

## Entre authenticité et compétitivité: les paradoxes de la valorisation des produits de terroir marocains

Between authenticity and competitiveness: the paradoxes of promoting Moroccan local products

**AGHRIB Said:** Enseignant-chercheur, la Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de l'Université Cadi Ayyad.

**MOUHARIT Zineb:** Doctorante à la Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de l'Université Cadi Ayyad.

### Résumé:

Ce travail examine les dynamiques complexes entourant la valorisation des produits du terroir marocain — huile d'argan, safran, dattes, miel et autres produits locaux emblématiques — dans le contexte des profondes transformations des économies rurales et des politiques agricoles menées par l'État.

Nous avons analysé les vulnérabilités écologiques et socio-économiques qui fragilisent ces filières. La fragmentation des chaînes de valeur, montre comment les petits producteurs restent confinés aux segments à faible valeur ajoutée, tandis que les filières les plus rémunératrices (conditionnement, export, marketing) sont de plus en plus accaparées par de grandes entreprises. Par ailleurs, nous avons analysé comment les politiques (le Plan Maroc Vert, Génération Green) n'ont pas modifié en profondeur les rapports de pouvoir asymétriques entre producteurs ruraux, intermédiaires et institutions étatiques.

Les produits du terroir marocain doivent être considérés un prisme révélateur des dilemmes du développement national: entre authenticité et standardisation, entre héritage et compétitivité, entre discours d'inclusion et persistance de dépendances structurelles.

**Mots clés:** Produits de terroir, politique agricole, valorisation des produits, contraintes structurelles.

**Abstract:** This work examines the complex dynamics surrounding the valorization of Moroccan local products — argan oil, saffron, dates, honey, and other emblematic local products — in the context of profound transformations in rural economies and state-led agricultural policies. We analyzed the ecological and socio-economic vulnerabilities that undermine these sectors. The fragmentation of value chains shows how small producers remain confined to low value-added segments, while the most lucrative sectors (packaging, export, marketing) are increasingly dominated by large companies. Furthermore, we analyzed how policies (the Green Morocco Plan, Génération Green) have not fundamentally changed the asymmetric power relationships between rural producers, intermediaries, and state institutions. Moroccan local products should be considered a revealing lens into these dilemmas of national development: between authenticity and standardization, between heritage and competitiveness, between rhetoric of inclusion and persistence of structural dependencies.

**Keywords:** Local products, agricultural policy, product promotion, structural constraints.

## Introduction:

Au Maroc, les produits de terroir ne représentent pas de simples marchandises, car, en toute évidence, ils alignent à la fois entre une mémoire ancienne, qui est profondément collective, et entre un ancrage territorial qui ne se laisse pas réduire à un simple label ou une simple marque commerciale.

Qu'il s'agisse d'huile d'argan, du safran de Taliouine, ou des dattes du Tafilalet, ce ne sont pas des denrées parmi d'autres, mais les témoins d'une double histoire, en réalité: celle d'un peuple et celle d'un milieu naturel. Tous deux façonnés, au fil du temps, par la patience, par une transmission intergénérationnelle souvent silencieuse, et par une adaptation permanente aux contraintes climatiques.

Et pourtant, de tels produits ne sauraient être appréhendés sous le seul angle gustatif ou marchand. Ils incarnent aussi, et peut-être surtout, des savoir-faire accumulés, réinvestis, et transmis, qui ont permis aux communautés rurales de préserver une certaine autonomie économique et alimentaire<sup>1</sup>. Une autonomie fragile, certes. Mais une autonomie quand même. Ils traduisent une manière d'habiter le territoire, de maintenir un rapport direct avec l'écosystème, de prolonger des cycles de durabilité qui, pendant longtemps, ont garanti une subsistance locale.

Pourtant, ce patrimoine demeure fragile. L'arganeraie illustre ce paradoxe par exemple avec force: « *autrefois étendue sur près d'un million d'hectares, elle n'en couvre plus aujourd'hui qu'environ 830 000. La densité des arbres s'est effondrée sous l'effet des sécheresses répétées, de la surexploitation et de la pression anthropique.* »<sup>2</sup>

Les travaux scientifiques montrent qu'entre 1987 et 2014, près de 7 % de la superficie a disparu, tandis que 45 % de la réserve de biosphère se trouvent exposés à une érosion sévère. Ces chiffres traduisent une réalité alarmante: la base écologique sur laquelle reposent ces produits d'exception est de plus en plus vulnérable<sup>3</sup>.

À cette fragilité écologique déjà largement documentée viennent s'ajouter des tensions socio-économiques persistantes qui compromettent les promesses initiales de développement rural. Certes, les coopératives féminines d'argan ont, depuis une vingtaine d'années, ouvert de nouvelles perspectives d'émancipation et d'intégration des femmes rurales dans l'économie locale et nationale ; elles ont permis de rendre visibles des savoir-faire anciens, elles ont même été présentées, parfois abusivement, comme un modèle d'« empowerment » exportable. Mais la réalité est plus nuancée, et souvent décevante.

<sup>1</sup> Guillaumie, L. (2020). Vers la souveraineté alimentaire des communautés autochtones. Université Laval.

Disponible sur: [https://www.fsi.ulaval.ca/sites/default/files/documents/laurence-guillaumie/communautes\\_autochtones\\_brochure\\_172.pdf](https://www.fsi.ulaval.ca/sites/default/files/documents/laurence-guillaumie/communautes_autochtones_brochure_172.pdf)

<sup>2</sup> AFI, C., A. CHAKHCHAR, and B. MSANDA. 2024. "Assessing the Impact of Aridity on Argan Trees in Morocco." Resources. 13(10):135.

<sup>3</sup> EL GHAZALI, Hamza, CHERIF HARROUNI, Salma DAOUD, et Noureddine BENOADA TLEMCANI. 2021. "Impact of Climate Change on the Argan Biosphere Reserve (ABR) in Morocco." Preprints.org. DOI:10.20944/preprints202105.0536.v1.

Car ces coopératives peinent, en vérité, à conserver la valeur ajoutée générée par leur travail. La répétition est volontaire: elles peinent, elles peinent encore, et cela malgré l'engagement affiché des politiques publiques et malgré la rhétorique internationale des ONG. La chaîne de valeur (un terme d'ailleurs devenu un lieu commun, un mot-fétiche) est captée en amont et en aval par les acteurs les mieux armés — conditionneurs, exportateurs, plateformes internationales. Les productrices, elles, sont reléguées, au bout du compte, au rôle subalterne de simples fournisseuses de matière première. Or, n'est-ce pas là la reproduction, quasi mécanique, des logiques anciennes de dépendance et de marginalisation ?

Ces déséquilibres posent la question cruciale de la justice économique, mais aussi de la préservation d'un savoir-faire qui risque de se voir dénaturé par la logique marchande. Plus largement, les produits de terroir marocains se trouvent à la croisée de plusieurs dynamiques. Ils représentent à la fois une ressource économique prometteuse, un levier de rayonnement culturel, et un outil potentiel de développement territorial durable. Mais leur intégration dans les circuits internationaux impose de nouvelles contraintes: normes sanitaires strictes, certifications de qualité, volumes constants, logistique complexe<sup>1</sup>. Ces conditions, bien qu'indispensables pour répondre à la demande mondiale, risquent de transformer ces produits en objets standardisés, détachés de leurs racines culturelles et sociales.

Dès lors, une question centrale se dessine: comment concilier authenticité et compétitivité ? Comment assurer la pérennité des savoir-faire locaux, tout en permettant aux communautés rurales de tirer parti d'un marché mondialisé ? Autrement dit, comment faire de ces produits de terroir non seulement des symboles de patrimoine, mais aussi des piliers d'un développement rural inclusif et durable ?

C'est à cette problématique que répondra cet article. Dans un premier temps, nous examinerons les fragilités écologiques et socio-économiques qui menacent ces produits dans la première partie. Dans un second temps, nous analyserons les leviers susceptibles de transformer ces défis en opportunités, à travers les politiques publiques, la structuration collective et les synergies territoriales.

## **1.La valeur confisquée: logiques de dépendance et fragilité du terroir marocain**

### **1.1. Produits de terroir marocains: entre valorisation économique, vulnérabilité climatique et résilience communautaire**

Tout d'abord, il est à préciser que de nombreux produits de terroir marocains proviennent des zones rurales reculées, qui se caractérisent souvent pour un écosystème relativement vulnérable, et qui est aussi souvent soumis aux aléas du changement climatique. Par ailleurs, la disponibilité des matières premières, essentielles à la production de ces derniers peut être compromise. Si nous prenons l'exemple de l'arganeraie située dans le sud-ouest du pays, et qui relate d'un secteur qui a toujours été marqué par des sécheresses

---

<sup>1</sup> EL HAMIDY, Mohamed. 2025. "Innovative Geoproduct Development for Sustainable Tourism: Safi Province, Morocco." Sustainability 17(14):6478.

prolongées ainsi que des effets de désertification. La production des fruits d'argan a chuté dans les dernières années de manière drastique<sup>1</sup>.

Quand les récoltes sont faibles, les coopératives n'arrivent pas à récolter suffisamment de noyaux pour produire de l'huile d'argan. Les effets du changement climatique ne font qu'aggraver cette situation, à travers la diminution des précipitations et tout en menaçant la pérennité de la ressource arganeraie sur 800 000 hectares entre Essaouira et Agadir<sup>2</sup>.

D'autre part, les produits du terroir marocain sont considérés être le fruit d'un long processus, regroupant les pratiques ancestrales héritées. Il s'agit d'un long processus, qui s'étale sur des dizaines d'années voire des centaines, conduit principalement par les petits producteurs ou des artisans, qui peuvent se regrouper parfois en coopératives, mais qui travaillent souvent à une échelle modeste, et avec des moyens limités. Historiquement, ces richesses locales étaient destinées à l'autoconsommation ou vendues sur les marchés traditionnels, notamment, les (souks), dans un modèle économique qui est fondé sur la proximité et la transmission des savoirs<sup>3</sup>.

Toutefois, leur insertion dans un modèle marchand plus grand ne va pas sans soulever un ensemble de questions. La première est celle des défis et exigences que pose leur intégration à une économie structurée, et marquée par une grande compétitivité. Cela, exige qu'il s'agisse désormais d'en assurer la conformité, et de standardiser les procédés, ainsi que de respecter davantage les normes sanitaires. Par ailleurs, ces nouveaux impératifs, et s'ils ne sont pas bien réfléchis, risqueront d'affaiblir précisément ce qui faisait la spécificité et la légitimité de ces savoir-faire.

Cette transformation n'est pas sans effet non plus pour de nombreuses communautés rurales, qui souffrent d'un manque de ressources techniques et financières pour moderniser leurs pratiques sans devoir compromettre l'authenticité et la qualité du produit<sup>4</sup>.

A cet égard, la création des coopératives s'est vite imposée comme une alternative, visant à regrouper les efforts et les moyens de production des petits producteurs, dans le dessein de leur faciliter l'accès aux marchés, et de renforcer également leur résilience

---

<sup>1</sup> BEGHI, Klara Davidovic, PAUL, Anna, et PARRA, Constanza. Défis à relever dans les coopératives féminines d'arganiers du Sud-Ouest Marocain Compte-rendu d'atelier.

<sup>2</sup> EL IDRISSE, Yousra, EL MOUDDEN, Hamza, EL-GUEZZANE, Chakir, et al. The influence of the forms on the quality, chemical composition and antioxidant activity of argan oil grown in Morocco. Journal of microbiology, biotechnology and food sciences, 2023, vol. 12, no 4, p. e5794-e5794.

<sup>3</sup> HOUSSENI, Mhammad, EL MAHROUSSE, Mohamed, KASSOUT, Jalal, et al. Pratiques traditionnelles et valorisation des dattes par des produits de terroir: Cas du sirop de dattes dans les oasis du Sud du Maroc. International Journal of Innovation and Applied Studies, 2022, vol. 36, no 3, p. 678-690.

<sup>4</sup> DEBBAG, Bouchra, et al. Labellisation des produits du terroir et enjeux de développement territorial: analyse des contraintes dans le contexte marocain. Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale, 2024, vol. 9, no 1.

économique. Ce modèle peut se manifester de manière très claire dans la filière de production d'argan, où les coopératives féminines s'accaparent un rôle crucial<sup>1</sup>.

Néanmoins, ceci ne signifie guère que toutes les coopératives, sont dotées de l'expertise commerciale, essentielle à l'amélioration des techniques de production et des rendements. En réalité, beaucoup d'entre elles, peinent à être compétitives avec des opérateurs plus performants, ce qui leur pousse à vendre leur production brute à bas prix à des négociants, qui réalisent la majeure partie de la marge en l'exportant ou en la conditionnant<sup>2</sup>.

Tout d'abord, il est à préciser que la valorisation croissante des produits de terroir marocains s'inscrit dans une logique portée essentiellement par les marchés internationaux, lesquels imposent, de manière récurrente, un ensemble d'exigences normatives et quantitatives (volumes fixes, conformité sanitaire, certification de labels divers). Par ailleurs, cette intégration accélérée, souvent saluée comme un signe de modernisation, bouleverse en profondeur les équilibres locaux déjà fragiles, et ce bouleversement se traduit, dans bien des cas, par une perte de contrôle sur la ressource et par une reconfiguration des rapports sociaux<sup>3</sup>.

Il en ressort, que faute d'une architecture pouvant régir l'ensemble des opérations, la chaîne de valeur se fragmente, dans le sens où, nous observons que la plus-value glisse vers l'aval où se décident conditionnement, marketing, logistique et accès aux marchés internationaux.

Par conséquent, les petits producteurs ruraux, réduits à leur fonction initiale d'extracteurs de matière première, se trouvent ainsi exclus du partage des bénéfices. Cette exclusion s'accroît parallèlement par des rapports sociaux déjà établis et hiérarchisés par le genre et la communauté. Le cas de l'argan nous en donne une illustration paradigmatique.

Pendant des décennies, le travail d'extraction de l'huile relevait d'un domaine réservé aux femmes rurales<sup>4</sup>, qui à la fois impliquait un savoir-faire minutieux, et qui assurait un revenu certes modeste mais relativement stable au sein du foyer rural. Or, la course à la valorisation externe, à travers les labels de qualité, et les exigences de traçabilité, a introduit de nouveaux acteurs (exportateurs, conditionneurs, investisseurs) dont la puissance de négociation et de ressources reconfigure toute la scène locale.

<sup>1</sup> SEGDOUD, Jamal, ABDELKHALIK, Hicham, AZOUAOUI, Hassan, et al. Facteurs clés de succès des coopératives de produits de terroir: Étude de cas des coopératives des régions Souss-Massa et Drâa-Tafilalet. IJDAM• International Journal of Digitalization and Applied Management, 2024, vol. 1, no 1, p. 18-41.

<sup>2</sup> KARIM, Noura, BENGRICH, Mustapha, et OUMIL, Rachid. Évaluation de l'innovativité des organisations sociales marocaines: Cas des coopératives d'Argane de la région Souss Massa. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2023, vol. 4, no 2-2, p. 1-21.

<sup>3</sup> Berriane, M. (2023). Les campagnes marocaines à l'ère des produits de terroir et des spécificités locales. [En ligne]. Disponible sur:

[https://www.academia.edu/download/123861352/Chapitre\\_15\\_Les\\_campagnes\\_marocaines\\_a\\_l\\_ere\\_des\\_produits\\_de\\_terroir.pdf](https://www.academia.edu/download/123861352/Chapitre_15_Les_campagnes_marocaines_a_l_ere_des_produits_de_terroir.pdf) (consulté le 25 septembre 2025).

<sup>4</sup> CORMIER, Amandine et GANA, Alia. Les coopératives de production de l'huile d'argan: une valorisation des patrimoines amazigh au service des femmes rurales du Souss-Massa?. Asinag, 2022, no 17, p. 131-148.

Dans cette nouvelle reconfiguration, surgissent de nouveaux intermédiaires masculins, et qui sont issus, pour partie, des mêmes douars, mais qui sont armés d'une meilleure puissance de négociation et d'une meilleure mobilité. Par ailleurs, ce déplacement du travail d'extraction, apparemment anodin, désarticule en profondeur l'ordre ancien: les femmes, longtemps dépositaires exclusives de la cueillette, se voient reléguées à la périphérie de la chaîne de valeur<sup>1</sup>. Dans le même temps, l'arrivée des grandes entreprises industrielles, marocaines ou étrangères creuse davantage le fossé. Bénéficiant de capacités financières considérables, ces firmes s'emparent des segments les plus rentables, notamment, le raffinage, le conditionnement, et la logistique d'export<sup>2</sup>.

Fortes de leurs moyens financiers et de leur puissance, les grandes firmes nationales ou transnationales confondues en la matière, déploient aujourd'hui une pratique d'écramage systématique, qui consiste notamment en l'acquisition de volumes colossaux à prix bradés, la modulation opportuniste des flux, voire la raréfaction sciemment organisée de la matière première afin de comprimer davantage les cours.

Face à ces stratégies, les coopératives artisanales, déjà fragilisées par une trésorerie exsangue, se trouvent refoulées aux confins du marché, ainsi qu'incapables de tenir des délais de paiement extensibles à l'infini, ou de s'aligner sur les tarifs imposés d'en haut. Par conséquent, un bon nombre d'entre elles ont dû fermer, privant ainsi de nombreuses femmes rurales de leur emploi et de leur autonomie économique<sup>3</sup>.

Ce cas met en lumière, avec une acuité presque clinique, ce paradoxe même de la réussite marchande et commerciale. En fait, nous pouvons en conclure que lorsque l'activité est laissée à sa seule dynamique interne, et lorsqu'elle n'est pas régulée de manière rigoureuse, la concentration des profits s'accumule au profit de quelques opérateurs limités, et, ce faisant, il ébranle l'ossature même des systèmes productifs dits traditionnels, porteurs pourtant des équilibres sociaux les plus fragiles.

Ensuite, rappelons-le, les horizons qu'ouvre l'internationalisation des produits de terroir marocains s'accompagnent, dans le même sillage d'une série de défis redoutables: logistique complexe, marketing exigeant, adaptation permanente aux standards des marchés étrangers. Ainsi, désormais, l'emballage minutieusement travaillé, l'étiquetage plurilingue gorgé d'informations, ainsi que la quête – devenue quasi incontournable – des sceaux de légitimité biologique, ou encore les labels « commerce équitable », « indication géographique

<sup>1</sup> BENBIHI, Lahcen et LAHFIDI, Abdelhaq. Commerce équitable et résilience des coopératives: le cas d'une coopérative féminine d'argane dans le contexte de Covid-19 au Maroc. Alternatives Managériales et Economiques, 2021, vol. 3, no 4, p. 538-557.

<sup>2</sup> IBNEZZYN, Nouredine, BENABDELLAH, Majid, et AITLHAJ, Abderrahmane. Analyse SWOT de la filière de l'arganier: Etat des lieux, défis et des perspectives. Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires, 2022, vol. 10, no 2, p. 287-291.

<sup>3</sup> ACHADMI, Nadia et TALIBI, Miloud. Défis et Perspectives des Coopératives Féminines d'Argan au Maroc. African Scientific Journal, 2024, p. 706-706.

» ou « appellation d'origine », se sont imposés comme autant de marques de différenciation indispensables pour séduire le consommateur international et asseoir la crédibilité du produit<sup>1</sup>.

Au-delà donc de ces impératifs techniques, s'avance une autre exigence, celle de garantir un flux et un volume minimaux des produits de terroir une fois qu'ils soient intégrés aux réseaux de distribution internationaux. Or, ceci, suppose une production stable et d'une grande taille, ce qui représente un défi majeur pour les petits producteurs.

En guise d'exemple, pour qu'une « huile d'argan » s'invite de manière durable dans une grande chaîne de supermarchés européens, les producteurs doivent être capable d'en fournir des quantités fixes en continu, ce qui pousse les producteurs à passer par des exportateurs intermédiaires agréant plusieurs coopératives<sup>2</sup>. Toutefois, le revers est bien connu, si cette mutualisation garantit un accès aux marchés, elle entraîne toutefois une diminution de la marge bénéficiaire revenant à chaque productrice.

D'autre part, l'accès aux IG ou aux AO représente un processus laborieux, ainsi qu'une certaine lourdeur technique, que tous les producteurs ne sont pas en mesure de maîtriser. Par ailleurs, s'impose presque comme une obligation de fournir le soutien technique et financier aux petits producteurs désirant de développer leurs filières.

À cet égard, il faudrait souligner que le PMV a déjà permis d'enregistrer 62 produits protégés, pourtant, il est à appréhender également que dans les coulisses, un foisonnement de filières demeure en suspens, faute d'un accompagnement véritablement structurant<sup>3</sup>. Chose qui justifie l'urgence, de repérer sans délai les produits à haut potentiel, puis d'épauler leurs producteurs dans la mise au point de cahiers des charges ainsi que l'obtention de certification<sup>4</sup>.

Toutefois, l'obtention de labellisation à elle seule ne suffit pas,; encore faut-il que les producteurs se dotent d'une structure collective apte à se positionner sur les marchés. De ce fait, il demeure essentiel de créer des coopératives ou de fédérations interprofessionnelles dans le but d'une commercialisation plus compétitive, notamment à l'international<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> IBNEZZYN, Nouredine, BENABDELLAH, Majid, et AITLHAJ, Abderrahmane. Analyse SWOT de la filière de l'arganier: Etat des lieux, défis et des perspectives. Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires, 2022, vol. 10, no 2, p. 287-291.

<sup>2</sup> BOULKHIR, Layla et TOUHAMI, Fatima. L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL FEMININ AU MAROC: ANALYSE DES DEFIS SOCIO-ECONOMIQUES ET SOCIOCULTURELS DANS LES COOPERATIVES INNOVANTES. International Journal of Economics and Management Sciences, 2024, vol. 3, no 2, p. 30-42.

<sup>3</sup> DAHMANI, Abdelaziz et ELKBIR, E. L. Le plan Maroc vert en faveur des coopératives agricoles, une nouvelle stratégie, une gouvernance renouvelée, de nouveaux moyens. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2022, vol. 3, no 3-1, p. 171-185.

<sup>4</sup> AITHEDA, Abdellatif. LA CONSOMMATION DES PRODUITS DE TERROIR: UN VECTEUR DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE AU MAROC. Proceedings des actes du CIMSO, vol. 20, p. 18.2020

<sup>5</sup> AZDI, GHIZLANE, CHAKOR, ABDELLATIF, et HAJOUJ, Loubna. IMPACT DE LA STRATEGIE E-MARKETING SUR LA PROMOTION ET LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE

## 1.2. La transformation des modes de production

Tout d'abord, il convient de souligner que l'essor des coopératives agricoles au Maroc ne relève pas d'une simple dynamique endogène, mais qu'il s'inscrit dans une orientation stratégique beaucoup plus large, visant la revalorisation des produits de terroir et la structuration progressive de filières rurales longtemps fragmentées<sup>1</sup>. À partir du Plan Maroc Vert (2008), ces structures collectives ont été explicitement encouragées, non seulement comme instruments de mise en marché et de modernisation, mais aussi – et cela mérite insistance – comme leviers d'autonomisation économique pour des catégories de petits producteurs qui, jusque-là, restaient largement marginalisées<sup>2</sup>.

Dans des territoires ruraux souvent marqués par une dispersion chronique des unités de production, par une faiblesse persistante de l'organisation des acteurs et par un isolement quasi structurel, la coopérative s'est imposée comme un outil d'agrégation des efforts, de mutualisation des ressources, et de renforcement d'un pouvoir de négociation trop souvent déficient<sup>3</sup>.

Cette fonction apparaît avec acuité dans les filières emblématiques, celles de l'huile d'argan, du safran de Taliouine, ou encore des plantes aromatiques et médicinales, où les femmes rurales ont trouvé un espace de visibilité, mais aussi de fragilité accrue face aux logiques de marché mondialisées<sup>4</sup>.

D'autre part, ces coopératives ne remplissent pas uniquement une mission économique au sens strict. Elles constituent également des lieux de transmission de savoir-faire locaux, parfois séculaires, qui tentent de se maintenir en même temps qu'elles s'adaptent, laborieusement, aux contraintes normatives contemporaines: traçabilité, hygiène, certification, standardisation<sup>5</sup>.

Adopter, dès lors, une logique résolument collaborative donnerait aux productrices la possibilité de conjuguer leurs forces, et d'abolir cette fragmentation des volumes qui, aujourd'hui, les handicape. Au lieu de marchander, chacune pour soi, des contrats minuscules, ce collectif franchirait le seuil de la masse critique, qui est clef des marchés d'exportation les

---

TERROIR DES COOPERATIVES AGRICOLES MAROCAINES. Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, 2024, vol. 6, no 2, p. 183–206.

<sup>1</sup> Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. (2019). Bilan du Plan Maroc Vert.

<sup>2</sup> Ghorfi, Y. (2016). La valorisation des produits du terroir dans le cadre du PMV. Revue Marocaine de l'Agriculture, 12(2), pp. 45–56.

<sup>3</sup> GIZ Maroc. (2018). Filières agricoles et dynamiques coopératives au Maroc: enjeux et perspectives.

<sup>4</sup> HCP. (2020). Le rôle des coopératives dans l'inclusion économique des femmes rurales au Maroc.

<sup>5</sup> RAIF, Maha, AITHEDA, Abdellatif et BRIBICH, Said. La labellisation des produits de terroir dans le cadre de l'économie sociale et solidaire au Maroc: le consommateur en est-il conscient ? Moroccan Journal of Business and Social Sciences, vol. 2, n° 1, 2023.

plus structurés, tout en observant, à la lettre, les exigences parfois pointilleuses de l'Indication Géographique<sup>1</sup>.

Malgré les promesses initiales attachées aux coopératives rurales – et plus particulièrement aux coopératives féminines – dans le domaine de la valorisation des produits de terroir, leur efficacité réelle sur le terrain demeure entravée par une série de paradoxes structurels. Le premier, qui n'est pas le moindre, relève de la dimension technique et logistique: pour satisfaire aux exigences de marchés internationaux de plus en plus contraignants (volumes constants, procédures de traçabilité, obtention de certifications multiples), les petites structures locales se trouvent bien souvent dépourvues, faute de moyens financiers, de compétences spécialisées et d'un accompagnement technique véritablement structurant.

Or, ce paradoxe est d'autant plus révélateur que les outils censés offrir un avantage compétitif se transforment parfois en obstacles supplémentaires. Ainsi, la labellisation, présentée dans les discours officiels comme un levier de valorisation incontournable, devient dans la pratique une barrière à l'entrée, alourdissant la charge administrative et pesante sur des budgets déjà fragiles. En effet, les coûts élevés et la complexité procédurale inhérente à ces dispositifs excluent de fait une grande partie des petits producteurs, précisément ceux qui étaient censés bénéficier de ces mécanismes<sup>2</sup>.

Parallèlement, il faut souligner que les coopératives, déjà fragilisées par leurs limites internes, se trouvent confrontées à une concurrence de plus en plus marquée de la part de grandes firmes, souvent bien capitalisées et mieux insérées dans les réseaux commerciaux, qui s'approprient, sans trop de peine, les segments les plus rentables de la chaîne de valeur: conditionnement, exportation, logistique, marketing, bref, tout ce qui assure la captation effective des bénéfices. Ce processus de « captation de la valeur » – expression désormais consacrée mais qui traduit bien une réalité de dépossession progressive – réduit considérablement la capacité des coopératives à conserver la plus-value localement<sup>3</sup>. Dans le cas emblématique de l'argan, ce sont les industriels, parfois étrangers mais pas uniquement, qui raflent les marges bénéficiaires en aval, laissant aux coopératives le soin de rester cantonnées à l'étape initiale, celle de l'extraction, répétitive et faiblement rémunératrice.

Ce déséquilibre économique, déjà flagrant, s'accompagne en outre d'un recul social évident: celui du rôle des femmes rurales, qui pourtant ont historiquement porté ces filières et qui en constituaient la véritable ossature. Des études montrent que l'arrivée d'acteurs

<sup>1</sup> FAOUZI, Jamaa. Approche perceptuelle et modélisatrice de la performance: cas des coopératives au Maroc. Revue Française d'Economie et de Gestion, 2021, vol. 2, no 4.

<sup>2</sup> CHOUKR-ALLAH, Khadija. Défis et perspectives des coopératives féminines d'argan au Maroc. Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing, n°27-34, 2019, pp. 285-297.

Disponible en ligne: <https://revues.imist.ma/index.php/RMRMM/article/view/21710>

<sup>3</sup> Dossa, Zahir A. Co-operatives: A Development Strategy? An Analysis of Argan Oil Cooperatives in South-West Morocco. In: The Oxford Handbook of the Social and Solidarity Economy. Oxford: Oxford University Press, 2021.

masculins, mieux formés, mieux outillés et plus mobiles, reconfigure la division du travail et écarte progressivement les femmes des fonctions centrales, qu'il s'agisse de la gestion, de la commercialisation, ou même de la négociation avec les acheteurs<sup>1</sup>. Dans les coopératives d'argan, l'exemple est révélateur: un grand nombre de femmes ont été reléguées aux tâches subalternes, perdant ainsi à la fois des revenus et une reconnaissance sociale durement acquise.

## 2. Vers une valorisation durable et compétitive

### 2.1. Les défis de l'internationalisation

L'accès des produits de terroir marocains aux marchés internationaux se joue d'abord sur le terrain des normes, qui varient entre labellisation, certifications, volumes, standardisation.

Prenons la labellisation. Le Maroc s'est félicité en 2022 de la reconnaissance de sa norme biologique nationale, « Bio-Maroc », par l'IFOAM–Organics International<sup>2</sup>. Un succès, dit-on. Mais qu'est-ce que cela signifie réellement quand les surfaces certifiées bio au Maroc peinent à dépasser quelques milliers d'hectares, dans un pays qui compte plus de 8 millions d'hectares cultivés<sup>3</sup>? Comment parler d'« insertion compétitive » quand la certification devient pour les petits producteurs une charge financière et administrative insupportable (audits répétés, contrôles tatillons, cahiers des charges illisibles)?

Viennent ensuite les certifications sanitaires et de qualité. L'Union Européenne exige à titre d'exemple certaines certifications, telles que « HACCP, ISO 22000, BPF... »<sup>4</sup> et surtout la conformité aux limites maximales de résidus (LMR) fixées par l'UE<sup>5</sup>.

Les laboratoires marocains accrédités « ISO 17025 », tel AGQ Labs à Casablanca, assurent ces analyses de résidus et contaminants<sup>6</sup>, certains obtenant même la certification QS

<sup>1</sup> Argan Oil Trade and Access to Benefit Sharing: A Matter of Economic Survival for Rural Women of the Souss-Massa (Morocco). DOI: 10.1007/s10745-023-00453-6.

<sup>2</sup> Fellah Trade. 2022. « Le Maroc obtient le certificat d'admission de la norme biologique marocaine Bio-Maroc dans la famille des normes IFOAM ».

<sup>3</sup> Ministère de l'Agriculture. 2020. Annuaire de statistiques agricoles. Rabat.

<sup>4</sup> L'Union européenne exige, à titre d'exemple, certaines certifications et systèmes de contrôle, tels que HACCP (obligatoire selon le Règlement CE n°852/2004), ISO 22000 (système de management de la sécurité des denrées alimentaires reconnu internationalement), ou encore les BPF — Bonnes pratiques de fabrication — qui sont intégrées dans plusieurs directives communautaires relatives à la sécurité alimentaire (Union européenne, 2004 ; ISO, 2018).

<sup>5</sup> Union européenne. 2005. Règlement (CE) n°396/2005 du Parlement européen et du Conseil du 23 février 2005 relatif aux limites maximales applicables aux résidus de pesticides dans ou sur les denrées alimentaires et les aliments pour animaux d'origine végétale et animale. Journal officiel de l'Union européenne L70, 16 mars 2005.

<sup>6</sup> AGQ Labs Maroc. 2024. « Contrôles analytiques pour l'exportation agroalimentaire ». Casablanca.

reconnue en Allemagne<sup>1</sup>. Mais là encore, force est de constater que ce qui est présenté comme « sécurisation de l'export » équivaut surtout à une exclusion des petits producteurs, incapables de supporter les coûts récurrents.

La question des volumes est tout aussi cruciale. Comment une coopérative d'argan de 50 femmes ou un groupement de safran de Taliouine peut-il répondre à une commande européenne de plusieurs tonnes, régulière, standardisée ? La fragmentation foncière, le morcellement des filières, l'absence de logistique (chaîne du froid, conditionnement certifié, stockage adapté) rendent la chose quasi impossible.

Et que dire de la standardisation ? Peut-on vraiment exiger qu'une huile d'argan, un miel de thym ou un lot de dattes du Tafilalet soient parfaitement homogènes — calibrés au millimètre, normalisés selon des critères de laboratoire — alors que leur valeur réside précisément dans leur variabilité, leur inscription dans un terroir singulier ? Le paradoxe est évident: ce qui fait la force symbolique (l'authenticité, la diversité) devient une faiblesse commerciale dès lors que l'on entre dans la logique du marché mondialisé<sup>2</sup>.

Enfin, une nouvelle couche de contraintes s'impose: le Green Deal européen<sup>3</sup>, la neutralité carbone, la réduction drastique des pesticides. Tout cela est, bien sûr, « légitime » au nom de l'environnement, mais dans les faits cela agit comme une barrière non tarifaire supplémentaire, un filtre qui risque d'écarter encore davantage les producteurs marocains les plus fragiles.

Au total, la labellisation coûte, la certification exclut, le volume manque, la standardisation dénature. Sans intervention publique massive, sans politiques d'appui réelles, la fameuse « valorisation internationale » des produits de terroir reste une promesse incantatoire.

Il est devenu presque trivial de rappeler que les produits de terroir, pour accéder aux marchés nationaux et a fortiori internationaux, passent par des circuits d'intermédiation complexes, entre grossistes, négociants, exportateurs, et plateformes logistiques. Mais ce processus, masque en fait l'essentiel: la dépendance structurelle des petits producteurs à ces intermédiaires, qui captent une part disproportionnée de la valeur ajoutée<sup>4</sup>.

En effet, les marges réalisées au niveau du producteur demeurent extrêmement faibles. Les enquêtes menées sur les filières safran à Taliouine ou argan dans le Souss<sup>5</sup> montrent que moins de 20 % du prix final revient effectivement au producteur. Le reste se disperse dans une

<sup>1</sup> Certains laboratoires marocains, tel AGQ Labs, ont obtenu la certification QS — système allemand de management de la qualité et de la sécurité alimentaire reconnu officiellement par la QS Qualität und Sicherheit GmbH (QS, 2024).

<sup>2</sup> El Aoufi, N. 2010. Économie marocaine: structures et mutations. Casablanca: La Croisée des Chemins.

<sup>3</sup> Commission européenne. 2020. The European Green Deal. Communication from the Commission COM(2019) 640 final. Brussels: European Commission.

<sup>4</sup> Pascon, Paul. 1977. Le Haouz de Marrakech. 2 vols. Rabat: Éditions Marocaines et Internationales.

<sup>5</sup> Bessaoud, O. & Montaigne, E. 2019. « La labellisation des produits de terroir au Maroc: atout ou obstacle pour les petits producteurs ? » Cahiers Agricultures 28(6): 64002.

succession d'intervenants: transporteurs, courtiers, conditionneurs, exportateurs, qui imposent leurs conditions de prix, profitant de l'absence d'organisation collective robuste et du faible pouvoir de négociation des coopératives<sup>1</sup>.

Le risque d'exclusion est donc bien réel: les petits producteurs, incapables de supporter les coûts de certification ou d'atteindre les volumes exigés, se voient marginalisés au profit de firmes bien capitalisées, souvent urbaines, qui monopolisent les créneaux les plus rentables<sup>2</sup>. Ce mécanisme - concentration de la valeur en amont et marginalisation des acteurs de base- reproduit ce que l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle a qualifié de « risque de dépossession » des communautés locales si des mécanismes équitables de redistribution ne sont pas mis en place<sup>3</sup>.

Et pourtant, la rhétorique officielle continue de présenter la valorisation des terroirs comme un levier de développement inclusif. Or, force est de constater que le modèle dominant favorise surtout les acteurs déjà insérés dans les chaînes d'export, accentuant les inégalités régionales et sociales. Peut-on encore parler de « développement local » lorsque les revenus nets des producteurs stagnent, alors que les marges commerciales en aval explosent ?

## **2.2. Vers une intégration réelle: entre ambitions publiques et réalités économiques**

Il est devenu courant d'affirmer que l'Etat joue un rôle « structurant » dans l'intégration des produits de terroir, mais encore faut-il préciser en quoi consiste cette structuration: mécanismes financiers, ouverture (ou fermeture) des marchés publics, reconnaissance officielle des labels, autant de leviers qui, selon l'usage qu'on en fait, peuvent soutenir ou au contraire marginaliser les producteurs<sup>4</sup>.

S'agissant des mécanismes financiers. Les politiques publiques ont multiplié les fonds dédiés: Fonds de développement agricole (FDA), Fonds Hassan II pour le développement économique et social, dispositifs de soutien spécifiques aux filières labellisées. Le Plan Maroc Vert, puis « Génération Green 2020-2030 », ont prévu des subventions directes pour les systèmes d'irrigation, la plantation d'arbres fruitiers, ou la modernisation des coopératives<sup>5</sup>. Mais, force est de constater que l'accès effectif à ces financements reste inégal: les exploitations structurées, bien connectées administrativement, en bénéficient davantage que

<sup>1</sup> Akesbi, N. 2011. « Le Plan Maroc Vert: une analyse critique », in Questions d'économie marocaine. Rabat: PUM.

<sup>2</sup> Berriane, M. 2015. Tourisme, terroirs et développement local au Maroc. Casablanca: La Croisée des Chemins.

<sup>3</sup> OMPI. 2017. Indications géographiques et communautés locales: opportunités et défis. Genève: Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

<sup>4</sup> Akesbi, N. 2011. « Le Plan Maroc Vert: une analyse critique », in Questions d'économie marocaine. Rabat: PUM.

<sup>5</sup> Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. 2020. Annuaire de statistiques agricoles. Rabat: Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts.

les petites coopératives enclavées<sup>1</sup>. À la promesse d'un appui « inclusif » se substitue souvent une logique sélective, qui reproduit les déséquilibres existants.

Ensuite, pour les marchés publics. L'Etat s'est engagé, à réserver une part des commandes publiques aux produits locaux et du terroir<sup>2</sup>. Cela devait constituer un débouché stable, un signal fort de reconnaissance économique. Pourtant, sur le terrain, les procédures d'appel d'offres demeurent trop complexes, trop lourdes, et les petites structures n'ont ni les compétences juridiques ni les capacités financières pour y répondre<sup>3</sup>. Résultat paradoxal: les marchés publics, censés être inclusifs, deviennent l'apanage d'opérateurs plus grands, souvent urbains, qui captent ces opportunités en lieu et place des producteurs locaux.

Enfin, la reconnaissance des labels. Depuis la loi 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité<sup>4</sup>, plusieurs produits marocains ont obtenu des Indications Géographiques protégées ou appellations d'origine protégées: l'huile d'argan<sup>5</sup>, le safran de Taliouine<sup>6</sup>, les dattes de Mejhoul<sup>7</sup>, le miel de Euphorbia. L'Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires est chargé de contrôler la conformité et d'homologuer les cahiers des charges. Mais, là encore, l'expérience montre que le label, censé protéger le producteur, peut surtout bénéficier à l'exportateur ou au conditionneur, mieux armés pour exploiter la valeur ajoutée<sup>8</sup>. La communauté locale, censée être la détentrice du savoir-faire, se retrouve souvent reléguée à une position subalterne — on le voit notamment dans le cas de

<sup>1</sup> Akesbi, N. 2011. « Le Plan Maroc Vert: une analyse critique », in Questions d'économie marocaine. Rabat: PUM.

<sup>2</sup> Dans le décret n° 2-22-431 relatif aux marchés publics, version du 9 mars 2023, il est stipulé que pour les marchés de fournitures, les spécifications techniques peuvent intégrer le degré d'utilisation des produits d'origine marocaine ou des produits artisanaux marocains.

<sup>3</sup> Akesbi Najib. Questions d'économie marocaine. Rabat: Presses Universitaires du Maroc, 2011. ISBN 978-9954-30-350-4.

<sup>4</sup> Loi n° 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, promulguée par le Dahir n° 1-08-56 du 23 mai 2008. Bulletin Officiel n° 5640 du 5 juin 2008. Disponible sur: <https://adala.justice.gov.ma>.

<sup>5</sup> Huile d'argan (IGP « Argane »): Texte BO (exigences d'étiquetage pour l'huile d'argan bénéficiant de l'IGP), document officiel numérisé.

<sup>6</sup> Safran de Taliouine (AOP/IG): Décret ministériel publié au Bulletin officiel (référence d'homologation). Ex. notice BO du 05/08/2010 mentionnant l'appellation d'origine « Safran de Taliouine »

<sup>7</sup> Liste d'IG marocaines citée dans un rapport officiel américain (USDA/FAS – FAIRS), reprenant les décrets d'IG marocains (dont Mejhoul, Clémentine de Berkane, Safran de Taliouine)

<sup>8</sup> Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). 2021. Indications géographiques: un guide pour comprendre et utiliser le potentiel économique des IG (WIPO Publication No. 952). Genève: OMI. Disponible sur: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_952\\_2021.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_952_2021.pdf) (consulté le 23 octobre 2025).

l'huile d'argan, où la certification internationale a surtout profité aux entreprises exportatrices installées à Casablanca ou Agadir.

Au total, l'Etat est bien présent, parfois même trop présent, mais son rôle reste ambigu: structurant, certes, mais pas toujours pour les acteurs que l'on croit. Et alors, la question revient, pour qui agit-on, au juste ? Pour les communautés rurales dont on invoque la valorisation à chaque discours, ou pour les nouveaux intermédiaires institutionnels qui, sans bruit, captent la rente symbolique et économique du « terroir » ?

### **2.3. Tisser les alliances du terroir: quand l'agriculture dialogue avec le tourisme, l'artisanat et les territoires**

La « dynamique locale » a toujours été très encouragée, car en effet, les coopératives, les labels, les territoires, et sans l'intervention de l'Etat, ne peuvent pas vraiment tenir debout.

Dans ce sens, le rôle de l'Etat demeure très déterminant pour donner fin à ces initiatives, dans le sens où, une certaine instauration de mécanismes financiers, qui sont très minutieusement ciblés, permettrait une montée en puissance des architectures collectives. En plus, l'instauration d'achats institutionnels garantis, par exemple, l'approvisionnement réservé des hôtels ou des compagnies aériennes nationales en produits marocains labellisés, tels que les huiles d'olive, le miel, safran, et ainsi de suite, pourrait s'avérer être un levier majeur, de sorte à stabiliser la demande, consolider la viabilité économique des filières, et, dans le même mouvement, ancrer durablement ces produits d'exception au cœur de l'économie nationale, tout en projetant leur renommée vers les marchés internationaux.

Il est à ajouter également, que toute valorisation des produits de terroir, et pour qu'elle aboutisse, ne peut être pensée en dehors d'une vision plus ample de développement rural intégré, où se croisent agriculture, artisanat et propriété intellectuelle, le tout, dans une synergie permettant de tisser des écosystèmes économiques à la fois durables et vivants.

Une autre composante de cette synergie, pourrait être également le gastro tourisme, qui apparaît, à cet égard, comme un levier stratégique pour dynamiser les régions productrices et stimuler l'économie locale<sup>1</sup>.

En effet, et à travers la mise en place d'un ensemble de circuits thématiques, tels que la « Route de l'Argan », la « Route du Safran » ou encore la « Route des Fromages », offrirait au visiteur une plongée directe dans les villages producteurs, là où les gestes anciens se donnent encore à voir sans artifice. Et l'on voit déjà les retombées: des revenus frais s'infusent dans les campagnes, qu'il s'agisse d'hébergement chez l'habitant, d'achat de pièces d'artisanat, ou même d'une cuisine traditionnelle<sup>2</sup>. Notons enfin que l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle a déjà enrôlé le Maroc dans son programme consacré au tourisme

<sup>1</sup> QUIQUEREZ, Alexandre et DENORMANDIE, Julien. Gastronomie et droit: Entre droit culturel et droit économique. Bruylant, 2022.

<sup>2</sup> SAHNOUNE, Atina et SAIT, Inel. La créativité artisanale et le développement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou: Cas Des bijoutiers kabyles. 2022. Thèse de doctorat. Université Mouloud Mammeri.

gastronomique et à la propriété intellectuelle, soulignant ainsi l'intérêt stratégique d'une telle convergence<sup>1</sup>.

En définitive, la valorisation des produits de terroir marocains se révèle un chantier d'une grande envergure: chaque maillon, du champ à l'assiette, résonne avec les autres, si bien qu'aucune avancée technique ou commerciale ne saurait porter ses fruits sans l'appui d'une structuration collective. Les labels, qu'il s'agisse d'Indication Géographique ou de « Cuisine du Terroir Marocain », n'ont de sens qu'adosés à des coopératives fédérées, à des filières soutenues par des mécanismes financiers ciblés, à des circuits touristiques capables de faire vibrer la mémoire gustative du voyageur.

Ainsi, nous concluons qu'un cercle vertueux se dessine ici: les producteurs, soudés sous une bannière commune, gagnent la masse critique ; l'Etat, garantit l'environnement propice ; le consommateur, enfin, découvre une expérience authentique et, ce faisant, entérine la pérennité économique de ces savoir-faire. Reste alors à hisser ces initiatives, au rang de politique nationale cohérente: c'est là, sans doute, pour que le patrimoine culinaire marocain cesse d'être un trésor latent et devienne, durablement, une force vive, ouverte sur le monde.

### Conclusion

En définitive, la trajectoire des produits de terroir marocains raconte moins une histoire de réussite qu'un lent glissement. Ce que l'on appelait jadis développement rural s'est peu à peu transformé en intégration commerciale, et cette intégration, sous couvert de modernisation, a reconduit les asymétries que l'on prétendait corriger. Les mots ont changé — compétitivité, traçabilité, label — mais la logique demeure: la valeur s'éloigne du territoire à mesure qu'on y célèbre l'authenticité.

Les coopératives, souvent citées en exemple, ont bien ouvert un espace d'expression et d'autonomie, mais cet espace reste fragile. Leur rôle d'intermédiaire entre tradition et marché les place dans une position instable: assez visibles pour porter l'image du terroir, trop faibles pour en maîtriser les bénéfices. L'Etat, pour sa part, accompagne plus qu'il ne régule ; il stimule sans redistribuer. Sa présence est réelle, son impact plus incertain.

Reste que ces filières, avec leurs contradictions et leurs promesses, dessinent une part essentielle du Maroc contemporain: un pays qui cherche encore comment conjuguer ouverture économique et justice territoriale, comment préserver le geste ancien sans l'enfermer dans la nostalgie. Peut-être faut-il voir dans ces tensions non un échec, mais la forme même du mouvement: celui d'une économie en quête d'équilibre entre la reconnaissance de ses racines et la nécessité de survivre dans un monde marchand.

Ainsi, les produits de terroir ne sont pas seulement un enjeu agricole ou commercial ; ils sont un miroir. Ils reflètent la capacité du pays à tenir ensemble mémoire et modernité, singularité et ouverture.

<sup>1</sup> Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). 2022. Valorisation du patrimoine gastronomique marocain au moyen de la propriété intellectuelle. Genève: OMI. Consulté le [19/03/25]. Disponible à: [https://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/fr/agenda/docs/rapport\\_maroc\\_octobre2022\\_fr.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/fr/agenda/docs/rapport_maroc_octobre2022_fr.pdf)

### Bibliographie

ACHADMI, N. et TALIBI, M. (2024). « Défis et Perspectives des Coopératives Féminines d'Argan au Maroc ». *African Scientific Journal*, 2024, p. 706-706.

AFI, C., A. CHAKHCHAR, and B. MSANDA. (2024). "Assessing the Impact of Aridity on Argan Trees in Morocco." *Resources*. 13(10):135.

AITHEDA, A. (2020). « La consommation des produits de terroir: un vecteur de développement économique au Maroc ». *Proceedings des actes du CIMSO*, vol. 20, p. 18.2020.

AKESBI, N. (2011). « Le Plan Maroc Vert: une analyse critique », in *Questions d'économie marocaine*. Rabat: PUM.

Akesbi, N. (2011). *Questions d'économie marocaine*. Rabat: Presses Universitaires du Maroc, 2011. ISBN 978-9954-30-350-4.

AZDI, G., CHAKOR, A, et HAJOUI, L. (2024). « Impact de la stratégie e-marketing sur la promotion et la commercialisation des produits de terroir des coopératives agricoles marocaines ». *Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique.*, vol. 6, no 2, p. 183-206.

BENBIHI, L. et LAHFIDI, A. (2021). « Commerce équitable et résilience des coopératives: le cas d'une coopérative féminine d'argane dans le contexte de Covid-19 au Maroc ». *Alternatives Managériales et Economiques*, 2021, vol. 3, no 4, p. 538-557.

BERRIANE, M. (2023). Les campagnes marocaines à l'ère des produits de terroir et des spécificités locales. [En ligne]. Disponible sur: [https://www.academia.edu/download/123861352/Chapitre\\_15\\_Les\\_campagnes\\_marocaines\\_a\\_l\\_ere\\_des\\_produits\\_de\\_terroir.pdf](https://www.academia.edu/download/123861352/Chapitre_15_Les_campagnes_marocaines_a_l_ere_des_produits_de_terroir.pdf) (consulté le 25 septembre 2025).

BERRIANE, M. (2015). *Tourisme, terroirs et développement local au Maroc*. Casablanca: La Croisée des Chemins

BESSAOUD, O. et MONTAIGNE, E. (2019). « La labellisation des produits de terroir au Maroc: atout ou obstacle pour les petits producteurs ? » *Cahiers Agricultures* 28(6): 64002.

BOULKHIR, L. et TOUHAMI, F. (2024). L'entrepreneuriat social féminin au maroc: analyse des défis socio-économiques et socioculturels dans les cooperatives innovantes. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 2024, vol. 3, no 2, p. 30-42.

CHOUKR-ALLAH, K (2019). « Défis et perspectives des coopératives féminines d'argan au Maroc ». *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, n°27-34, 2019, pp. 285–297.

CORMIER, A. et GANA, A. (2022). Les coopératives de production de l'huile d'argan: une valorisation des patrimoines amazigh au service des femmes rurales du Souss-Massa?. *Asinag*, 2022, no 17, p. 131-148.

DAHMANI, A. et ELKBIR, E. L. (2022). « Le plan Maroc vert en faveur des coopératives agricoles, une nouvelle stratégie, une gouvernance renouvelée, de nouveaux moyens ». *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, vol. 3, no 3-1, p. 171-185.

DEBBAG, B. et al. (2024). « Labellisation des produits du terroir et enjeux de développement territorial: analyse des contraintes dans le contexte marocain ». *Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale*, 2024, vol. 9, no 1.

Dossa, Z-A. (2021). « Co-operatives: A Development Strategy? An Analysis of Argan Oil Cooperatives in South-West Morocco. In: *The Oxford Handbook of the Social and Solidarity Economy*. Oxford: Oxford University Press.

El Aoufi, N. (200). Économie marocaine: structures et mutations. Casablanca: La Croisée des Chemins. Commission européenne.. The European Green Deal. Communication from the Commission COM (2019) 640 final. Brussels: European Commission.

EL GHAZALI, Hamza, CHERIF HARROUNI, Salma DAOUD, et Noureddine BENOADA TLEMCANI. 2021. "Impact of Climate Change on the Argan Biosphere Reserve (ABR) in Morocco." Preprints.org. DOI:10.20944/preprints202105.0536.v1.

EL HAMIDY, M. (2025). "Innovative Geoproduct Development for Sustainable Tourism: Safi Province, Morocco." *Sustainability* 17(14):6478.

EL IDRISSE, Y. et al. (2023). The influence of the forms on the quality, chemical composition and antioxidant activity of argan oil grown in Morocco. *Journal of microbiology, biotechnology and food sciences*, 2023, vol. 12, no 4, p. e5794-e5794.

FAOUZI, J. (2021). « Approche perceptuelle et modélisatrice de la performance: cas des coopératives au Maroc ». *Revue Française d'Economie et de Gestion*, vol. 2, no 4.

GHORFI, Y. (2016). « La valorisation des produits du terroir dans le cadre du PMV ». *Revue Marocaine de l'Agriculture*, 12(2), pp. 45-56.

GUILLAUMIE, L. (2020). Vers la souveraineté alimentaire des communautés autochtones. Université Laval. Disponible sur: [https://www.fsi.ulaval.ca/sites/default/files/documents/laurenceguillaumie/communautes\\_autochtones\\_brochure\\_172.pdf](https://www.fsi.ulaval.ca/sites/default/files/documents/laurenceguillaumie/communautes_autochtones_brochure_172.pdf).

HCP. (2020). Le rôle des coopératives dans l'inclusion économique des femmes rurales au Maroc.

HOUSSNI, M. et al. (2022). « Pratiques traditionnelles et valorisation des dattes par des produits de terroir: Cas du sirop de dattes dans les oasis du Sud du Maroc ». *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 2022, vol. 36, no 3, p. 678-690.

IBNEZZYN, N. et al. (2022). « Analyse SWOT de la filière de l'arganier: Etat des lieux, défis et des perspectives. *Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires* », vol. 10, no 2, p. 287-291.

KARIM, N., BENGRICH, M., et OUMILIL, R. (2023). « Évaluation de l'innovativité des organisations sociales marocaines: Cas des coopératives d'Argane de la région Souss Massa ». *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2023, vol. 4, no 2-2, p. 1-21.

MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DE LA PECHE MARITIME, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. (2019). Bilan du Plan Maroc Vert.

PASCON, P. (1977). Le Haouz de Marrakech. 2 vols. Rabat: Éditions Marocaines et Internationales.

QUIQUEREZ, A. et DENORMANDIE, J. (2022). *Gastronomie et droit: Entre droit culturel et droit économique*. Bruylant, 2022.

RAIF, M., AITHEDA, A. et BRIBICH, S. (2023). La labellisation des produits de terroir dans le cadre de l'économie sociale et solidaire au Maroc: le consommateur en est-il conscient ? Moroccan Journal of Business and Social Sciences, vol. 2, n° 1.

SAHNOUNE, A. et SAIT, I. (2022). La créativité artisanale et le développement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou: Cas Des bijoutiers kabyles. *Thèse de doctorat*. Université Mouloud Mammeri.

SEGDOUD, J. et al (2024). « Facteurs clés de succès des coopératives de produits de terroir: Étude de cas des coopératives des régions Souss-Massa et Drâa-Tafilalet ». *IJDAM• International Journal of Digitalization and Applied Management*, 2024, vol. 1, no 1, p. 18-41.