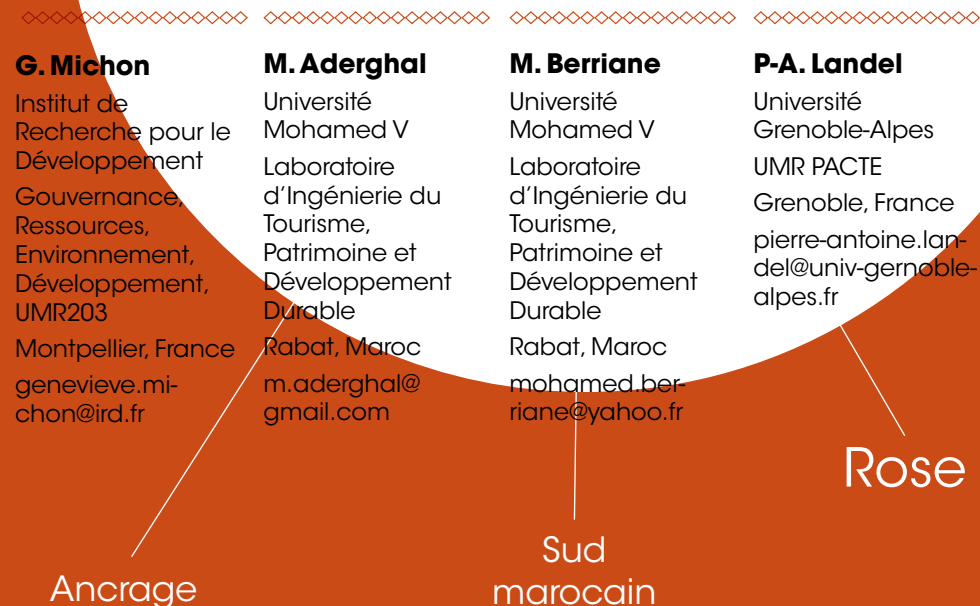


Chapitre 5

La rose du M'Goun Un bon exemple pour réfléchir les relations entre ancrage, patrimonialisation et banalisation¹



Ce chapitre est paru dans :
Adeghal M., Genin D., Hanafi A., Landel P-A, Michon G. (2019).
L'émergence des spécificités locales dans les arrière-pays méditerranéens. Les Impromptus du LPED, n°5, Laboratoire Population-Environnement-Développement, UMR 151 (AMU – IRD), Marseille, 399 p.

Les dynamiques observées autour de la valorisation des produits issus de la rose dans la région de Kelâat M'Gouna constituent un bel observatoire pour les questions posées autour de la spécification, de l'ancrage et de la patrimonialisation car la rose est devenue un emblème de la région en même temps qu'un pivot de l'économie locale. La plupart des activités de transformation (distillation, séchage) sont effectuées sur place par des petits producteurs privés, des coopératives et unités industrielles. Si l'ancrage local, dans le territoire, est évident pour les deux premières catégories d'acteurs, il est plus questionnable pour la dernière car les trois unités se manifestent plutôt comme des enclaves isolées ne tissant que peu de liens avec leur environnement. Si l'on peut déceler un processus de construction patrimoniale à partir de cet élément du système agraire dont il faut connaître l'histoire, celui-ci est récent, et loin d'être collectif, ce qui pose la question de sa validité. Par ailleurs cette « patrimonialisation » est mise à profit pour créer une destination touristique autour de ce qui est appelé désormais « le pays de la rose », destination qui a du mal à émerger. Enfin, le succès des produits à base de rose a entraîné le développement de toute une « économie du faux », avec la multiplication des points de vente qui proposent aux touristes de passage des produits « à la rose du M'Goun » fabriqués à base d'arômes chimiques. Le refus des autorités locales et de l'encadrement technique agricole à mettre en place des mesures qui permettraient de discerner le « vrai » du « faux » pose question.

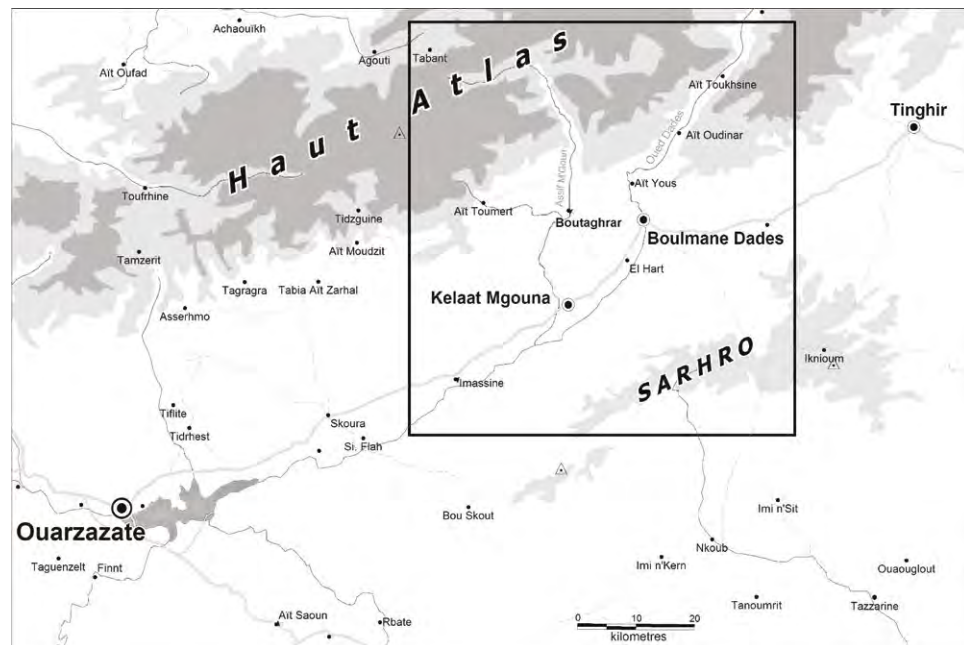
The dynamics observed around the enhancement of rose products in the Kelâat M'Gouna region constitute a fine observatory for the questions raised around specification, anchoring and patrimonialization because the rose has become an emblem of the region at the same time as a pivot of the local economy. Most of the processing activities (distillation, drying) are carried out on site by small private producers, cooperatives and industrial units. While local anchoring in the territory is obvious for the first two categories of actors, it is more questionnable for the last one because the three units manifest themselves more as isolated enclaves with few links to their environment. If we can detect a process of heritage construction based on this element of the agrarian system whose history must be known, it is recent, and far from being collective, which raises the question of its validity. Moreover, this « patrimonialization » is being used to create a tourist destination around what is now called « the land of the rose », a destination that is having difficulty to emerge. Finally, the success of rose-based products has led to the development of a whole « economy of the fake », with the multiplication of points of sale offering tourists passing through products « à la rose du M'Goun » made with chemical flavours. The refusal of local authorities and the agricultural technical supervision to put in place measures that would make it possible to discern the « true » from the « false » raises questions.

¹ Cet article est issu des recherches menées en février 2017 par un collectif d'étudiants (issu du Master « EDEV, Études du Développement » de l'Université Paul Valéry/Montpellier III) et de doctorants de l'Université Mohammed V de Rabat et de l'Université Cadi Ayyad de Marrakech, accompagnés par leurs encadrants des universités de Montpellier (Lucille Medina et Stéphane Ghiotti), de Rabat (Mohamed Berriane, Mohammed Aderghal et Lahoucine Amzil), de Grenoble (Pierre-Antoine Landel) et de l'IRD (Geneviève Michon et Thierry Ruf). Voir le rapport collectif issu de ces recherches : « Développement du tourisme rural et valorisation des produits de terroir : la Rose de M'Gouna-Dadès », Université Montpellier 3, 216 p.

Introduction : une fresque chronologique pour poser les questions

La « Vallée des roses », parfois appelée « Pays de la Rose », comprend les sections médianes et avales des bassins de l'Assif M'Goun et de l'Assif Dadés², avant leur confluence au sud de la ville de Kelâat M'Gouna. Elle constitue un bel exemple de système oasien de montagne, avec le fond des vallées occupé par des champs cultivés en polyculture, et des pentes arides dédiées au pastoralisme.

Fig. 1 : Carte de situation des Assifs M'Goun et Dadés



L'appellation de « Vallée des roses » tient à une des spécificités agricoles de ces deux portions de vallée : la culture de la rose de Damas (*Rosa damascena*), qui, même si elle reste discrète, est un véritable marqueur du paysage. La « rose du M'Goun » est séchée et distillée sur place. Cette industrie locale se partage entre trois grandes usines, plusieurs coopératives, et quelques distillateurs privés. La distillation produit surtout de l'eau de rose, exportée vers Marrakech et les grandes villes

du nord du pays, ou vendue localement dans les nombreux magasins situés en bordure de la route principale. Cette eau de rose et les produits dérivés (savons, cosmétiques, roses séchées), constituent eux aussi un marqueur de l'économie de cette région. La rose a d'ailleurs été labellisée à travers une appellation d'origine protégée (AOP) « Rose de Kelâat M'Gouna Dadés » en 2011. La présence de la rose sur le territoire est ancienne, mais dans une économie rurale

peu ouverte sur le marché, sa fonction dans le système agraire se limitait à des usages qui n'en faisaient pas une culture de rente, avant l'époque coloniale. En 1936, une première usine de distillation s'installe à Kelâat M'Gouna. Les familles d'agriculteurs commencent alors à prendre conscience de l'intérêt commercial de la rose. Il semble donc qu'on soit ici en présence d'un processus de révélation d'une ressource locale restée longtemps peu valorisée. S'agit-il pour autant d'un processus de spécification ?

L'usine de Kelâat M'Gouna, issue d'une entreprise coloniale, se ravitaillait exclusivement auprès des producteurs locaux, et introduit le produit rose dans le circuit des parfumeurs, notamment de Grasse. Ses collecteurs et ses ouvriers sont issus des villages de la vallée. Pour célébrer la fin de la saison de la récolte, elle organise une fête qui réunit tous les acteurs de la filière : agriculteurs, intermédiaires et ouvriers de l'usine. Cette fête sera officialisée par l'État marocain en 1961. Une première coopérative de collecte et de transformation est créée en 1978, regroupant plus de 900 producteurs. Il semblerait que l'on a là tous les ingrédients d'un véritable processus d'ancrage territorial (Aderghal et al. 2017). Mais ce processus va déboucher, dans les années 1980, sur un effondrement de la filière suite à l'effondrement des prix de l'essence de rose sur le marché international. En 2008, l'État marocain lance une nouvelle politique pour le développement agricole, le Plan Maroc Vert (PMV). À travers son pilier II, ce plan cherche à promouvoir et à valoriser les « produits des terroirs marocains ». La rose du M'Goun est un bon candidat. Elle fait d'ailleurs partie des premiers produits de terroir à obtenir une AOP (2011). Cette reprise de la rose comme « produit de terroir » constitue-t-elle une deuxième phase dans le

processus de spécification ?

En 1998, une deuxième usine s'installe à Kelâat M'Gouna, une troisième suivra une dizaine d'années plus tard. Avec le PMV, de nouvelles coopératives — essentiellement féminines — voient le jour et des distillateurs privés s'installent à leur compte. La filière se consolide et se structure peu à peu. Le volume des roses traitées augmente chaque année, et la « rose du M'Goun » est largement renommée au niveau du pays tout entier. Le Festival de la rose attire de plus en plus de visiteurs et de touristes. Peut-on parler ici d'un approfondissement de l'ancrage ?

Le succès commercial de la rose va entraîner l'irruption massive de produits cosmétiques (crèmes, savons, shampooings...) à base d'arômes synthétiques. Une entreprise s'est même installée sur place pour conditionner ces produits bas de gamme, qui seront vendus moins chers que les produits authentiques, mais avec un vrai travail sur l'apparence du produit et sur le packaging pour attirer les acheteurs. S'agit-il ici d'un processus de banalisation ou de falsification ? Quelles en sont les conséquences ?

Si la rose ne semble pas avoir occupé jusqu'à présent une place centrale dans la culture locale, nous assistons aujourd'hui à une réinvention de son lien au lieu, légitimant sa spécificité territoriale et approfondissant son ancrage culturel et identitaire. Peut-on considérer cela comme l'amorce d'un processus de patrimonialisation ?

En approfondissant l'analyse des dynamiques observées autour de la valorisation des produits issus de la rose dans la région de Kelâat M'Gouna, cet article a pour objectif de donner du corps aux questions posées autour de la spécification, de l'ancrage et de la patrimonialisation, et de mieux comprendre les relations entre ces processus.

² Assif : oued (rivière, fleuve) en langue amazigh, appellation utilisée pour désigner les deux vallées du M'Goun et du Dadés.

I. Un territoire aujourd'hui marqué par la rose

La rose est aujourd'hui utilisée comme le marqueur territorial principal de la vallée du M'Goun et du Dadès.

Elle est omniprésente dans l'offre touristique (Collectif, 2017) : les excursionnistes de Marrakech, les voyages vendus (ou racontés) sur les sites internet (tour operators, blogs, forums de discussions, page web d'hébergeurs particuliers), tous vantent les couleurs ocre et rose de la vallée, l'éclat des roseraies au printemps, les senteurs des roses.

- « La vallée des Roses tient son nom parce qu'on cultive bien des roses mais qui ne fleurissent que deux fois par an, de fin avril à juin. Elle pourrait également s'appeler « vallée rose » à cause de la couleur de sa terre. Paysages magnifiques » (Le Guide du Routard)
- « Tout est rose dans ces canyons de l'Atlas creusés par les oueds M'Goun et Dadès. Ocre-rose comme les montagnes arides où surgissent de majestueuses kasbahs, et rose comme les roses que l'on cueille au printemps. Sur cette toile de fond, les jardins luxuriants entourés de haies de roses sont plus que somptueux ! »³;
- « The town is famous for its sea of pink Persian rose landscapes »⁴;
- « Entrez dans une vallée au parfum envoûtant »⁵;
- « Des sentiers longeant des petits ruisseaux bordés d'arbres fruitiers et de magnifiques roseraies »⁶

La rose marque aussi le visiteur dès son entrée sur le territoire : tout est agencé pour montrer que l'on est dans « la Vallée des roses » : exposition d'alambics en cuivre, pancartes

proposant la visite de vraies-fausses distilleries, et une myriade de boutiques de bord de route qui vendent les produits dérivés de la rose, avec leurs façades peintes en rose, leurs présentoirs colorés en rose, et leurs produits emballés dans des cartons roses. Les hôtels et les restaurants jouent également la carte de la rose (« la Kasbah des roses », le « Restaurant rose », ou encore la « Pharmacie rose »). Les taxis qui circulent à Kelâat M'Gouna sont eux-aussi entièrement repeints au rose, sur ordre de l'autorité provinciale. Aux différents ronds-points sur l'avenue, la municipalité a installé de grandes sculptures en métal représentant des roses. Et l'association Migration et Développement, dans un essai de territorialisation de ses actions tournées vers le tourisme rural, a identifié un « Pays de la rose » en écho au « Pays de l'arganier » et au « Pays du safran ». Cette omniprésence de la rose dans l'affichage territorial, circonscrite au centre urbain de Kelâat M'Gouna, contraste avec la discrétion de la culture de la rose dans les terroirs de la vallée. Les rosiers sont le plus souvent cultivés en haies en bordure des champs de céréales ou des vergers de fruitiers (même si, du fait du regain d'intérêt économique pour les produits de la distillation, certains agriculteurs commencent à cultiver les roses en plein champ). La période où l'on peut réellement voir la rose se situe entre fin avril et début mai, pendant la saison des floraisons et de récoltes. L'activité est alors intense : récolte des boutons le matin par les femmes, vente auprès des grossistes installés dans les jardins ou sur le bord des routes, séchage et distillation dans les points de transformation. La fin de la saison est célébrée par le Festival

de la rose, renommé au Maroc et au-delà des frontières. C'est à la fois un lieu de promotion et de vente des produits dérivés de la rose, et un événement festif avec chants, danses, fantasias, défilés de chars, élection de « Miss

Rose ». Ce Festival attire de très nombreux touristes marocains, et donne l'occasion aux touristes en route vers les oasis du Draa ou du Tafilalet, de s'arrêter un peu plus longtemps sur les lieux.

3 <http://www.ecovoyageurs.com/circuit-maroc/maroc-randonnee-muletiere-dans-la-vallee-des-roses.html>

4 http://www.travel-exploration.com/subpage.cfm/Rose_Festival

5 <http://visit-morocco.com>

6 <https://www.holidayway.com/ville/kelaat-M'Gouna/maroc/>

II. Une ressource locale à fonction marginale dans le système agraire

Si la culture des rosiers dans la vallée est une pratique ancienne, le rosier est traditionnellement planté pour sa double fonction de plante épineuse, à usage de clôture, et pour ses roses dont la transformation à des fins cosmétiques n'était pas localement développée. C'est sa fonction de clôture, à la fois limite entre les champs cultivés et barrière contre les divagations des chèvres et des moutons, qui imposa dans le paysage agraire la morphologie linéaire de cet arbrisseau qui impressionne l'observateur. C'est ce qui rend aussi seule visible une fonction apparente, et occulterait beaucoup d'autres plus complexes. Si l'on croit le mythe attaché à cette culture, importation de l'orient par des pèlerins, on ne devrait pas écarter des usages plus raffinés de ce qui est retenu par un discours d'acteurs, parfois peu au courant des pratiques et usages locaux autour de ce produit (Collectif, 2017). Le raffinement serait-il l'apanage des seules cités bourgeoises, dites « impériales », où les usages de la rose seraient anciens et nombreux (usages esthétiques, rituels, religieux), et dont les marchés étaient alimentés de rose brute cultivée par des paysans qui n'en faisaient pas usage. La société locale était-elle tellement repliée sur elle-même, pour se refuser quelques influences venues de ces mêmes villes ? L'on sait que les oasis du Sud marocain, par le commerce des dattes, du henné, de la laine, et pourquoi pas de la rose, ont été, à travers les âges, très articulées sur les places marchandes des villes impériales, Marrakech, Fès, Meknes, Tetouan, voire méditerranéennes et européennes. Dans ces mêmes oasis et vallées de montagne du sud de l'Atlas existaient des familles fortunées et de puissants caïd, liés au pouvoir, qui n'économisaient pas sur les moyens pour reproduire en pleine campagne les demeures

de la bourgeoisie des villes. Ce que nos travaux de terrain, basés sur des enquêtes et des entretiens, nous ont révélé jusqu'à présent, nous permet d'avancer, que si la rose du M'Goun est historiquement enracinée dans le système agraire, sa valorisation au delà de la fonction de clôture n'a pas attendu l'arrivée des colons. Bien avant l'installation de la première usine en 1936, certaines familles pouvaient récolter, sécher et vendre les fleurs à des commerçants ambulants qui les acheminaient ensuite dans les grandes villes. La distillation n'était pas, non plus inconnue, en témoigne l'existence ponctuelle d'alambics ambulants. Le Attar, épicier ambulant qui faisait du porte à porte dans les campagnes marocaines proposant aux femmes produits de beauté et autres ingrédients, diffusait entre autres des produits dérivés de la rose, fortement recherchés. Mais à cette période, la valeur économique de la rose restait tout à fait marginale pour les ménages : historiquement, si le rosier avait une fonction, c'était plus une fonction agraire qu'économique ou sociale, les épines complétaient la fleur pour en faire une ressource composée.

III. Révélation, spécification et ancrage

En 1936, un colon français, courtier d'une société de plantes à parfum, en relation avec les parfumeries de Grasse, parcourt les régions du Maroc à la recherche de leur potentiel en plantes aromatiques et médicinales. Il découvre la vallée du Dadès et ses cultures de roses, qui sera, parmi d'autres sites du Moyen Atlas et du Haut Atlas oriental, choisie pour implanter une usine de distillation, dont la production est alimentée par les paysans à partir des roses récoltées dans leurs champs. L'usine engage des collecteurs, les équipe de balances, et les envoie dans les douars. Toute la ressource ainsi récoltée est vendue à la société qui fixe chaque année les prix de vente, que les paysans, sans alternative devant le monopole, sont contraints d'accepter, pour disposer d'un revenu complémentaire et une forme d'épargne pour surmonter les périodes difficiles. Les boutiquiers du souk de Kelâat M'Gouna se souviennent que même les agriculteurs des tribus de la montagne venaient pour vendre les pétales de roses séchées. La dynamique de transformation de la rose est lancée. Les compléments financiers conséquents dégagés par la vente des fleurs et l'activité déployée pendant la saison de collecte donnent à la rose une nouvelle fonction économique, qui ne tarde pas à devenir territoriale : la « rose du M'Goun » est née, elle devient spécificité locale. L'implantation de l'usine des Arômes du Maroc sur le site de production des fleurs est essentielle pour l'ancrage de l'activité dans le territoire. Elle permet tout d'abord la création d'emplois pour les jeunes, ouvriers ou collecteurs, mais aussi pour les femmes, qui sont les principales actrices de la cueillette des roses. À travers ces activités, chacun apprend la place de la rose dans le territoire. L'ancrage territorial est renforcé

par la fête, organisée chaque année par l'usine pour célébrer la fin de la saison de la récolte de la rose. Cette fête réunit ouvriers, collecteurs et familles d'agriculteurs autour d'un repas, elle est vécue comme une forme de récompense des engagements de chacun dans les journées consacrées à la cueillette, à la vente et à la transformation des roses. Elle se déroule sous des tentes ornées, installées dans plusieurs endroits du territoire, permettant ainsi à chaque douar d'y participer, une fête est aussi organisée sur le site même de l'usine. On y boit du thé, on y assiste à des spectacles d'Ahwach⁷, on y chante et on y danse sur des rythmes et des paroles berbères, qui célèbrent la nature et les roses (Kabbal 2013). Ainsi ces festivités sont, dès l'origine, à la fois ancrées dans l'ensemble du territoire et ancrées dans la tradition. On peut voir dans la célébration de cette fête, d'une part, la recherche par la société de créer un moment et un espace de convivialité pour socialiser des producteurs qui alimentent son usine, et de l'autre, la conformité avec la tradition paysanne qui veut qu'à la fin de la récolte un rituel agraire soit célébré.

Jusqu'à la fin des années 1970, la Société, à la recherche d'une proximité vis-à-vis des terroirs de production, est derrière ce processus d'ancrage territorial, qui s'appuie sur des communautés paysannes enracinées, et qui s'assure de l'accompagnement de l'administration. Ni la fin du Protectorat, ni la venue d'une coopérative en 1978, qui réunit plus de 900 producteurs de roses, puis l'installation d'une deuxième usine en 1998, ne remettent en question cet ancrage de la transformation de la rose dans le territoire M'Goun-Dadés, au contraire. En 1961, juste après l'indépendance du Maroc, la fête annuelle des roses est officialisée par

⁷ Une danse berbère collective pratiquée durant les célébrations

IV. Désancrage ?

l'État : elle est tantôt appelé moussem des roses, – le mot porte le sens de la célébration d'une fête (fête régionale ou locale annuelle qui associe une célébration religieuse à des activités festives et commerciales, et, ce faisant, acquiert une profondeur rituelle et religieuse qui renvoie à la fois à l'enracinement paysan, et à l'ancrage territorial –, tantôt appelé festival – fête plus officielle, marqué par une absence des paysans producteurs, et par la présence de nouveaux acteurs, élus, société civile, représentants des ministères

du tourisme et de la culture et des autorités locales et régionales. Dans le festival de la rose, devenu pour quelques jours une vitrine de tout un territoire, sont introduites de nouvelles activités (l'élection de Miss rose, le Carnaval des roses, spectacles de fantasia), et, surtout, on y convie des invités extérieurs, qui pourront témoigner de la relation entre la rose et son territoire. Au-delà de l'ancrage, on voit poindre une première forme de marketing territorial.



Photo 2 : séchage des pétales de rose, coopérative féminine (© Photo : G. Michon)

Les années 1980 voient une récession de la filière de distillation. Le monopole de l'usine Arômes du Maroc est remis en question par les agriculteurs, car les prix qu'ils reçoivent pour leur production sont jugés trop bas. Par ailleurs, la création, en 1978, de la première coopérative affaiblit considérablement le monopole de l'exploitation de la rose par l'usine. De moins en moins de producteurs se mobilisent pour vendre leur récolte à l'usine. En 1987, l'usine décide de baisser encore une fois le prix d'achat du kilogramme de la rose. Les agriculteurs, en signe de protestation, arrachent les rosiers de leurs parcelles. L'usine ferme pour deux années consécutives. L'avenir de la « rose du M'Goun » semble fortement compromis. Certains auteurs mettent en avant l'hypothèse que l'arrachage des rosiers avait aussi une dimension politique : cette action aurait été une forme de protestation contre l'ingérence de l'État dans la fixation des prix et dans le fonctionnement de l'usine (Biermayr-Jenzano et al., 2014).

Pendant cette période, le territoire de la rose bénéficie d'une importante croissance de la filière touristique. La « Vallée des roses » est une destination « qui marche ». Si la filière de la transformation de la rose est en perte de vitesse, la rose prend de l'importance en tant que marqueur territorial vis-à-vis de l'extérieur, et permet à la vallée d'être compétitive sur le marché des excursions touristiques. Au niveau de la région, le désancrage de l'activité industrielle est compensé par ce nouvel ancrage d'une activité touristique. Même si cela ne profite pas aux mêmes acteurs...

Ce désancrage, on le relève aussi à travers la fête des roses, dont l'organisation échappe totalement aux acteurs locaux. Pour professionnaliser l'organisation du festival, la municipalité fait appel à des

sociétés spécialisées dans l'évènementiel. Le festival attire de plus en plus de monde, mais l'aspect culturel de la manifestation s'efface progressivement devant son attrait commercial et son côté folklorique. On n'est pas loin d'une banalisation du festival, qui ne garde pour évoquer la rose que l'élection de « Miss Rose » et le défilé des chars fleuris. La Société change de stratégie à la fin des années 90, et à la même période, une seconde usine de transformation, succursale d'une entreprise française (Biolandes) s'installe sur le territoire, ce qui permet de réintroduire de la concurrence et de ré-intéresser les producteurs à la collecte des roses. La « rose du M'Goun » réapparaît peu à peu sur le devant de la scène.



Photo 3 : pétales séchés, produits des coopératives féminines (© Photo : G. Michon)

V. Après 2010 : Un produit de terroir en émergence, reprise et approfondissement de l'ancrage

La nouvelle politique agricole marocaine lancée en 2008 (le PMV) comporte un pilier spécifiquement dédié au développement des arrière-pays, à travers, entre autres, la qualification et la valorisation des produits de terroir. La rose du M'Goun, qui malgré la récession des années 1980-1990, est renommée à l'échelle du pays, fait partie dès 2009 des produits prioritaires que le Ministère de l'Agriculture se propose de soutenir (Kara 2011). Tout l'arsenal de la « mise en terroir » est alors activé : création et équipement de coopératives féminines pour la distillation et la commercialisation de l'eau de rose, élaboration d'un cahier des charges pour l'obtention d'une AOP, formations des agriculteurs sur les « bonnes pratiques » et des coopérantes sur la transformation et la commercialisation, création en 2012 de la Fédération Interprofessionnelle Marocaine de la Filière de la Rose (FIMAROSE) destinée à coordonner l'activité des différents acteurs de la filière, à défendre leurs intérêts et à assurer une redistribution équitable des bénéfices engendrés par la rose sur le territoire.

Les premières coopératives jouent un rôle de catalyseur. Peu à peu, les producteurs suivent, les coopératives se multiplient et des transformateurs privés s'installent à leur tour. Cette effervescence autour de la rose permet le renforcement de l'économie locale et de la cohésion territoriale. Il s'agit bien là d'un processus d'approfondissement de l'ancrage stimulé et accompagné par l'État. La filière est désormais chapeauté directement par l'Office National du Conseil Agricole (ONCA) implanté à Kelâat M'Gouna.

Le Festival de la rose est aussi devenu une vitrine de la filière. À côté des festivités classiques, un chapiteau est aujourd'hui réservé à l'exposition des produits des coopératives, pas nécessairement spécialisées dans les produits

de la rose, et issus des différentes régions du pays, et on voit y affluer des acheteurs venant du monde entier. Avec sa renommée internationale, le Festival contribue donc à conférer au territoire une image supposée, fondée sur une spécificité locale, mais où la rose est un produit parmi d'autres, côtoyant le safran, l'huile d'argan, les dattes, les amandes et les figes sèches, et où l'appropriation des activités échappe aux producteurs locaux.

En première analyse, la rose est devenue un pivot de l'économie locale. La production des fleurs reste exclusivement locale, la plupart des activités de transformation (séchage, distillation) sont effectuées sur place par des petits producteurs privés, des coopératives et par les 3 usines. Une partie de la production est écoulée sur place dans des boutiques souvent liées aux coopératives. L'IGP permet le renforcement de la spécification. La mise en avant des coopératives féminines indique une volonté d'affichage à la fois social et territorial et les organisations féminines participent, malgré leurs faibles moyens, à émanciper les femmes. Les relations avec des acteurs internationaux renforcent les exigences de qualité et la certification favorise des pratiques agraires soucieuses de l'environnement. Au cours de la dernière décennie, en même temps qu'elle a acquis une valeur commerciale importante, la rose a pris de l'ampleur dans le paysage. Sa place au sein du système agraire est en train d'évoluer, avec un passage de la culture traditionnelle en haies à la mise en place de véritables champs de roses : si ce développement se poursuit, la réalité va bientôt ressembler aux images que véhiculent les sites touristiques, une vallée remplie de roseraies aux couleurs chatoyantes. La rose pourrait en effet être en train de devenir le nouvel élément d'organisation du système agro-économique

de la vallée. Mais on se demande à quel prix en termes de surexploitation de ressources rares, notamment hydriques, si toutes les nouvelles exploitations de rosiers en plein champ se mettent à l'irrigation par mobilisation des ressources d'eau souterraines. Ajoutant à cela que ce qui faisait la force et la spécificité du système de culture oasisien c'est qu'il privilégiait une polyculture bien adaptée au milieu naturel et sociologique. Avec cette évolution on peut craindre qu'on s'achemine vers une monoculture à risques.

L'approfondissement de l'ancrage de la rose dans le territoire se traduit aussi dans le projet de « Maison de la Rose » à Kelâat M'Gouna, qui a reçu un financement conséquent de la province de Tinghir, de l'ANDZOA⁸, du Centre régional d'investissement agricole et de la FIMAROSE.

Pour l'heure, la filière de la rose dynamise l'économie locale en créant de nouvelles richesses, elle crée de l'emploi, saisonnier ou permanent, elle est le support d'un développement des organisations féminines, et la demande issue des marchés internationaux ainsi que leurs exigences de qualité et de certification, favorisent des pratiques agraires soucieuses de l'environnement. Même si le défi de faire de la rose un levier du développement territorial reste posé, la rose est devenue une véritable ressource territoriale. La région est le seul centre de production de la rose et de ses dérivés à l'échelle marocaine, et le troisième à l'échelle internationale après la Bulgarie et la Turquie. Certains parfumeurs (dont Guerlain) viennent à Kelaât M'Gouna pour choisir les meilleures essences, d'autres venant de la lointaine Asie (Singapour et Japon), proposent des contrats d'achats sur la durée.

Il faut néanmoins apporter certains bémols à ce constat de succès.

Les sociétés présentes sur place contrôlent encore la très grande majorité de l'achat, de la transformation et de la commercialisation des produits. Leur souci aujourd'hui ne concerne plus l'ancrage de leur activité dans le territoire de la rose, mais la recherche de la meilleure rentabilité sur un marché international concurrentiel. Ils imposent aux agriculteurs des prix bas. Pour contrer le monopole des usines sur les prix, les agriculteurs diversifient les acheteurs et se tournent aussi vers les coopératives, mais ces dernières sont limitées par leur faible capacité de transformation et leur faible habileté à écouler leurs produits, ce qui les contraint à limiter leurs approvisionnements en rose auprès des agriculteurs. Certains agriculteurs préfèrent sécher eux-mêmes leur production et l'écouler sur les souks. D'autres ont développé des réseaux de commercialisation de la rose en dehors de la vallée, avec des acheteurs venant de partout dans le Maroc. Ces acheteurs sont souvent des intermédiaires entre les paysans et les importateurs étrangers.

Si l'amont de la filière est bien organisé grâce à l'appui gouvernemental au travers du PMV, l'aval reste en souffrance. Dans leur grande majorité, les coopératives peinent à écouler l'intégralité de leurs produits, car la vente sur place n'est pas suffisante. Ce sont surtout les usines et les coopératives organisées en entreprises qui tirent leur épingle du jeu au détriment des petits producteurs organisés en coopérative. L'AOP reste peu connue par les acteurs de la filière, et importe moins pour les acheteurs que les certifications en agriculture biologique. Par ailleurs, elle ne joue aucun rôle dans la différenciation des produits vendus dans les boutiques ou sur les stands du Festival.

VI. Succès et banalisation

Le succès du développement de la rose s'est accompagné de l'émergence d'une filière de produits cosmétiques fabriqués à base d'arômes et de colorants synthétiques par des entreprises situées loin du territoire de la rose. Les produits naturels et locaux issus de la distillation des roses dans les coopératives subissent une concurrence déloyale de la part de ces produits qui remportent aujourd'hui une part importante du marché notamment grâce à leurs prix très abordables. La plupart des boutiques établies en bord de route, qui se sont multipliées ces dernières années sur une dizaine de kilomètres avant et après le centre de la ville, proposent des produits synthétiques, qui correspondent souvent plus à l'attente des touristes en matière de « souvenirs » car leur emballage est souvent attractif (images de la vallée sur un emballage rose), leur prix vraiment concurrentiel, et les dénominations trompeuses : « L'eau de rose de Kelâat M'Gouna » ou encore « La Vallée des Roses ». Les étiquettes ne mentionnent pas la rose dans les ingrédients mais mettent en avant une fabrication locale⁹, qui peut laisser à penser que le produit est naturel. Par ailleurs, aucun signe de qualité ne permet de les distinguer des produits naturels, l'AOP ne s'appliquant qu'à la rose elle-même, pas aux produits transformés ou dérivés. Pour un acheteur non averti, il n'y a dans les boutiques aucun moyen de différencier le « vrai » du « faux ». Certains produits synthétiques arborent parfois des étiquettes avec de faux logos AB. Cette prolifération des produits synthétiques touche même le Festival où une grande partie des produits offerts sur les étals lors de cette manifestation sont des produits synthétiques.

En dehors des coopératives, qui cherchent plutôt à développer leurs propres boutiques

de façon à différencier leurs produits sur un marché qui reste très opaque, il semble que les acteurs de la filière se satisfassent de cet amalgame entre produits naturels et produits de la chimie. La puissance publique (pour des raisons affichées de maintien de l'emploi local) est encore réticente à soutenir les démarches pour une différenciation des qualités. Elle montre même une certaine duplicité, bien visible au moment du Festival : si la présence des produits issus de la chimie sur les étals est tolérée, il faut noter que le premier jour du Festival, lorsque les instances politiques, les célébrités, les acheteurs internationaux et les médias viennent visiter les lieux, les stands de produits synthétiques sont exclus. Il y a donc une conscience de l'intérêt de montrer des produits naturels mais il n'y a pas de vraie prise de décision en faveur des produits naturels, pour les protéger par rapport aux synthétiques. Certaines coopératives se sont fixées pour objectif de dénoncer et de combattre la part importante de ces produits à base d'arômes synthétiques sur le marché. Elles ont commencé à boycotter le Festival de la rose en posant leurs conditions aux organisateurs : tant que les produits de synthèse seront exposés dans les stands sans qu'on puisse les distinguer des produits naturels, elles ne participeront plus au Festival. D'autres coopératives continuent d'y participer, tout en regrettant la présence des produits synthétiques, mais ont préféré se différencier en utilisant des labels de qualité (AB, Fairtrade, Agriculture Maroc, ONSSA, etc.) qui leur permettent de vendre à l'exportation.

VII. Vers une patrimonialisation : la rose comme marqueur identitaire et territorial ?

Si la rose est devenue un vrai marqueur territorial, elle peine à trouver sa place comme ressource patrimoniale. Les témoignages récoltés localement ne font pas allusion à des usages traditionnels, les écrits de certains explorateurs de la période coloniale sont aussi muets sur l'aspect culturel de la rose, mais ce n'est pas pour cela qu'on doit réfuter l'existence de tout usage du rosier au-delà de son épine. Son rôle dans le patrimoine agraire local est un fait si on considère la fonction paysagère, et les autres fonctions que la rose est supposée avoir à la fois au niveau domestique et à celui du terroir.

La mise en patrimoine actuelle, œuvre des coopératives et des boutiquiers, pêche par un déficit cognitif de l'épaisseur historique de la rose. Leur discours orienté vers le touriste puise dans un référentiel non paysan, souvent construit à partir d'emprunts au discours officiel sur le développement des territoires ruraux de la marge par les produits du terroir et le tourisme.

Dans les récits sur le patrimoine, colporté par ces acteurs auprès des touristes, le référentiel utilisé est composite, mêle le sacré au profane, mais marque une coupure avec la réalité des paysanneries locales :

La première de ces références est la référence de plus en plus fréquente à des mythes d'origine, que l'on retrouve depuis les écrits touristiques sur la rose jusqu'aux récits mis en avant par les coopératives. Une première légende, d'inspiration religieuse, raconte que la rose a été créée par Dieu dans le paradis, et en tombant sur terre, a choisi de s'implanter à Kelaât M'Gouna. Une autre met en jeu le prophète Mohammed qui serait venu à cheval dans la région avec la rose dans ses mains, et il l'aurait implantée sur place, comme symbole de paix et de religion (Kabbal, 2013). Le lien patrimonial ainsi créé dans ces deux récits est

renforcé par la connotation sacrée. Dans une inspiration plus historique, donc plus crédible, d'autres récits mentionnent que, de retour de la Mecque, les pèlerins ramenaient, parmi les cadeaux qu'ils destinaient à leurs proches, des roses séchées qu'ils auraient achetées sur les marchés syriens. La rose devient alors, en particulier à Marrakech et dans les villes impériales, un ingrédient important des cérémonies. Les pèlerins de Kelaât M'Gouna auraient ramené avec eux, non plus des roses séchées, mais des boutures de rose de Damas. L'implantation a réussi. Nous sommes au X^e siècle, la fleur n'est pas encore au centre de l'économie locale, mais on lui prête déjà d'étonnantes propriétés, comme celle d'éloigner les maléfices et les mauvais esprits. Une dernière légende raconte que sous les rosiers de Kelâat M'Gouna, une coupelle d'eau aurait un jour été oubliée. Des pétales seraient tombés dans la coupelle et leur macération aurait donné la première eau de rose.

La seconde référence patrimoniale concerne l'invention de chants dédiés à la rose, chantés par les femmes lors des récoltes. Les chants accompagnant les récoltes (de luzerne, de céréales) sont courants dans la culture locale, pour « oublier l'ennui et la fatigue pendant la récolte ». Mais « il n'y avait pas de chants pour la rose » raconte une vieille femme (Collectif, 2017). Les ouvrières de l'un des principaux producteurs de la vallée, M. Soffi, ont inventé un chant pour la cueillette : « La rose, chacun vient d'un endroit, on est réunies ici, on remercie la rose de M. Soffi [...] On demande l'abondance de l'eau, pour que vive longtemps la rose de Soffi ». Elle évoque ensuite une fête de fin de saison pour célébrer la récolte.

Les acteurs locaux liés au tourisme réinventent eux-aussi le lien de la rose au lieu et à

⁹ Le côté « local » ne concerne, au mieux, que l'emballage, effectué sur place à partir des produits importés en gros par la société Florose.

Conclusion

l'histoire locale à travers de nouveaux usages à coloration traditionnelle qui mêlent rituels, esthétique et gastronomie : on parfume ses visiteurs à l'eau de rose, on leur offre des gâteaux à la rose, des soins de hammam à l'eau de rose, la cérémonie du « thé à la rose » remplace celle du thé à la menthe.

La rose s'ancre ainsi peu à peu dans la culture locale et devient patrimoine.

Le Festival de la rose, même si ses activités-phare (fantasia, activités sportives, la scène artistique) ne relèvent pas de la tradition locale, participe aussi, à sa façon, au ré-ancrage culturel de la rose, en particulier à travers la foire qui donne une place de choix à la rose et à ses produits dérivés. Et même si le Festival n'est pas emblématique de la culture de la vallée, son appropriation par les populations en fait progressivement un élément du patrimoine local.

La puissance publique, de son côté, participe aussi à faire de la rose une nouvelle ressource patrimoniale. La Maison de la Rose, lieu d'exposition des « traditions » et de leurs produits est emblématique de cette implication.

Tous ces éléments donnent à penser qu'on assiste aujourd'hui à la réinterprétation, voire à l'invention, du lien de la rose au lieu et à la « tradition » locale, légitimant la spécificité de la rose et la place de cette dernière dans un « patrimoine » (Collectif, 2017). Ce « patrimoine de la rose », même s'il n'est pas issu en droite ligne des savoirs et des coutumes locales mais guidé avant tout par une raison économique, se construit au fil d'initiatives locales autant que d'interventions extérieures.

Cette trajectoire particulière mérite qu'on s'y attarde si l'on veut comprendre la capacité effective de la rose à participer au développement durable (entre autre, via le tourisme) de la région. En effet, comme dans

toute réinvention réalisée simultanément par divers types d'acteurs aux objectifs variés, et non médiée par une action collective négociée, chacun y insuffle sa propre vision des choses, et surtout ses propres intérêts. Si une des constantes de cette invention patrimoniale est sa relation au tourisme, il est patent que cela peut induire des effets pervers qui ont trait à la banalisation, voire à la falsification des produits « patrimoniaux » offerts aux touristes.

Sachant aussi que ce processus de patrimonialisation ne concerne qu'une partie du bassin de production de la rose, celle contrôlée par les coopératives et autres producteurs locaux libérés de la contrainte de livraison de la production aux sociétés. Celles-ci, motivées par d'autres logiques d'organisation de la filière à leur niveau, sabotent ou encouragent ce processus, selon les conditions du moment, et évoluent dans le sens de l'appropriation des terres où elles exercent la production et la transformation de la rose. On s'oriente alors vers une situation duale au sein du territoire de la rose, avec d'un côté les producteurs locaux, pour éviter d'utiliser le terme « indigène », plus ou moins impliqués dans ce processus de patrimonialisation, et de l'autre les sociétés retirées dans leurs enclaves où le travail est assuré par une population féminine issues des douars limitrophes et de plus en plus installées dans le centre urbain de Kelâat M'Gouna.

La rose et ses produits dérivés constituent aujourd'hui une ressource économique spécifique au territoire et valorisée localement, mais dont une partie est extravertie au profit de sociétés étrangères. Sur un fragment du territoire considéré, les processus de spécification et d'ancrage territorial semblent donc avoir réussi : la rose est devenue, à travers le travail collectif d'acteurs nombreux et variés, un marqueur territorial. Mais on se doit de poser la question autour des types de rapports d'interaction qui existent entre le fragment d'espace contrôlé par la société locale, et celui de plus en plus étendu au-delà des limites traditionnelles du terroir de la rose contrôlé par les entreprises privées.

Par contre, la rose constitue un marqueur identitaire faible et encore peu approprié localement. Sa mise en avant comme élément patrimonial repose essentiellement sur des opérateurs touristiques souvent non autochtones. La patrimonialisation de la rose reste donc encore à questionner.

« L'industrie du faux », en pleine expansion, risque de miner ces entreprises de construction d'une identité territoriale. Les politiques publiques jouent ici un rôle ambigu : en voulant conforter à la fois les acteurs du tourisme et de l'agriculture, en offrant des opportunités foncières aux sociétés privées dans le cadre du partenariat public privé (PPP), elles n'arrivent pas à trancher dans le débat en cours, entre produits naturels et produits de la chimie, entre produit de terroir et société locale ancrée, et produit agroindustriel et entreprises sans ancrage local. Il n'y a donc, à l'heure actuelle aucun garde-fou contre la banalisation, si ce n'est le travail, souvent remarquable, de quelques associations et coopératives, souvent féminines.

Quant au projet de faire des vallées une destination touristique basée sur la rose, et bien que le paysage urbain soit coloré en rose pour atteindre cet objectif, la rose elle-même

joue encore un rôle mineur dans l'activité touristique. Elle procure certes une image originale et accrocheuse, pouvant constituer un point d'ancrage pour le tourisme. Mais pour cela il faudrait inventer de vraies activités autour de la rose et de ses produits : « cueillettes solidaires », nouvel art de vivre autour de spas et de massages à la rose, cuisine à la rose, etc (voir Zamani-Farahani, 2018, pour l'Iran). Loin d'être le seul atout touristique, la rose pourrait alors devenir le support d'un « panier de biens et services » touristiques qui proposerait des activités liées à la nature et au patrimoine, ou au repos et à la retraite reconstituante. Mais la rose ne peut à elle seule changer le contexte et les pratiques touristiques actuelles, à savoir un tourisme de plus en plus rapide et consommateur de trophées exotiques comme les gorges, les canyons, les dunes de sable. En dernière analyse, une destination ne peut être « créée » par les seuls hébergeurs, les tours opérateurs ou la puissance publique si elle n'est pas au préalable « réinventée », ou du moins plébiscitée par les touristes eux-mêmes (Michon et al., 2017)

Si l'on cherche à renforcer ou sécuriser l'ancrage sur le moyen terme, il est nécessaire de renforcer la rentabilité économique, mais aussi d'inventer et de développer localement de nouveaux usages (en relation avec le tourisme : par ex. tourisme de santé à base de produits naturels dont la rose), de lutter contre la banalisation (ou, du moins, de la rendre visible et explicite). Il paraît aujourd'hui nécessaire d'appuyer la patrimonialisation (vers un « patrimoine moderne », issu des savoirs et coutumes locales et construit au fil d'innovations locales et d'interventions exogènes). Il faut pour cela renforcer l'intégration par la connaissance des paysans, laisser l'initiative et l'autonomie aux locaux pour organiser leurs actions collectives, et faire attention à la folklorisation et à l'approche paternaliste de l'État.

Aderghal M., Casabianca F., Landel P. A., Michon G., & Senil N.

- 2017 : « L'ancrage territorial des spécificités Regards croisés sur les arrière-pays méditerranéens. » Hesperis-Tamuda, 52(1), 357-381.

Biermayr-Jenzano, P., Kassam, S. N., & Aw-Hassan, A.

- 2014 : « Understanding gender and poverty dimensions of high value agricultural commodity chains in the Souss-Masaa-Draa region of southwestern Morocco ». ICARDA working paper, mimeo. Amman, Jordan.

Collectif

- 2017, « Développement du tourisme rural et valorisation des produits de terroir : la Rose de M'Gouna-Dadès », Rapport du stage du Master EDEV, Montpellier Université Paul Valéry, 216p.

Kabbal Y.

- 2013 : « Le festival des roses de Kelâat M'Gouna : une dynamique socioéconomique autour d'une culture symbole ». Mémoire de Master, Laboratoire E3R, FLSH, Rabat, Université Mohamed 5.

Karra Y.

- 2011 : « Contribution au développement agronomique des produits de terroir de la région de Souss Massa Draa. Cas de la rose à parfum de Kelaât M'gouna et du Safran de Talouine. » Rapport de fin de stage en guise de titularisation au poste de Chargé de Recherche Grade « A » en Agronomie générale. INRA Agadir, Centre Régional de la Recherche Agronomique d'Agadir.

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 vol. 5 (2017) : Numéro spécial « Tourisme durable en Méditerranée » <http://revues.imist.ma/?journal=geodev>

Zamani-Farahani H., Fox D.

- 2018 : « The Contribution of Rose and Rosewater Tourism and Festival to the Destination Image ». Event Management, 22(4), 541-554.