

Des *souks* aux marchés internationaux.
La valorisation économique de l'huile d'argan marocaine : un cas d'école des contradictions du développement durable

Bruno ROMAGNY, économiste à l'IRD.

Laboratoire Population-Environnement-Développement, [http://: www.lped.org](http://www.lped.org)
LPED, UMR 151 IRD-Université de Provence, axe USAGES - Usages, appropriation, gestion
des écosystèmes. Courriel : [Bruno.Romagny@ird.fr](mailto: Bruno.Romagny@ird.fr)

Marion GUYON, géographe. Courriel : maguyon@laposte.net

Résumé. Grâce à leur valeur économique, les produits forestiers non ligneux ont acquis, dans différents contextes, la réputation d'être les meilleurs garants de la conservation de la forêt. Le cas de l'huile d'argan offre une excellente occasion de comprendre comment les marchés en plein essor pour ces produits affectent les populations locales, les écosystèmes qui les accueillent et les institutions qui régissent l'utilisation des ressources. Depuis plus d'une décennie, l'essor de nouveaux marchés rémunérateurs pour les produits de l'arganier ressemble à une aubaine pour certains acteurs de la filière. Les ONG, les agences internationales et marocaines de développement, mais aussi les coopératives d'huile d'argan ont joué un rôle central dans la construction d'une filière, dont le double objectif est de bénéficier conjointement aux populations locales et à la forêt d'arganiers. L'histoire de l'argan « gagnant-gagnant » semble en effet séduisante, mais est-elle vraie ? Ces dernières années, différents acteurs ont joué un rôle moteur dans le mouvement de certification de l'huile d'argan. La notion d'indication géographique (IG), qui implique des investissements importants dans la traçabilité des produits, s'avère être un outil pouvant aider à la préservation des savoir-faire locaux liés à l'argan

Abstract. Non-timber forest products have become central to the conservation and development debate in many contexts. The argan oil case offers an excellent opportunity to understand how booming markets for these products affect locals, the underlying resource, and local institutions that govern resource use. Growing high value argan markets in the past decade have sparked a bonanza of argan activity. NGOs, international and domestic development agencies, and argan oil cooperatives have played a central role in this bonanza with the win-win aim of benefiting locals and thereby benefiting the argan forest. The “win-win” argan story is indeed compelling, but is it true? In recent years, several stakeholders have led a certification movement in argan oil. Efforts continue to establish a Geographical Indication (GI) for Moroccan argan oil, which would require investments in traceability and may preserve the rich "local" traditions of argan oil production of the argan forest region.

Introduction

"A tous égards, l'arganeraie est bien le modèle d'une problématique de développement durable dans un milieu fragile" (Chaussod et al., 2005).

L'huile d'argan du Sud-Ouest marocain est actuellement l'huile alimentaire la plus chère au monde. Sous la forme de produits cosmétiques, brevetés aux États unis ou en Europe, son prix est encore plus élevé. L'engouement commercial pour cette huile remonte aux années 1990, lorsque des chercheurs ont confirmé ses nombreuses vertus. Depuis cette reconnaissance scientifique, l'huile d'argan, denrée prisée des grands cuisiniers ou composante de produits cosmétiques et thérapeutiques, voit sa demande fortement augmenter sur divers marchés. L'intérêt pour ce produit « de terroir », ayant valeur de patrimoine collectif et faisant l'objet d'un important commerce d'exportation, mais aussi la volonté de lutter contre les fraudes au sein de la filière, se traduisent par un processus de labellisation en cours, tant sur le marché des huiles alimentaires que cosmétiques. L'huile d'argan devrait en effet prochainement bénéficier d'une indication géographique (IG) protégée¹ – le cahier des charges se négocie actuellement au niveau du ministère marocain de l'Agriculture - prémices d'une future appellation d'origine contrôlée (AOC).

Avec l'IG « Argan », un premier pas va être bientôt franchi, qui assure qu'au moins une étape de la production d'huile est effectuée dans l'arganeraie. Or, c'est déjà le cas, ne serait ce que pour les opérations de collecte des fruits et de concassage des noix. On est donc en droit de se demander ce que va réellement changer ce processus de labellisation pour les divers acteurs hétérogènes d'une filière soumise à de rapides changements, dont les conséquences à moyen et long terme ne semblent pas toutes aller dans le sens des préceptes du développement durable.

Ce constat est d'autant plus dommageable que les projets de développement et les bailleurs de fonds internationaux² ont joué un rôle crucial dans la constitution de cette filière. Ne serait-elle pas passée trop rapidement du stade de la commercialisation sur les marchés locaux (*souks*) à celui de la vente sur les marchés internationaux et très rémunérateurs des produits dits naturels, biologiques ou éthiques ? Dès son lancement, la filière s'est construite sur la base d'une contradiction entre la vision commerciale d'un produit et les savoirs locaux qui en sont à l'origine. En axant leurs actions principalement sur la création de coopératives féminines de production (semi-mécanisée) et de commercialisation d'huile d'argan, développeurs et promoteurs renforcent l'idée simpliste que l'essor de la filière doit nécessairement s'appuyer sur une approche par le genre. Ils présentent l'huile comme un produit typique, fabriqué par les femmes détentrices d'un savoir-faire original, issu d'un arbre « sauvage » et endémique. Ce faisant, ils passent sous silence

¹ Reconnue par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), une IG identifie un produit comme étant originaire du territoire, dans les cas où une qualité, réputation, ou une autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique

² La coopération canadienne (Oxfam-Québec, le Centre de recherches pour le développement international, CRDI) et allemande (GTZ), puis l'UNESCO ont fait partie des tous premiers bailleurs à s'intéresser à l'arganeraie marocaine. D'autres projets ont pris le relais à partir des années 2000, en particulier celui de l'Union européenne (UE), suscitant de multiples initiatives plus modestes, comme celle de la principauté de Monaco avec le Groupement d'intérêt économique (GIE) *Targanine*, ou de l'association Suisse pour la promotion des AOC et des IG.

tous les aspects domestiques liés à la production de l'huile et contribuent à désapproprier symboliquement les communautés rurales d'un écosystème qu'elles ont largement transformé et domestiqué (Simenel et *al.*, 2009).

Alors que la population locale paraît bien placée pour bénéficier de l'augmentation rapide du prix de l'huile depuis les années 2000, en particulier sur les marchés d'exportation (environ 160 € ou 200 US \$ le litre d'huile cosmétique), l'exploitation des ressources de l'arganeraie ne se traduit pas nécessairement par une diminution de la pauvreté et un meilleur développement. L'objectif de cette communication est de s'interroger, à travers une analyse des mutations récentes de la filière, sur la capacité réelle des approches fondées sur la valorisation économique des ressources de s'inscrire dans une véritable dynamique « win-win ». La hausse du prix de l'huile peut-elle contribuer conjointement à freiner l'érosion de la biodiversité et à réduire la pauvreté en milieu rural ? Pour certains (Raimbeau, 2009), le bilan de la situation actuelle est sévère mais réaliste : *« en dépouillant les familles rurales de leurs maigres ressources hydriques et forestières, ce modèle de développement a un lourd coût social et écologique »*.

Après avoir esquissé un bilan, certes partiel, des impacts du développement de la filière de l'huile d'argan, tant sur les populations locales que sur les ressources, nous montrerons en particulier comment l'ouverture de nouveaux marchés renvoie finalement aux questions cruciales de traçabilité, de certification et d'asymétrie de l'information. Compte tenu de l'intégration rapide de l'économie de l'arganeraie aux marchés internationaux, c'est sans aucun doute à la puissance publique de garantir, notamment à travers une IG « Argan », la qualité du produit sur la base d'un cahier des charges strict et équitable. Les acteurs les plus vulnérables, détenteurs des droits exclusifs d'exploitation de l'arbre, mobilisés au sein d'associations³, pourront-ils saisir l'opportunité du processus de création et de mise en œuvre de l'IG « Argan » pour interpeller les pouvoirs publics sur une meilleure répartition des bénéfices au sein de la filière ?

I) L'histoire de l'argan « gagnant-gagnant » semble séduisante, mais est-elle vraie ?

I.1) L'arganeraie : une forêt menacée malgré les dispositifs de protection mis en place

L'arganeraie représente environ 70 % de la surface boisée du Sud-Ouest marocain et couvre une superficie estimée à 828 300 ha (plus de 20 millions de pieds). Elle abrite un système agro-sylvo-pastoral ancestral, en profonde mutation. Il s'agit d'une forêt multi-usages (huile, bois de chauffe, d'œuvre ou pour la menuiserie, alimentation du bétail) et habitée, qui ferait vivre trois millions de

³ Le Maroc connaît, depuis les années 1990, une forte dynamique de la « société civile » et du mouvement associatif. Les associations marocaines ont été amenées, sous la pression du déficit d'infrastructures publiques de base et de l'accroissement de la pauvreté, en particulier dans les quartiers urbains populaires et dans le monde rural, à s'impliquer dans des domaines aussi variés que la promotion des femmes, l'alphabétisation, la santé, la protection de l'environnement, etc. Face au désengagement de l'État, on réalise que la société civile a pris en charge un certain nombre de problèmes (micro-crédit, accès aux services urbains). Une telle « gouvernance » ne serait-elle pas instrumentalisée par l'État, qui souhaite exercer un contrôle assez direct sur ces initiatives populaires « spontanées ».

personnes, dont 2,2 millions de ruraux. Cette forte dépendance des populations locales à l'égard de l'arganeraie n'est pas nouvelle et se traduit par l'existence de régimes fonciers clairement définis et bien établis, quoique complexes, qui garantissent à certains ménages ou villages des droits exclusifs d'accès aux ressources (Lybbert et *al.*, 2002 ; Simenel, 2007).

Dans cette région, comme ailleurs au Maroc, les populations rurales sont encore très largement touchées par la pauvreté (El Khider et *al.*, 2009) et restent extrêmement vulnérables face aux nouveaux enjeux économiques (mondialisation) et environnementaux (changement climatique). Il existe ainsi des risques accrus d'exclusion, liés à la création de « trappes » de pauvreté. A cause notamment du faible investissement de l'État lors des dernières décennies et de la sécheresse, un marocain sur quatre est pauvre en milieu rural, contre un sur dix en milieu urbain. Le maintien d'une forte croissance démographique dans les zones rurales, où les familles sont encore composées en moyenne de sept personnes, engendre une aggravation continue du chômage et de la pauvreté, en particulier pour les femmes et les jeunes sans qualification. « *Cette situation alimente, depuis des décennies, une forte migration depuis les montagnes et les régions défavorisées vers les périphéries urbaines des grandes villes marocaines et vers l'Europe communautaire* » (Migrations & Développement, 2006).

Dans un contexte de changement climatique, l'arganier, arbre séculaire et emblématique de la culture berbère, mais aussi de la lutte contre la désertification⁴, serait menacé par les pratiques locales (surpâturage, coupes excessives). Néanmoins, des études (Alifriqui, 2003 ; Bouzemouri, 2007) soulignent l'existence d'autres facteurs importants de dégradation de l'arganeraie, comme l'urbanisation et la croissance démographique, l'essor des zones touristiques (dans le cadre du *Plan Azur Vision 2010* « 10 millions de touristes en 2010 ») et des cultures maraîchères sous serres⁵. Cet impact (pourrait-on parler d'empreinte ?) écologique du développement économique de la région, largement impulsé par des investisseurs extérieurs à l'arganeraie (marocains et/ou étrangers), explique probablement que la forêt soit plus dégradée aux alentours d'Agadir et de la plaine du Souss, que dans la province d'Essaouira peu propice à l'agriculture irriguée, ou dans les zones plus montagneuses (Jbel Amsiten⁶, etc.). En dépit de son caractère unique, l'arganier fait donc face à de sérieuses menaces qui justifient son statut de « Réserve de Biosphère », accordé en 1998 par l'UNESCO.

⁴ L'arganier, arbre de la famille des sapotacées, est particulièrement résistant aux conditions semi-arides de la région. Il peut, en effet, supporter des températures allant de 3° à 50° C et se contenter d'une pluviométrie très faible. Grâce à son système racinaire profond et puissant, il contribue au maintien du sol et permet de lutter contre l'érosion.

⁵ L'intégration du Maroc dans la zone de libre échange euro-méditerranéenne est, sans aucun doute, à moyen terme, un enjeu majeur. Depuis que les grandes exploitations de primeurs ou d'agrumes (qui exportent virtuellement une eau précieuse) et des industries cosmétiques tirent profit de la plaine du Souss et de la forêt d'arganiers, de plus en plus de paysannes berbères sont employées en tant qu'ouvrières agricoles, souvent dans des conditions déplorables, pour alimenter le marché européen hivernal des fruits et légumes (Raimbeau, 2009). Cette intensification croissante des activités agricoles de rente se traduit déjà par une baisse spectaculaire du niveau des aquifères souterrains dans la plaine, et par l'abandon de nombreuses exploitations d'agrumes, faute de pouvoir accéder à moindre coût aux nappes phréatiques devenues trop profondes.

⁶ Ce massif forestier a été un des premiers à être délimité au Maroc. Il fait partie de la zone A de la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) et représente un des 154 sites d'intérêt biologique et écologique (SIBE) du Maroc.

La production globale d'huile d'argan est encore très mal connue. Il est difficile d'obtenir des chiffres fiables de production moyenne de fruits, par arbre ou par hectare, en raison surtout des fortes variabilités interannuelles liées aux conditions climatiques et des différents types de « terroirs » rencontrés. Les dernières années et en particulier la saison 2007-2008 ont été marquées par une production de fruits quasiment nulle, en raison de la sécheresse sévère. Les pluies exceptionnelles de l'automne 2008 et de l'hiver 2009 laissent espérer une bonne récolte de fruits. Néanmoins, il s'agit pour tout le monde de gérer des périodes de rareté de la ressource qui seront de plus en plus fréquentes, ouvrant la porte à la spéculation. On estime, malgré tout, la production d'huile d'argan à 4 000 tonnes par an en moyenne, soit 4 à 8 % de la production marocaine d'huile d'olive selon les années (Chaussod et *al.*, 2005). Aux tarifs actuels de l'huile cosmétique sur les marchés internationaux, cela représente au moins un chiffre d'affaires total de 640 millions d'euros, à se partager entre différents acteurs : producteurs, intermédiaires, industriels et commerçants. Il n'existe pas au Maroc de statistiques officielles sur les exportations d'huile ou d'amandons⁷, faute d'une nomenclature douanière assez détaillée.

I.2) Les mutations récentes de la filière de l'huile d'argan et leurs conséquences

La filière de l'huile d'argan se décompose grossièrement en trois principaux segments ou sous-filières: (i) la sphère familiale traditionnelle, (ii) la production semi-artisanale des coopératives d'huile et enfin celle entièrement mécanisée des (iii) entreprises industrielles privées (Romagny & Guyon, 2009). On assiste ainsi, depuis le milieu des années 1990, à une multiplication des lieux de production de l'huile, ayant finalement des rapports de plus en plus distants avec le territoire de l'arganeraie (Guyon, 2008). Aujourd'hui, deux principaux types d'acteurs hétérogènes sont du côté de l'offre d'huile : les coopératives (à vocation sociale, issues des projets de développement ou d'initiatives liées au milieu associatif) et les sociétés privées, cherchant un bon retour sur investissement, attirées par les opportunités de gains à court terme. Ces deux catégories d'acteurs sont en concurrence pour s'approvisionner en matière première⁸, produire et vendre, en réponse à une demande en plein boom, mais aussi pour trouver de nouveaux marchés (commerce équitable, etc.) et diversifier ou différencier les produits.

Des ménages ruraux dépossédés d'un bien patrimonial, devenu produit de luxe

Jusqu'à une période récente, avant l'avènement des coopératives et la création des sociétés industrielles, l'huile d'argan était produite quasi-exclusivement au sein de la cellule familiale. Dans ce cadre domestique, ce produit a été considéré pendant longtemps comme un lien social, au cœur du régime alimentaire des ménages, support de multiples croyances et mythes (Nouaïm,

⁷ Le fruit mûr de l'arganier, de la grosseur d'une noix, est formé d'un péricarpe charnu (ou pulpe) qui représente 50 à 75 % du poids du fruit frais. Cette pulpe recouvre un noyau de bois très dur, appelé noix d'argan, qui contient une à trois amandes (ou amandons), représentant 3 % du poids du fruit frais et renfermant 50 à 60 % d'huile (Nouaïm, 2005).

⁸ On note une forte augmentation du prix des fruits, liée à la demande croissante et à la sécheresse (de 0,75 dh/kg en 2000 à 4,5 ou 5,5 dh/kg en 2008), qui coûtent en général plus chers aux coopératives qu'aux groupes privés, et de celui des amandons (en moyenne 90 dh/kg début 2009), pour une huile (cosmétique) vendue environ 23,5 euros le litre (2,5 kg d'amandons sont nécessaires pour produire un litre d'huile en moyenne), sortie d'usine. NB : un euro équivaut environ à 11 dirhams (dh) marocains.

2005). Traditionnellement, l'huile circulait dans un cercle d'intimes, sous la forme de don ou de vente locale, à l'occasion de fêtes religieuses ou familiales. Le commerce de l'huile d'argan a toujours existé sur les *souks*⁹ (alors que celui des amandons est récent), permettant aux familles qui ne possédaient pas d'arbre d'obtenir de l'huile. Cependant, la vente par chaque foyer de son huile n'était pas systématique. En fonction de leurs besoins, les familles décidaient de conserver les fruits séchés ou de vendre une partie de leur production pour faire face à des besoins urgents.

Aujourd'hui, avec la hausse des prix de l'huile, de plus en plus de familles possédant des arbres ou ayant accès à la ressource vendent chaque semaine sur les *souks* un ou deux litres pour compléter leurs revenus¹⁰. Les familles ont le choix entre céder leur huile à un revendeur, ou vendre leurs fruits à un intermédiaire pour 3 dh/kg. Depuis peu, certaines familles vendent des amandons issus du concassage des noix de leur propre récolte ou fournis par un intermédiaire, travaillant pour le compte d'une société de production industrielle d'huile. Une fois transformés dans le cercle familial, l'intermédiaire revient chercher les fruits confiés aux femmes pour le concassage et les rémunère en moyenne 11 dh/kg d'amandons triés. Moins bien payées que dans les coopératives (25 à 35 dh/kg) - où leur statut est pourtant plus proche de celui de salariée que de sociétaire - ces dernières travaillent à leur domicile et conservent leur mode de vie traditionnel. Un intermédiaire exerçant ce type d'activité, pour le compte de la société ABSIM, revendique faire travailler ainsi environ 2 000 femmes dans la région d'Had Draâ, proche d'Essaouira (Guyon, 2008).

De nombreux intermédiaires ou commerçants sont spécialisés dans les transactions autour de l'huile d'argan. Présents depuis longtemps dans cette activité, le nombre de ce type d'acteurs augmente au fur et à mesure de l'essor commercial de la filière. Certains intermédiaires parcourent différents *douars* et *souks* de la région pour acheter plusieurs centaines de litres d'huile par semaine, qu'ils transvasent dans des bidons acheminés ensuite vers les villes où ils sont revendus au détail dans des épiceries ou des magasins de produits biologiques destinés aux touristes. D'autres fournisseurs sont spécialisés dans l'approvisionnement en fruits secs des coopératives féminines, qui constituent une sous-filière « sans ressource naturelle » - très peu de coopératives, même à travers leurs adhérentes, possèdent des arganiers - mais relativement bien dotée en financements extérieurs, provenant des bailleurs de fonds internationaux et des organismes étatiques marocains comme l'Agence de développement social (ADS).

Quelle viabilité pour les coopératives d'huile d'argan et leurs groupements ?

Les coopératives avaient officiellement comme objectif premier la sensibilisation des femmes à une récolte respectueuse de l'arganeraie et leur participation à sa reforestation. Chaque femme

⁹ L'argan sur les *souks* se présente sous cinq formes : le fruit, la noix, l'amandon, le tourteau (contenant encore 20 à 25 % d'huile) et l'huile (vendue dans des bouteilles en plastique). Les fruits étant récoltés vers le mois d'août, l'huile se trouve en assez grande quantité sur les marchés locaux à l'automne, période où son prix est le plus bas de l'année. Entre 2000 et 2008, le prix moyen du litre a plus que triplé, passant d'environ 40 à 130 dh.

¹⁰ Le procédé traditionnel de fabrication de l'huile, entièrement manuel, est long et il obéit à toute une série de savoir-faire précis. L'extraction d'un litre d'huile demande huit à dix heures de travail pour une femme, avec un rendement qui dépasse rarement 30 %. L'huile ainsi produite se conserve mal, c'est pour cela qu'en général les femmes l'extraient au fur et à mesure qu'on en consomme.

devait ainsi s'engager à replanter dix arganiers par an, tâche plus difficile qu'il n'y paraît compte tenu des problèmes spécifiques que pose la régénération de l'arganeraie (fort taux d'échec des plantations). Il s'agissait aussi clairement d'améliorer le statut social des femmes, en leur permettant de sortir de chez elles, d'être alphabétisées et formées, d'avoir un emploi et un revenu, même modeste. La réalité de nombreuses coopératives est cependant différente. Certaines d'entre elles, situées le long des routes fréquentées par les bus de touristes, font figure de musée vivant, participant activement à une « folklorisation » des pratiques féminines et à la perte des savoir-faire, réduits ici à leur strict minimum. Les femmes « prolétarisées » ne sont plus, dans cette optique, que des « machines » bon marché à concasser les noix. Le coût de la main d'œuvre n'est donc pas en cause pour justifier un prix de l'huile plus élevé dans les coopératives (300 dh/l en moyenne), que dans la grande distribution. Les principaux postes de dépense sont le coût croissant d'achat de la matière première (nécessité de faire des stocks), les factures d'énergie, le coût des emballages et du montage de structures de commercialisation performantes. Dans la plupart des cas, les bâtiments et les machines ont été financés par des projets de développement, comme ceux soutenus par la GTZ¹¹ ou l'Union européenne¹².

Il existe une grande diversité de coopératives, selon le nombre d'adhérentes et le degré de mécanisation, leur localisation, leurs circuits de commercialisation (les contrats noués ou non avec des entreprises étrangères), leur capacité à fonctionner en réseau, etc. L'image d'une production mécanisée est mise en avant par les acteurs du développement comme une garantie d'hygiène et de pureté des produits, en particulier pour l'huile cosmétique. En effet, dans les unités les plus modernes, seul le concassage se fait encore à la main, non pour des raisons d'hygiène mais parce qu'il semble encore difficile de mettre au point une machine adaptée, même si plusieurs expérimentations sont en cours. Le manque de formation technique des femmes, ainsi que les fréquents problèmes de réglage et d'entretien des machines, limitent, dans la réalité, l'amélioration des performances issues d'un procédé mécanique. Il n'en demeure pas moins que cette mécanisation, même partielle, soulage le travail des femmes et permet de satisfaire une demande plus importante, répondant aux normes internationales et aux standards d'hygiène.

Les coopératives peuvent-elles pour autant devenir réellement autonomes, c'est-à-dire poursuivre leur activité sans aide extérieure ? Selon Chaussod et al. (2005), « ces aides sont fortement critiquées par les petites entreprises privées du secteur "industriel" qui y voient une distorsion de concurrence. (...) Enfin, l'hypothèse selon laquelle ces coopératives seront à la base d'une protection de l'arganeraie ne s'est pas encore concrétisée : les coopératives n'ont pas de terres à reboiser et l'objectif des femmes qui y travaillent est avant tout de produire de l'huile pour

¹¹ Notons néanmoins que la GTZ a permis à 13 coopératives de la province de Taroudant d'être membres de l'Union des coopératives féminines d'argan (UCFA). Les coopératives, formées avec l'appui de la GTZ, ont, pour la plupart, conservé le procédé traditionnel (à la main) d'extraction de l'huile. Cette caractéristique peut constituer un atout intéressant pour valoriser l'huile alimentaire, dont l'authenticité et la qualité seraient assurées par une AOC. Cette labellisation permettrait de redonner aux savoirs locaux féminins la place qu'ils ont perdue avec le développement de la mécanisation.

¹² L'UE, en partenariat avec le gouvernement marocain (ADS), a lancé en 2003 un projet de 12 millions d'euros (financé à 50 % par l'UE), intitulé « Amélioration de la situation de la femme rurale et gestion durable de l'arganeraie », plus connu sous le nom de projet « Arganier », qui couvre toute la zone associée à la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) et qui doit finalement s'arrêter en 2010 (initialement, il devait s'achever en 2008).

gagner de l'argent ». Parmi les nombreuses actions des ONG dans l'arganeraie, une consiste à convaincre les femmes, travaillant ou non dans les coopératives, qu'une matière aussi précieuse que l'huile d'argan ne doit pas être vendue au litre, et encore moins dans des bidons ou des bouteilles en plastique (Migrations & Développement, 2006). Une façon simple de mettre en valeur cette huile consiste à la conditionner dans des bouteilles ou des flacons de petite contenance (6 à 10 cl), dont le prix reste abordable si certains monopoles sont cassés. Les industriels ont parfaitement compris ce problème et jouent au maximum sur l'emballage de l'huile en petit volume, qui souligne sa rareté et ses bienfaits¹³.

I.3) L'image du produit portée par les acteurs privés : un marché rémunérateur tiré par la demande internationale

On comptait, en 2005 au Maroc, une dizaine¹⁴ de sociétés industrielles commercialisant l'essentiel de leur production hors de l'arganeraie, dont une partie importante à l'export (plus de 60 %) vers l'Europe, les États-Unis, le Canada, le Moyen-Orient et l'Asie. Les prix de vente pratiqués sont alors décuplés par rapport à ceux des marchés locaux. La bouteille d'huile alimentaire de 250 ml coûte en Europe entre 20 et 25 €, dont cinq euros de marge pour le détaillant final. Les sociétés privées basées au Maroc réaliseraient des marges commerciales de l'ordre de 30 à 40 %. Selon Benoit Robinne, le très médiatique dirigeant de l'une d'elles (ABSIM), la traçabilité et les contraintes administratives pour exporter l'huile (certificats d'analyse prouvant la pureté des produits) doubleraient le prix de revient pour l'Europe, alors que les produits commercialisés au Maroc en grande surface sont vendus aux alentours de 200 dh/l. Au même titre que d'autres sociétés industrielles de production d'huile ou de produits à base d'argan, ABSIM participe activement à la promotion et à la médiatisation de la ressource, quitte à forcer le trait (Simenel et al., 2009). Elle contribue également au développement de la région, en y achetant d'importantes quantités d'amandons qui représentent une source complémentaire de revenus pour les populations locales.

Une des questions, à laquelle il est difficile de répondre, serait de savoir si les ménages ruraux gagnaient autant (voire plus) avant le développement de la filière que maintenant, pour chaque litre d'huile, kilo de fruit ou d'amandon commercialisé ? Malgré une demande croissante de produits à base d'huile d'argan, les femmes qui concassent les noix, pour leur propre compte ou dans les coopératives, ne touchent, d'après nos enquêtes, qu'entre trois et six euros par litre d'huile. En outre, la modification des techniques de production, de traitement et de distribution de l'huile confronte les plus pauvres au risque d'exclusion du processus de commercialisation à grande échelle de ces ressources. En quelques années, avec le développement de nouveaux marchés et l'apparition d'autres producteurs d'huile que les familles rurales (coopératives, sociétés privées), on a assisté à une profonde mutation de la filière d'huile d'argan. La question cruciale des marges commerciales et celle du partage de la valeur ajoutée entre l'amont et l'aval de la filière n'est pas spécifique à l'huile d'argan. Tous les produits estampillés « commerce équitable »

¹³ Dans les cosmétiques vendus en Europe, la majorité des produits de grande consommation à base d'argan ne contiennent pas plus de 2 % d'huile. Les bienfaits sont dans ce cas douteux, mais les bénéfices substantiels.

¹⁴ En 2009, il y en aurait 46, selon la liste de l'Association nationale des coopératives d'argan (ANCA).

(Poret, 2007), comme le café, le cacao, ou le karité par exemple, sont confrontés aux mêmes difficultés.

Contrairement aux autres formes de certification, qui se concentrent strictement sur les conditions de production, les critères de labellisation équitable sont spécifiques dans le sens où ils couvrent à la fois la production et les échanges de biens. Pour les petits producteurs, il s'agit de leur permettre d'avoir accès directement aux marchés internationaux. Pour les acheteurs, sensibilisés aux inégalités Nord/Sud, il s'agit d'accepter de payer un peu plus cher des produits soutenant une cause à laquelle ils croient. L'objectif final du commerce équitable est donc double : améliorer les conditions de vie des petits producteurs du Sud d'une part, et, d'autre part, modifier les règles du commerce international. Des initiatives sont en cours dans ce sens, avec notamment l'association *Ibn Al Baytar*, qui a entrepris une étude en vue d'intégrer le GIE *Targanine* dans le réseau international du commerce équitable (Charrouf, 2007). On peut prévoir que les prochains changements qui vont affecter la filière de l'huile d'argan auront encore plus d'impact sur les marchés locaux que précédemment.

II) Quel rôle pour l'IG « Argan » dans la lutte contre la pauvreté et la conservation de la biodiversité ?

Les fondements théoriques des approches économiques qui visent la conservation de la biodiversité par le marché sont apparemment simples. Si l'on crée des débouchés pour les produits dérivés des ressources naturelles, la population locale leur accordera de l'importance et sera incitée à les protéger. En effet, quand la forêt fournit des denrées alimentaires, des produits commercialisables et des aliments pour le bétail, ceci contribue à la sécurisation des populations qui investissent alors plus naturellement dans le renouvellement d'un arbre, source de revenus et de maintien d'une identité collective.

Or, il arrive que les prédictions de la théorie économique ne donnent par forcément les effets escomptés, du moins en termes de répartition des bénéfices entre les acteurs de l'amont et de l'aval de la filière, et/ou de conservation des écosystèmes. Ainsi, au-delà de nos propres enquêtes, des études récentes (Lybbert et *al.*, 2002, 2004) suggèrent que les communautés rurales de l'arganeraie sont peu susceptibles de bénéficier directement de l'augmentation des prix de l'huile sur les nouveaux marchés. Néanmoins, les ménages ayant un accès substantiel à la ressource ont bénéficié indirectement des retombées liées à l'augmentation du prix du fruit de l'arganier. Ces travaux soulignent également que l'ascension commerciale fulgurante de l'huile d'argan sur les marchés internationaux ne bénéficie pas vraiment à la forêt, et pourrait même se traduire, à terme, par des dégradations dues à sa surexploitation. En 2007, de nouvelles enquêtes de Lybbert montrent que les perspectives pour la forêt ne sont guère favorables. Si les populations locales empêchent toujours leurs chèvres de brouter les arganiers avant la période de récolte des fruits (*agdal*), elles investissent aussi une partie des bénéfices en augmentant la taille de leur cheptel. Elles peuvent également recourir à des techniques plus agressives de collecte des fruits, détruisant les fleurs fragiles, et s'appuyer d'avantage sur le bois d'argan comme combustible. La question de l'appropriation des arbres est ici essentielle. On peut supposer que les étendues de forêt, ayant un caractère quasi-privé, bénéficieront sans doute plus de la valorisation commerciale, alors que celles exploitées collectivement seront probablement plus dégradées. Les villageois préféreront-ils investir dans l'achat de clôtures destinées à protéger leurs propres arbres, ou continuer à entretenir des formations forestières appartenant à une communauté villageoise ?

II.1) L'IG « Argan » au Maroc : un processus territorial en cours de construction, inséré dans une problématique globale

La recherche sur les produits de qualité liée à l'origine est née il y a longtemps en Europe¹⁵, particulièrement en France (François & Prak et al., 2009). Les pays du Sud se sont plus récemment engagés dans cette voie. Certains pays asiatiques, sud-américains et africains sont en train d'élaborer leurs législations nationales et identifient les produits pouvant potentiellement bénéficier d'une IG (argan et safran au Maroc, karité au Burkina Faso, poivre de Kampot au Cambodge, etc.), avec comme préoccupation la préservation du patrimoine agricole national. Le principal enjeu est la réciprocité, c'est-à-dire la reconnaissance internationale des IG des pays du Sud, au même titre que le Roquefort ou le Champagne français par exemple. Dépasant les enjeux Nord/Sud, le débat sur les IG à l'OMC oppose actuellement deux catégories de pays (François & Prak et al., 2009) : (i) ceux qui défendent des produits de terroir, liés à une culture régionale ancienne, dont dépendent un grand nombre de petits producteurs, même si des acteurs économiques plus importants ou des industriels y sont associés ; (ii) ceux qui défendent des entreprises industrielles, fabriquant des produits apparentés aux IG, sans en présenter toutes les caractéristiques (coûts de production inférieurs, normes sanitaires, techniques de production mécanisées, etc.). L'huile d'argan n'échappe pas à cette dualité, et on doit s'interroger sur l'impact des systèmes de brevets, comme la marque « Argan » déposée par les laboratoires Pierre Fabre.

L'intérêt d'une démarche IG, que l'on tente d'appliquer à l'huile d'argan, concerne à la fois les aspects économiques (valeur ajoutée, accès à des marchés de niche), environnementaux (contribution à la préservation de ressources physiques, biodiversité) et socioculturels (préservation et valorisation de la culture locale, action collective). La notion d'IG s'avère être un outil pouvant avoir des répercussions importantes en termes de développement rural. Grâce au lien entre le produit et son lieu de production, la qualité liée à l'origine, valorisée au travers d'une IG, contribue au maintien et au renforcement de l'activité locale. En effet, un produit fini, labellisé dans sa région de production, permet de retenir de la valeur ajoutée sur place et de maintenir la population locale, réduisant ainsi l'exode rural.

La valorisation et la protection des IG aident également les producteurs à obtenir un meilleur prix pour leurs produits. Du côté de la demande, l'IG fournit des garanties aux consommateurs en ce qui concerne les caractéristiques du produit, et offre une plus grande diversité alimentaire. Enfin, les IG permettent également la préservation de produits traditionnels et des savoir-faire locaux, en protégeant une réputation associée à une connaissance locale. La qualité liée à l'origine est donc un puissant levier potentiel de développement durable dans des zones agricoles fragiles ou marginales. C'est le cas du Sud-Ouest marocain, où les conditions particulières de production de l'huile d'argan, si elles représentent des contraintes, peuvent aussi devenir des avantages

¹⁵ En Europe, on dénombre actuellement 4 200 IG correspondant à des vins et spiritueux et 640 IG concernant d'autres produits. A elle seule la France compte 593 IG, qui réalisent un chiffre d'affaires de 19 milliards d'euros et font vivre 138 000 entreprises, la plupart situées en zone rurale. En Italie, ce sont 420 IG qui représentent 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 300 000 emplois. En Espagne, 123 IG procurent 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires (François & Prak et al., 2009).

comparatifs lorsqu'elles définissent les caractéristiques qui font la réputation d'un produit et justifient son prix élevé.

Au Maroc, comme dans d'autres pays, on s'est lancé dans un recensement, aussi exhaustif que possible, des produits pouvant donner lieu à une IG. Dans un contexte de globalisation des marchés et d'évolution des préférences des consommateurs, deux grands types de stratégies s'imposent : celles basées sur le coût (faire le même produit moins cher) et la stratégie de la différenciation. C'est donc un des paradoxes d'une économie globalisée, qui veut finalement que les avantages compétitifs durables reposent sur des données locales, qu'il est difficile de reproduire. Les questions de spécificité du produit (qu'est-ce qui fait qu'il est unique), des caractéristiques qui le lient à son territoire ou terroir, et surtout leur reconnaissance sont fondamentales. Or, dans la démarche actuelle, le fait que les fruits d'argan proviennent de la zone de l'arganeraie suffit à justifier de la traçabilité du produit. Les critères de tradition et de relation au lieu ne sont plus qu'un simple artefact. Cette démarche, qui abuse le consommateur ignorant les dynamiques actuelles de la filière de l'huile d'argan, persuadé de consommer un produit de terroir, correspond, par défaut, à la réalité de la production des coopératives et de certaines sociétés privées, qui se contentent d'édifier une traçabilité virtuelle du produit (Simenel et *al.*, 2009).

La spécificité des produits à base d'argan doit être maintenue dans la filière, ce qui impose un système de traçabilité, notamment en amont (des arbres aux amandons) et d'étiquetage coûteux. L'arganeraie ne forme pas un territoire homogène, mais elle est constituée d'une grande variété de terroirs liée à la diversité des conditions écologiques, biogéographiques ou agronomiques au sein de cet espace. Faudrait-il alors envisager une seule IG pour toute l'arganeraie, ou une multitude d'appellations et autres indications, pouvant même aller jusqu'au niveau du village (il y aurait plus de 70 000 *douars* dans l'arganeraie). De plus, tous les mélanges d'huile ou d'amandons, effectués à divers niveaux de la filière (sur les *souks*, dans les coopératives ou les sociétés industrielles), ne facilitent pas la traçabilité du produit, pourtant essentielle pour satisfaire la demande exigeante des consommateurs du Nord. Même les coopératives, confrontées à des difficultés d'approvisionnement en matière première, ont tendance à utiliser des fruits et des amandons qui ne proviennent pas du terroir dans lequel elles s'inscrivent.

Pour tenter de relever ce défi de la traçabilité et peser sur le processus de construction de l'IG « Argan », les coopératives féminines se sont regroupées en créant l'Association nationale des coopératives d'argan (ANCA), qui vise à protéger le statut des adhérentes en valorisant la production « traditionnelle » de ces structures. Le groupe privé ABSIM en fait partie et il est un des fervents défenseurs de l'IG, bien que son usine de production d'huile soit située dans les environs de Casablanca, bien loin de la région de l'arganier. Il est même le principal cofondateur, avec ANCA, de l'Association marocaine des indications géographiques pour l'huile d'argan (AMIGHA). Les objectifs de cette association sont la protection et la valorisation du savoir-faire et des intérêts des producteurs. L'AMIGHA a récemment adhéré à l'association internationale ORIGIN, qui porte à son actif plus de soixante-dix produits labellisés. Au niveau mondial, l'objectif d'ORIGIN est de regrouper tous les producteurs de produits IG. Cette ONG pèse désormais dans les négociations au sein de l'OMC concernant les IG, et milite notamment pour l'extension de la protection additionnelle dont bénéficient les vins et les spiritueux aux autres produits IG.

Le projet « Arganier » a également encouragé les coopératives féminines à adhérer à des groupements d'intérêt économique (GIE), pour les aider à commercialiser leurs produits à l'étranger. Ces GIE, au nombre de quatre à ce jour, se divisent le territoire de l'arganeraie selon les délimitations administratives des provinces¹⁶. Les GIE ont permis à leurs 46 coopératives d'adhérer, pour un montant annuel de 30 000 dh, à la certification biologique ECOCERT, parfois contestée au Maroc (Guyon, 2008). Plusieurs acteurs réclament une réglementation renforcée, notamment une loi interdisant les exportations de fruits d'argan et d'amandons. Il n'est pas rare que des présidents de communes rurales soient impliqués dans ce type d'activité commerciale, qui a très peu de retombée sur l'économie locale. Dans un contexte de raréfaction des fruits, les circuits d'approvisionnement en matière première occupent une place stratégique. C'est à ce niveau que la concurrence entre acteurs produisant l'huile est devenue la plus féroce. De nombreux intermédiaires (collecteurs, revendeurs, fournisseurs) s'interposent entre la population locale, les souks, et les unités de production mécanisée. On assiste à un certain décloisonnement des sous-filières, les mêmes fournisseurs pouvant parfois alimenter des sociétés privées et des coopératives.

Des réflexions, au sein de l'AMIGHA, portent sur un projet de création d'une centrale d'achat pour les fruits d'argan. Il s'agit de « court-circuiter » une bonne partie des intermédiaires et des spéculateurs, et de créer des stocks pour affronter les variations interannuelles de production des arbres. Les discussions concernent les sites de stockage dans toute l'arganeraie (urbain/rural), l'achat sur la base des besoins prévisionnels des différents acteurs de la filière (planification), la possibilité de garantir une meilleure traçabilité en amont (problème des traitements antiacridiens, etc.).

II.2) Que peuvent attendre les divers acteurs de la filière d'une IG « Argan » ?

Le dispositif de l'IG « Argan » que le gouvernement marocain souhaite mettre en œuvre vise plusieurs objectifs. Il s'agit en premier lieu de promouvoir une appellation, assimilable à une marque appartenant à un collectif plutôt qu'à un producteur individuel, porteuse d'un capital de notoriété dans un contexte de diversification des produits et de forte concurrence, où d'autres marques existent déjà. Les autorités cherchent donc à protéger l'argan sur les marchés internationaux en faisant reconnaître l'IG par l'OMC et l'UE.

Dans cette optique, l'IG est donc bien la protection de la propriété intellectuelle d'un collectif sur le territoire (François & Prak et al., 2009). D'un point de vue plus théorique, elle s'intègre pleinement au débat général concernant les droits de propriété et les brevets (Lybbert, 2007) sur le vivant ou la biodiversité. D'autre part, l'administration, tout en soutenant l'agro-industrie tournée vers l'exportation pour des raisons économiques, cherche aussi à empêcher la délocalisation de l'ensemble de la filière hors de la région, berceau de l'arbre. Ce qui est visé, c'est la création d'une valeur ajoutée en soi, reconnue à travers les qualités du produit, sa traçabilité en liaison avec une localisation territoriale. Le rôle d'un organisme autonome de contrôle (certificateur), est ici crucial. La limitation de la vente en vrac et l'obligation de

¹⁶ *Targanine* pour la province d'Agadir, *Vitargan* pour celle d'Essaouira, *UCFA* et *Taroudant* pour la région du Souss.

conditionner les produits sur place sont également des facteurs favorables au développement local.

Nous avons vu qu'il n'était pas évident de maintenir les dimensions patrimoniales et identitaires de l'huile d'argan, alors que les mutations de la filière conduisent à une déterritorialisation croissante de la production, à une érosion des savoirs locaux (en dehors du concassage des noix), et à une multiplication du nombre d'acteurs, porteurs d'une image de l'huile qui correspond à une réalité de moins en moins connectée aux terroirs de l'arganeraie. En outre, les autorités souhaitent amorcer un cercle vertueux pour « assainir » la filière et lutter contre les fraudes ou les contrefaçons. Certains producteurs proposent par exemple de mettre en place un flaconnage unifié (avec le logo de l'IG en relief sur les bouteilles par exemple). Sans tomber dans le sensationnel, comme cela a pu être reproché - à tort ou à raison - au reportage de l'émission *Envoyé Spécial* sur ce sujet, qui a fait grand bruit au Maroc, on est bien obligé de reconnaître qu'aujourd'hui, la filière de l'huile d'argan est relativement opaque, la qualité attendue des produits n'est pas toujours au rendez-vous, les « fausses coopératives » sont courantes et qu'enfin il existe un grand nombre d'intermédiaires.

Une IG « Argan », est-ce suffisant pour améliorer la part des bénéficiaires revenant aux populations locales, seules ayants droit sur les arbres et détenteurs des savoirs locaux ? Faut-il s'orienter aussi vers une AOC « Huile d'argan traditionnelle » pour le marché des huiles alimentaires, et laisser la production d'huile cosmétique, la plus rémunératrice, à des acteurs économiques susceptibles de recourir à des techniques modernes d'extraction de l'huile et éventuellement de concassage des noix. Ce marché porteur peut-il être laissé aux mains de ces seuls investisseurs, plus puissants financièrement que la majorité des ménages ruraux de l'arganeraie ? Que faut-il penser du cas du groupe ABSIM, qui bien que produisant son huile en dehors de l'arganeraie, pourrait bénéficier de l'IG au même titre que les coopératives de la région, renforçant ainsi la concurrence entre ces deux types de producteurs. Compte tenu des différentes catégories d'acteurs en présence et de leurs rôles respectifs, comment défendre les intérêts communs des producteurs d'huile d'argan s'il n'y a pas une médiation et un véritable processus de négociation, où toutes les parties prenantes seraient activement représentées (coopératives, GIE, groupes privés marocains ou étrangers, associations de femmes employées au concassage, forestiers, éleveurs nomades, etc.)

Quel sera le contenu du cahier des charges de l'IG « Argan », en cours de négociation finale dans les ministères marocains ? Même si l'IG est théoriquement ouverte à tout producteur respectant ce cahier des charges, sur le territoire concerné par l'IG, permettra-t-il aux populations les plus vulnérables de valoriser pleinement le potentiel de ce dernier, en entrant sur des marchés rémunérateurs rendus accessibles par la globalisation ? Comme le rappellent Martine François et Seyrevath Prak (2009), « *la renommée des grands crus de Bordeaux et le chiffre d'affaires réalisé par les IG correspondantes est aussi le résultat [d'une longue histoire]. C'est la patiente valorisation d'un patrimoine collectif par toute une région que l'on peut considérer encore aujourd'hui comme un des facteurs de sa prospérité et du bien-être de ses habitants* ».

Conclusion

Le bilan sommaire que nous avons esquissé des effets des mutations récentes de la filière de l'huile d'argan montre qu'il existe un décalage croissant entre deux des grands objectifs que les développeurs s'étaient fixés : la valorisation commerciale du produit d'une part, et la conservation

de l'arbre et de la biodiversité d'autre part. Néanmoins, l'incidence du marché de l'huile d'argan sur la conservation de l'écosystème reste très mal évaluée. La valorisation économique du produit contraste avec l'immobilisme juridique du statut de l'arbre, mais aussi avec le peu de reconnaissance dont bénéficient les pratiques et savoirs locaux. Qu'elle soit issue des coopératives, des producteurs privés, ou des *souks*, nul n'est aujourd'hui en mesure d'assurer une véritable traçabilité de l'huile d'argan, malgré les efforts réalisés dans ce sens.

Les mutations de cette filière conduisent finalement à faire sortir l'arbre, la forêt et le produit de la sphère domestique, avec pour conséquence de couper le lien entre le produit et son origine (l'arganeraie et les populations locales). En ce sens, le cas de l'huile d'argan est un très bon exemple des contradictions que peuvent soulever les multiples objectifs du développement durable. Comment inciter les familles de l'arganeraie à se lancer dans un programme de reforestation, alors que la lente croissance des arbres et les taux d'échecs des plantations constituent de sérieux obstacles à la rentabilité des investissements engagés ? N'y aurait-il pas aussi une contradiction, aux effets indésirables à long terme, entre l'écologie de l'arganier et l'organisation de la filière commerciale des produits à base d'argan (l'huile essentiellement) ? Le modèle proposé, faisant de la valorisation économique des produits de l'arganeraie un levier à la fois du développement socio-économique de la région et de la protection des écosystèmes souffre de nombreuses simplifications au regard de la situation étudiée.

Le développement d'une IG « Argan » est un des outils d'une politique agricole cherchant à soutenir l'essor des zones défavorisées (territoires enclavés, montagnes, etc.), à travers une diversification des activités et des sources de revenu des ménages ruraux. C'est une démarche procédurale, susceptible de dynamiser la filière, mais qui doit susciter une organisation collective autour d'un produit, l'huile d'argan, lié à une ressource naturelle à préserver et à un territoire spécifique. Elle doit contribuer à l'amélioration de la qualité du produit, à inciter les acteurs à innover pour s'adapter aux nouvelles exigences des marchés internationaux, en synergie avec le secteur du tourisme.

Les IG renvoient aux notions de réglementation et de rôle des pouvoirs publics, à côté des instruments de marché. Elles sont destinées à permettre une pleine valorisation économique des potentialités des territoires et des producteurs ruraux, dans un contexte de mondialisation. Elles nécessitent l'intervention d'une institution indépendante et représentative, chargée d'assurer la médiation entre les différents acteurs concernés. Portée par un collectif, l'IG passe par l'obtention d'un consensus fondé sur la médiation des intérêts, éventuellement conflictuels (François & Prak et al., 2009). Son efficacité repose sur les capacités d'action collective des parties prenantes, la mobilisation de nombreuses synergies, ainsi que sur un acteur tiers, public ou semi-public, pour la médiation. En ce sens, le cadre méthodologique des IG se rapproche des notions de médiation patrimoniale (Babin et al., 2002). Du point de vue de l'analyse économique, l'IG s'inscrit initialement dans le courant de l'économie néo-classique de l'information et de la réputation. On sait, depuis Akerlof (1970), que l'existence d'asymétries d'information sur la qualité réelle d'un produit conduit à terme à la disparition du produit de qualité. Pour qu'il se maintienne sur le marché, il faut que le consommateur dispose d'une information fiable lui permettant de ne pas se tromper, ou être trompé. Cependant, l'IG, en tant que bien collectif rattaché à un territoire, souligne l'ambivalence de la ressource argan, à la fois patrimoine commun et bien marchand. Les cadres théoriques disponibles dans le domaine de la gestion des ressources permettent-ils de rendre compte de cette ambivalence ? Peut-on concevoir, de manière autonome, une gestion de

l'arganeraie basée sur la notion de patrimoine commun ? Plusieurs courants théoriques en économie, notamment les approches patrimoniales et le courant des ressources communes (Petit & Romagny, 2009), se sont développés depuis les années 1970 et offrent des éclairages intéressants sur ce débat. Ce programme de recherche implique pourtant un changement de paradigme que les économistes sont-ils prêts à assumer ?

Bibliographie

Akerlof G., 1970. The market for lemons: quality, uncertainty and market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3) : 488-500.

Alifriqui M., 2003. *Consultation sur l'écosystème de l'arganier*. PNUD.

Babin D., M. Antona, A. Bertrand, J. Weber, 2002. Gérer à plusieurs les ressources renouvelables. Subsidiarité et médiation patrimoniale par récurrence. In : Cormier-Salem M.-C. et al. (dir.), *Patrimonialiser la nature tropicale*, Paris, IRD Éditions, coll. "Colloques et Séminaires", p. 79-99.

Bouzemouri B., 2007. Problématique de la conservation et du développement de l'arganeraie. In : Charrouf Z. (synthèse coord. par), *L'arganier, levier du développement humain du milieu rural marocain*. Actes du colloque international, Rabat, 27-28 avril, p. 15-19.

Charrouf Z., 2007. Vingt ans de recherche-action pour faire de l'arganier un levier du développement durable du milieu rural marocain. In Charrouf Z. (synthèse coord. par), *L'arganier, levier du développement humain du milieu rural marocain*. Actes du colloque international, Rabat, 27-28 avril, p. 3-13.

Chaussod R., Adlouni A., Christon R., 2005. L'arganier et l'huile d'argane au Maroc : vers la mutation d'un système agroforestier traditionnel ? *Cahiers d'étude et de recherches francophones / Agriculture*, 14 (4) : 351-356.

El Khider A., El Bouhadi A., Kchirid E. M., 2009. La croissance économique est-elle pro pauvre dans le milieu rural au Maroc ? In : actes du « 10th Mediterranean Research Meeting », workshop 4 « Competition over resources, rural poverty and agrarian policies in MENA », Mediterranean Programme of the Robert Schuman Centre for Advanced Studies at the European University Institute, Florence & Montecatini Terme, 25-28 mars.

URL : <http://www.eui.eu/RSCAS/Research/Mediterranean/papers/index.jsp?year=2009>

François M., Prak S. et al., 2009. *Indications Géographiques : protéger les marques de territoire au profit des producteurs ruraux*. GRET-CEDAC.

URL : <http://www.gret.org/ressource/pdf/igp-presentation.pdf>

Guyon M., 2008. *Analyse socio-territoriale de la filière argan dans la province d'Essaouira (sud-ouest marocain). La valorisation économique d'une ressource naturelle est-elle garante d'un développement socialement durable ?* Mémoire de Master 2 recherche « Mondialisation et Développement », université de Provence.

Lybbert T. J., 2007. Patent Disclosure Requirements and Benefit Sharing: A Counterfactual Case of Morocco's Argan Oil. *Ecological Economics*, 64 : 12-18.

Lybbert T. J., Barrett C. B., Narjisse H., 2002. Market-Based Conservation and Local Benefits: the Case of Argan Oil in Morocco. *Ecological Economics*, 41 : 125-144.

Lybbert T. J., Barrett C. B., Narjisse H., 2004. Does Resource Commercialization Induce Local Conservation? A Cautionary Tale from Southwestern Morocco. *Society and Natural Resources*, 17 : 413-430.

Migrations & Développement, 2006. *Étude sur le tourisme rural et les filières agricoles dans la province de Taroudant : huile d'argane, huile d'olive et safran*. Rapport réalisé pour la FAO.

Nouaïm R., 2005. *L'arganier au Maroc. Entre mythes et réalités. Une civilisation née d'un arbre*. Paris, L'Harmattan.

Petit O., Romagny B., 2009. La reconnaissance de l'eau comme patrimoine commun : quels enjeux pour l'analyse économique ? *Mondes en développement*, vol. 37-2009/1, n° 145 : 29-54.

Poret S., 2007. *Les défis du commerce équitable dans l'hémisphère Nord*. Cahiers du laboratoire d'économétrie de l'école Polytechnique, 2007-15, 19 p. URL : <http://www.ceco.polytechnique.fr>

Raimbeau C., 2009. Colère des paysannes de l'Atlas marocain. *Le Monde Diplomatique*, avril, n° 661 : 18-19.

Romagny B., Auclair L., Elguéroua A., 2008. La gestion des ressources naturelles dans la vallée des Aït Bouguemez (Haut Atlas) : la montagne marocaine à la recherche d'innovations institutionnelles. *Mondes en développement*, vol. 36-2008/1, n° 141 : 63-80.

Romagny B., Guyon M., 2009a. La valorisation économique des produits de l'arganeraie marocaine comme outil de protection de la biodiversité et de lutte contre la pauvreté ? In : actes du « *10th Mediterranean Research Meeting* », workshop 4 « Competition over resources, rural poverty and agrarian policies in MENA », Mediterranean Programme of the Robert Schuman Centre for Advanced Studies at the European University Institute, Florence & Montecatini Terme, 25-28 mars.

URL : <http://www.eui.eu/RSCAS/Research/Mediterranean/papers/index.jsp?year=2009>

Simenel R., 2007. *L'origine est aux frontières : espace, histoire et société dans une terre d'exil du Sud Marocain*. Thèse de doctorat en ethnologie, université Paris X-Nanterre

Simenel R., Auclair L., Guyon M., Michon G., Romagny B., Thomas Y., 2009. L'argane : l'huile qui cache la forêt domestique. De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème. *Autrepart*, n° spécial "Des produits de terroir pour conserver la diversité biologique et culturelle au Sud ? Enjeux, acteurs, instruments" (sous presse).