardif. En fait, l'existence d'un microclimat plus frais et plus humide et d'une nébulosité importante fait que le cycle commence au mois d'avril et de juin. Ce cycle tardif est plus ressenti dans le cas des vergers qui se trouvent à quelques mètres de l'océan sur lesquels la récolte peut s'échelonner jusqu'au mois de décembre. En effet, les fruits de ces vergers ont un petit calibre et une qualité gustative non acceptable sur les marchés. En revanche, pour le cultivar *aïssa*, le cycle commence au mois de mars, la pleine floraison a lieu en avril et la maturité en juin (Maghrani, 2003). La récolte peut s'échelonner sur le même pied plus de trois mois, à savoir les mois de juin, juillet et août.

La récolte des fruits

Cette opération reste encore fidèle à l'archaïque et se fait manuellement de la manière suivante : les jeunes enfants et les personnes âgées se servent des raquettes séchées pour récolter les figues de cactus (photo 5). Après la récolte des fruits, les enfants sont chargés d'enlever les épines très fines à l'aide d'un balai ou d'une plante épineuse. Une fois ce travail accompli, le produit est mis à la disposition des intermédiaires qui à leur tour le mettront sur le marché. L'importance des quantités récoltées est largement dépendante de la main-d'œuvre dont dispose l'exploitation.

Les familles dont les jeunes ont émigré et ne pouvant recourir au salariat ne récoltent que des quantités modestes par rapport à la production de leurs vergers, entraînant ainsi une importante perte de récoltes sur pied. On estime la récolte d'un verger d'*aknari*, d'une densité de 1 000 pieds par hectare à 10 ou 15 tonnes par hectare et par an, à raison de 100 kg par pieds (photo 6). La productivité peut atteindre quatre caisses par pied pour la variété *moussa* et seulement trois caisses pour la variété *aïssa* (soit respectivement 130 et 115 kg et à raison de 35 kg par caisse).

Photo 5 - Récolte des figues de cactus par les femmes dans la région de Sbouya
(photo R. El Meknassi, 2016)

Photo 6 - Pied d'*aknari* (photo H. Faouzi, 2014)

La DPA de Tiznit évalue les rendements de cette culture entre 8 et 25 tonnes de fruits par hectare et par an. On trouve même de grands producteurs qui peuvent récolter jusqu'à 1 500 caisses soit environ 50 tonnes de fruits. Les petits producteurs sont ceux dont la récolte ne dépasse pas 70 caisses soit moins de 2,5 tonnes/an. En effet, une parcelle entretenue, fertilisée et qui se situe sur des terrains plats avec des sols bien développés donne des récoltes plus abondantes que celles attendues d'un verger laissé à l'état « sauvage ». Un hectare rapporte à son exploitant jusqu'à 10 000 dh de bénéfice, contre 1 500 dh pour les céréales. Sur le plan économique, le cactus est devenu la principale ressource économique pour plusieurs ménages de la région. Il s'agit donc d'un changement énorme dans leur vie et sur lequel ils mettent beaucoup d'espoir. Grâce à l'ouverture de ces systèmes sur le monde extérieur et l'introduction de ce produit dans le système monétaire, nous assistons à de nouveaux circuits de commercialisation plus importants et plus complexes.

VIII - Une commercialisation monopolisée par les intermédiaires

À partir de la troisième semaine de la récolte, la plupart des fruits sont déjà mûrs ; c'est ainsi que le marché se trouve saturé et les intermédiaires imposent des prix très bas aux fellahs. En général, le prix d'une caisse de 30 kg de fruit *aïssa* est évalué à environ 40 dirhams (4 €) durant les deux premières semaines de la récolte. Les dernières semaines de récolte de la variété *aïssa* sont marquées par la forte concurrence de la variété *moussa* plus sucrée et plus appréciée par les consommateurs, ce qui rend la liquidation de ces fruits plus difficile. C'est au cours de cette période que les prix de *moussa* atteignent les plus bas seuils (environ 20 dh la caisse de 30 kg). La commercialisation des produits de cactus reste aléatoire et ne répond pas aux intérêts des producteurs surtout à cause de la multiplicité des intermédiaires sur le marché et l'absence de centres de collecte de la production. En effet, plus de 48 % de la production est abandonnée sur « l'arbre ». Cela est dû à une insuffisante reconquête des marchés extérieurs qui résulte de plusieurs handicaps tels que l'enclavement des principaux douars producteurs, la rareté de la main-d'œuvre nécessaire pour accomplir les tâches de production et surtout la domination de la commercialisation de ce produit par des intermédiaires qui imposent des prix qui ne sont souvent pas encourageants pour investir dans une main-d'œuvre salariée (Maghrani, 2003).

Toutefois, le secteur de la commercialisation/distribution est en train de vivre une mutation complète avec la libéralisation des marchés et la stratification des couches sociales. Les domaines de la distribution, du

transport et de la conservation (notamment sous froid) sont en train de prendre de l'avance avec l'apparition de nouveaux acteurs. L'attribution d'indications géographiques (IG) à ce produit permet sa meilleure identification ; elle peut être considérée comme un argument commercial fort.

Il existe des signes de qualité pour les produits de terroir qui donnent une certaine réputation et créent de la valeur ajoutée, tel l'Appellation d'origine contrôlée (AOC) ou l'Indication géographique protégée (IGP). Ces signes, reconnus officiellement, garantissent un savoir-faire local et se veulent comme un certificat d'origine. Ils répondent à une double préoccupation. D'une part, ils donnent au consommateur le droit d'avoir un produit de qualité, typique à une région. D'une autre part, ils assurent aux producteurs une protection contre toute concurrence déloyale. Le cahier des charges d'une AOP ou d'une IGP doit comporter, outre la délimitation de l'aire géographique concernée, « des éléments prouvant que le produit agricole ou la denrée alimentaire sont originaires de l'aire géographique [...] justifiant le lien avec le milieu géographique ou avec l'origine géographique »⁸. Une spécialité traditionnelle garantie doit comprendre des éléments permettant d'évaluer le caractère traditionnel du produit (Bérard et Marchenay, 2007).

IX - Les terroirs et les identifications géographiques

En ce début de XXI^e siècle, un nombre toujours croissant de territoires et d'acteurs considère les « terroirs » et les produits à « identifications géographiques » comme des questions d'importance stratégique. Des États en nombre croissant prennent des mesures pour promouvoir et protéger leurs produits de terroirs. Ainsi par exemple : le Costa Rica, la Colombie, l'Éthiopie l'Indonésie, la République dominicaine et certains États du Brésil ont été pionniers pour faire respecter l'origine de leurs cafés. L'Inde protège son riz basmati et le thé Darjeeling, la Jamaïque son café « Blue Mountain », le Sri Lanka son « thé de Ceylan », le Kenya son « café Gethumbwini » (CGAAER et CGDA, 2010). Le Maroc considère les produits et les dynamiques de terroirs comme d'importance majeure pour le Pilier II du Plan Maroc Vert dédié au développement solidaire de la petite agriculture. C'est ainsi que deux nouvelles divisions de son administration centrale ont été créées pour s'occuper respectivement de la labellisation et du développement des produits de terroir. La publication de la loi n° 25-06, relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits

8. Règlement (CEE) N° 2081/92 du Conseil des communautés européennes du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.

agricoles et halieutiques, promulguée par le *dahir* (décret) n° 1-08-56 du 23 mai 2008, a permis un grand pas en avant. La loi s'est ainsi donné pour objectif de promouvoir le développement agricole par une valorisation des caractéristiques liées au terroir ainsi que les modes de production et les savoir-faire humains y afférents.

En 2009, le Maroc a fait de l'huile d'argan sa première IGP et de l'huile d'olive de Tyout Chiadma sa première AOP, et année après année, plusieurs produits sont venus les rejoindre tels que le figuier de Barbarie.

Le figuier de Barbarie : un produit d'Indication géographique protégée

Dans la zone des Aït Baâmrane, les fruits objet de l'IGP « Sobbar Aït Baâmrane » proviennent exclusivement de deux écotypes du figuier de Barbarie qui prédominent dans la région, à savoir : *aïssa* et *moussa*. L'aire géographique couverte par l'IGP s'étend sur les limites administratives de la province de Sidi Ifni et du cercle de L'ksabi de la province de Guelmim (fig. 1). En avril 2011, au Salon international de l'agriculture au Maroc (SIAM), le Groupement d'intérêt économique (GIE) « Sobbar Aït Baâmrane » décroche l'IGP « Sobbar Aït Baâmrane », qui vise à améliorer les conditions socio-économiques des populations vivant de l'exploitation de cactus en assurant une commercialisation équitable d'une part et à préserver les ressources naturelles d'autre part. La multiplication des coopératives aura un impact très positif sur l'environnement, elle permettra non seulement d'enrayer le processus de régression du cactus mais aussi de le replanter et donc de conserver ce rideau vert aux portes du Sahara. C'est dans le cadre du pilier II du plan Maroc Vert qu'un projet d'intensification et de valorisation du cactus des Aït Baâmrane a été lancé. Son objectif est de définir de nouvelles perspectives pour la distribution de ce produit. Il consiste aussi à désenclaver les champs de production en créant des routes et des infrastructures de base. Dans le même cadre, une unité de conditionnement et de valorisation des figues de Barbarie, d'une capacité de conditionnement de 10 000 tonnes de fruits, a été implantée dans la ville de Sidi Ifni. Malgré tout cela, et vu l'important capital de production au niveau de la région des Aït Baâmrane, le cactus reste très peu valorisé, avec une filière peu organisée, ce qui rend les agriculteurs dépendants des intermédiaires grossistes, d'autant plus que plusieurs particuliers ont commencé à développer des créneaux de valorisation des produits du cactus au niveau de la région.

X - Une valorisation éphémère et localisée

L'absence d'une concentration d'acteurs partageant les mêmes pratiques, l'éloignement des pôles structurants et la très faible densité de réseaux relationnels expliquent, en partie, la sous-valorisation des produits du cactus. Bien souvent, le rayonnement ne dépasse pas l'échelle communale, voire la périphérie proche des exploitations. La vente sur place ou à des intermédiaires qui se chargent du transport et de la vente au niveau des différents centres urbains, reste le principal mode de vente connu dans la région. Sous l'impulsion d'acteurs locaux, le produit a fait l'objet de manifestations épisodiques (photos 7-8).

L'échelle locale a été constamment privilégiée par les producteurs locaux d'*aknari*. L'extension à une ou plusieurs régions voisines a été abordée, notamment par des élus soucieux de développer des stratégies marketing/communication plus performantes. Mais les divergences partisans, le problème du partage d'une même identité territoriale, l'absence de soutien-relais de tous les acteurs de la filière et l'affaiblissement de la dynamique du groupe, entravent toute action entreprise dans ce sens.

Les démarches de valorisation se focalisent souvent sur la dimension festive en ayant recours au support de spectacles publics, gratuits, sans intégrer la dimension économique. Cela s'est révélé peu intéressant d'un point de vue économique pour les organismes de commercialisation. D'ailleurs, ces derniers sont rarement informés des initiatives locales (Manouvrier, 2008). Outre l'inexistence d'une communication publicitaire distinctive, l'absence de groupements et d'entente entre tous les acteurs de la filière, s'avère une autre pierre d'achoppement majeure dans toutes les tentatives de valorisation du fruit. Tout cela les rend moins compétitifs et incapables d'obtenir des rendements réguliers, et de répondre plus facilement à la demande du marché.

Toutefois, malgré les innombrables contraintes que rencontre la filière du cactus, on assiste à la genèse de plusieurs coopératives de production, de transformation et de commercialisation des produits dérivés du cactus. L'expérience de la coopérative Aknari permet de mettre en exergue l'importance des différents produits du cactus (confiture, huile, filets de raquettes...) et de soulever le problème de commercialisation rencontré.

Coopérative Aknari

La coopérative Aknari a été créée le 23 janvier 2001 dans la commune rurale de Sbouya à une quarantaine de kilomètres au sud-est de Sidi Ifni. Elle

Photo 7 - Sous le signe de la valorisation du fruit du cactus, la province de Sidi Ifni a abrité en 2014, la première édition du « Moussem Aknari » d’Aït Baâmrane dont l’ambition est de mettre en valeur cette plante et ses dérivés et de favoriser les meilleures conditions de production et de commercialisation (photo H. Faouzi, 2014)

Photo 8 - Stand d’exposant consacré à la vente des produits issus du cactus lors de la première édition du « Moussem Aknari » d’Aït Baâmrane (photo H. Faouzi, 2014)

compte une cinquantaine d'adhérentes. La coopérative commercialise ses principaux produits au niveau national (Marrakech, Tiznit, Sidi Ifni, Guelmim, Agadir et Laayoune). Les produits transformés sont constitués essentiellement de jus et confitures, de filets de raquettes de cactus, de figes de Barbarie séchées, de farine des raquettes de cactus et de l'huile de graines du cactus. Pour assurer la continuité de son activité toute l'année et pour diversifier ses axes de développement, la coopérative commercialise d'autres produits d'arganier (huile d'argan) et de palmier dattier (confiture de dattes). Elle envisage de produire d'autres dérivés du cactus afin de mieux valoriser cette culture hautement prometteuse, notamment les fleurs de cactus emballées, les blocs fourragers de cactus et également des produits cosmétiques à base de cactus.

Malgré la diversification des produits et leur originalité, la coopérative Aknari a encore besoin d'appui et d'accompagnement pour accéder à un marché plus vaste. Elle reste immobilisée face aux exigences imposées par le marché européen tant que la totalité des produits n'est pas certifiée et les normes de qualité imposées par les demandeurs ne sont pas maîtrisées. De plus, la coopérative manque de moyens de conditionnement et de stockage des fruits (chambre froide) ce qui limite la possibilité de disposer de suffisamment de matière première durant toute l'année. Malgré le désir d'augmenter la commercialisation à l'extérieur de la coopérative et la recherche des points de distribution pour ses produits de manière à accroître ses ventes, la coopérative ne fait aucune promotion de publicité, elle est aussi peu active au niveau des contacts avec l'étranger pour les opportunités d'exportation, tout ceci dans un contexte économique difficile, et face à une concurrence farouche du secteur privé. En effet, plusieurs coopératives et entreprises privées entrent en compétition puisqu'elles commercialisent des produits semblables sous des bannières différentes.

Face à cette situation, les collectivités territoriales et les acteurs de la filière se sont engagés dans plusieurs actions. C'est ainsi que deux GIE se sont créés : le « GIE du Sabbar d'Aït Baâmrane » qui regroupe cinq sociétés et trois coopératives et le « GIE Jbal Aït Baâmrane », dont l'objectif est de structurer la filière cactus et de représenter l'ensemble des producteurs. On note aussi la création d'une unité industrielle de conditionnement des fruits de cactus qui semble fonctionner moins bien que prévu, conséquence d'une mauvaise entente entre les acteurs de la filière.

Il est légitime de se demander à quel point la mutation de la filière a contribué à résoudre le problème de la dégradation et de l'érosion des sols et à améliorer le niveau de vie de la population locale ? Ou n'a-t-elle pas pour conséquence d'aggraver davantage la situation ? La pertinence l'efficacité et la

portée de la mise en marché de ce produit du terroir peuvent être discutés en se référant à un autre produit du terroir, l'arganier : la valorisation et l'évolution du marché de son huile n'ont eu aucun effet positif, ni sur le tissu socio-économique, ni sur le système agraire de l'arganeraie.

XI - Discussion

Nous avons montré que pour faire face à la raréfaction des ressources naturelles et aux fragilités socio-économiques et écologiques, le Maroc a fait le choix de la promotion d'un développement durable et de qualité à travers un ensemble « d'initiatives économiquement viables qui peuvent être génératrices de richesse et de progrès » (Petit, 1996), grâce notamment à une meilleure utilisation du territoire à travers plusieurs vecteurs essentiels dont l'utilisation des ressources locales (les produits de terroir). La promotion de la culture du cactus répond donc à plusieurs objectifs notamment l'amélioration du niveau de vie des populations rurales et la lutte contre la désertification. Elle pourra constituer l'une des meilleures cultures de substitution économes d'eau. Le cactus représente un potentiel de développement infini, mais il est souvent mal utilisé et mal valorisé.

Certes, le bien-fondé des démarches de valorisation des produits de terroir ne saurait être remis en cause. Dans un contexte de mondialisation, ils restent un outil remarquable pour la valorisation des territoires marginalisés. Cependant, leur mise en œuvre reste délicate et périlleuse et ne peut se concevoir sans mise en place d'outils de concertation et de négociation (Cormier-Salem et Roussel, 2009).

Les contraintes sont nombreuses : faiblesse des relations des populations rurales avec l'environnement institutionnel, faible capacité de participation des populations rurales, faiblesse des organisations professionnelles qui n'ont pas encore atteint le niveau nécessaire pour prendre en charge et/ou participer aux importants programmes lancés en direction du milieu rural. Le chemin reste encore long et il est nécessaire que les canaux d'information et de communication soient au diapason des possibilités de production et d'extension de la filière de produits *aknari* (Sahli, 2009).

Le producteur de terroir a généralement besoin de développer ses ventes au-delà de son territoire, sur une échelle large pouvant être nationale ou internationale, afin de maintenir sur le long terme un niveau de rentabilité satisfaisant, vis-à-vis de normes sociales elles-mêmes en évolution. Nous pensons que ne pas accepter l'émergence de nouvelles formes de marketing condamne à terme les produits du terroir (Fort et Fort, 2006). La valorisation

des produits du cactus nécessite l'adoption d'une stratégie globale à deux composantes interactives : une composante stratégique orientée filière (développement agro-industriel) et une composante stratégique orientée marché (développement marketing et stratégique). La dimension économique mérite d'être partie intégrante de la valorisation du produit. Cela paraît utopique de dissocier un produit de terroir de sa filière et de son organisation économique et commerciale.

Dans un tel contexte en prise directe avec la mondialisation, la question d'un développement local à travers la valorisation des produits de terroir soulève de nombreuses inquiétudes. Les expériences passées ont montré que tout projet de développement n'est possible que s'il tient compte des spécificités des systèmes agraires existants et de la nécessité de valoriser les savoirs et savoir-faire traditionnels des paysans (Andrieu et Tonneau, 2007 ; Piraux *et al.*, 2010). L'expérience de valorisation de l'huile d'argan doit servir de leçon : la construction de la filière économique de l'arganier visant une demande internationale a eu des conséquences négatives sur les populations locales qui ont été marginalisées. Elle a eu aussi un effet boomerang sur l'écosystème arganeraie (Faouzi et Martin, 2014). N'est-on pas en train de revivre le même scénario avec la filière cactus ? Une chose est sûre, plusieurs signes avant-coureurs d'un bouleversement du système agricole de la région se profilent à l'horizon : conflits dans la forêt domaniale autour de la terre, modification du paysage de la région, éclatement des relations familiales et sociales, émergence de l'individualisme, extension de la culture du cactus au détriment de l'orge et de l'élevage, deux productions majeures du système agricole de l'arganeraie des Aït Baâmrane, etc.

Un processus de développement local qui serait basé sur la valorisation et la promotion des produits de terroir doit être conditionné par un système d'organisation conduit par des professionnels bien coordonnés entre eux à l'intérieur de réseaux (Sahli, 2009), afin de faciliter l'accès à ces produits et de se rapprocher le maximum possible du consommateur. Cela peut favoriser la création de consortiums locaux, aider à l'émergence de démarches collectives (lobbying) et créer des effets de co-branding. Un autre levier de marketing pourrait consister à faciliter la formation et les apprentissages des acteurs de terroir et promouvoir les meilleures pratiques et à faire émerger des actions en liaison avec le secteur du tourisme : il existe d'importantes opportunités pour faire émerger un tourisme de montagne basé sur la valorisation et la promotion des produits de terroir (Sahli, 2009).

Conclusion

Le potentiel de la région laisse entrevoir une grande marge de manœuvre dans les objectifs de développement socio-économique des Aït Baâmrane, car les améliorations possibles sont nombreuses et flexibles. Malgré la domination des techniques de production très rudimentaires, la culture d'*aknari* se trouve parfaitement intégrée dans le système d'exploitation traditionnel de la région. Elle constitue la base de ces systèmes géographiques archaïques et le pilier de l'économie familiale, dans ces contrées où la céréaliculture, moins adaptée à ces conditions d'aridité, connaît de plus en plus de repli. L'*Opuntia* a aussi montré son adaptation à des sols pauvres. Il s'agit même d'une plante à grand intérêt environnemental puisqu'elle contribue à la fertilisation des sols et à leur conservation contre l'agressivité érosive dont ils sont victimes.

Le cactus est également la culture la plus adéquate pour cette région. Elle fournit des fruits pour l'homme et du fourrage là où l'herbe fait souvent défaut. Mais le cadre archaïque des pratiques culturelles laisse cette activité confrontée à une série de contraintes. Le recours à la fertilisation est très rare et les soins ne sont jamais apportés à ces plants. Le milieu, quant à lui, n'encourage pas cette culture. Les pluies dépassent rarement les 100 mm/an et la prépondérance des terrains pauvres très accidentés limite la production.

L'infrastructure routière ne favorise pas une intense intégration de cette culture dans les flux commerciaux. La majorité des douars dont la production est très considérable est encore enclavée. Cette situation a créé un climat dans lequel les grands vendeurs et médiateurs qui ont des moyens de transport retirent plus de bénéfices de cette activité que les producteurs. Ces contraintes parmi tant d'autres expliquent la sous-exploitation des potentialités de production de la région. Au-delà, c'est la complexité du système géographique « terroir » qu'il faut prendre en compte pour en mobiliser tous les ressorts. Et parmi eux, on cite le système d'action, lieu des jeux conflictuels entre les acteurs du terroir : « La question de l'avenir des produits de terroir ne devient-elle pas, dès lors, celle de la gouvernance locale » (Hinnewinkel, 2007).

Bibliographie

Andrieu N. et Tonneau J.-P., 2007 - Gestion agroécologique de la caatinga pour les agriculteurs familiaux du Sertão : une alternative à sa désertification ? *Bois et forêts des tropiques*, vol. 293, n° 3, p. 9-21.

Araba A. et al., 2000 - Valorisation du figuier de Barbarie en élevage. *Transfert de technologie en agriculture*, n° 68, p. 1-4.

Bérard L. et Marchenay P., 2007 - *Produits de terroir - Comprendre et agir*, CNRS-Ressources des terroirs. Cultures, usages, sociétés, UMR Eco-Anthropologie et Ethnobiologie, Bourg-en-Bresse, Alimentec, 64 p.

Brodhag C., 2000 - Agriculture durable, terroirs, et pratiques alimentaires, *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n° 40, p. 191-204.

Consales J.-N. et Moustier P., 2007 - « Terroirs : caractérisation, développement territorial et gouvernance », *Méditerranée*, n° 109, [en ligne 01/06/2009], <http://mediterranee.revues.org/101>

Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux, Maroc et Conseil général du développement agricole, France, 2010 - *Terroirs et origine : leçons d'une lecture croisée des expériences du Maroc et de la France pour une Méditerranée durable*, Rapport, Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, Maroc, 85 p.

Cormier-Salem M.-C. et Roussel B., 2009 - « Localiser les produits et valoriser les spécialités locales », *Autrepart*, n° 50, 2/2009, p. 3-15. DOI : 10.3917/autr.050.0003

Direction régionale des eaux et forêts (DREF), 2007 - *Développement et valorisation du cactus dans la région Souss Massa Draa*. Rapport, Agadir, Direction régionale des eaux et forêts.

El Meknassi R., 2016 - Troisième édition du « Moussem » à Sidi Ifni : La culture du cactus attire toutes les attentions. *Aujourd'hui le Maroc*, 15 août 2016.

Faouzi H. et Martin J., 2014 - « Soutenabilité de l'arganeraie marocaine », *Confins*, n° 20, 2014, en ligne 7/03/2014. DOI : 10.4000/confins.8842

Fort F. et Fort F., 2006 - « Alternatives marketing pour les produits de terroir ». *Revue française de gestion*, n° 162, 3/2006, p. 145-159.

Hinnewinkel J.-C., 2007 - L'avenir du terroir : gérer de la complexité par la gouvernance locale. *Méditerranée*, vol. 109, n° 3, p. 17-22, en ligne 1/07/2007, <http://mediterranee.revues.org/106> ; DOI : 10.4000/mediterranee.106

Maghrani L., 2003 - *Les systèmes géographiques archaïques du pays des Aït-Ba-Amrane (Anti-Atlas marocain) et leur évolution*. Thèse de doctorat, Université de Nancy II.

Manouvrier É., 2008 - « L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais ? », *Ruralia*, 15/2004, [en ligne 1/07/2008], <http://ruralia.revues.org/1031>

Nakhli F., 2013 - Cactus, l'or vert d'Aït Baâmrane, *l'Économiste*, n° 4017, 24 avril 2013.

Piriaux M. et al., 2010 - *La transition agroécologique comme une innovation socio-territoriale. Le cas du territoire de la Borborema dans le semi-aride brésilien*, ISDA 2010, Montpellier, 9 p.

Sahli Z., 2009 - Produits de terroir et développement local en Algérie : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts. In : Tekelioglu Y., Ilbert H. et Tozanli S., dir., *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement*

local durable des pays méditerranéens. Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens, n° 89, p. 305-338.

Résumé

Aujourd'hui on assiste, presque partout dans le monde, à un regain d'intérêt pour les produits locaux et les pratiques traditionnelles ce qui témoigne du mouvement d'opportunités qui affecte les économies contemporaines. Au Maroc, les terroirs et les produits de terroir sont aujourd'hui l'objet d'enjeux économiques majeurs et sont érigés en véritables outils du développement durable. C'est le cas du figuier de Barbarie marocain, appelé aussi *aknari*, qui entame un nouveau destin. Longtemps marginalisé, il est devenu très répandu dans les paysages du Sud marocain, surtout dans la région des Aït Baâmrane (Anti-Atlas occidental). Sa culture est en nette progression, au vu de son importance socio-économique et environnementale, remettant ainsi en cause un système agraire traditionnel basé sur l'arganier, l'élevage de la chèvre et la culture de l'orge. La culture du figuier de Barbarie se présente comme une ressource économique importante pour les populations de l'Anti-Atlas marocain et elle est considérée comme une filière efficace de lutte contre la dégradation des sols. Un nouveau champ de recherche scientifique s'ouvre donc : comment mobiliser le terroir au service du territoire.

Mots-clés : cactus, figuier de Barbarie, produit de terroir, développement local, Aït Baâmrane, Anti-Atlas, Maroc

Abstract

The prickly pear (the Opuntia ficus-indica): a local product for the local development? Aknari of Aït Baâmrane (Western Anti-Atlas, Morocco)
Local products and traditional practices in agriculture are back and more and more significant in contemporary economies. Countries and country products upraise major economic stakes and suggest opportunities for a local sustainable development. In Morocco those new trends focus on the prickly pear, also called "aknari". South Morocco experimented a large and recent spreading of this crop, especially in the region of Aït Baâmrane (Western Anti-Atlas). This culture challenges traditional agrarian systems based on the argan tree, goat breeding and culture of the barley. This culture increased and actually has a significant impact on socioeconomic and environmental dynamics. The culture of the prickly pear appears as a substantial economic resource for the populations of the Moroccan Anti-Atlas and is considered as efficient in land degradation control. A new scientific field of research thus opens: how to mobilize the country to work for the territory.

Keywords: Cactus, prickly pear, local products, local development, Aït Baâmrane, Anti-Atlas, Morocco