

## Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnement et réponses / Tourism and local development in the Moroccan High Atlas Mountains : some questions and answers

In: Revue de géographie alpine. 1996, Tome 84 N°4. pp. 15-23.

### Abstract

ENG : Morocco! central High Atlas Mountains! integrated development! tourism! local development of mountain areas

### Résumé

Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnement et réponses Tourism and local development in the Moroccan High Atlas Mountains : some questions and answers Ahmed Bellaoui Résumé : Suite à un programme de recherche interuniversitaire franco-marocain conduit pendant 3 ans par les départements de géographie de Grenoble et de Marrakech, et dont les objectifs et la problématique sont tout d'abord rappelés, l'auteur analyse les forces et faiblesses d'un projet de développement de la montagne marocaine principalement axé sur l'activité touristique, conduit par les responsables marocains dans le Haut-Atlas central avec l'aide de la coopération française. Il montre ensuite les décalages entre la logique des pouvoirs publics et la perception du tourisme par les populations montagnardes.

---

### Citer ce document / Cite this document :

Bellaoui Ahmed. Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnement et réponses / Tourism and local development in the Moroccan High Atlas Mountains : some questions and answers. In: Revue de géographie alpine. 1996, Tome 84 N°4. pp. 15-23.

doi : 10.3406/rga.1996.3882

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rga\\_0035-1121\\_1996\\_num\\_84\\_4\\_3882](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rga_0035-1121_1996_num_84_4_3882)

---

# Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnements et réponses

Ahmed Bellaoui

Département de Géographie, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Université Cadi Ayyad de Marrakech

## I. Objectifs et problématique de recherche

L'action de recherche engagée dans le cadre de l'action intégrée menée par les géographes de Grenoble et de Marrakech se proposait d'approfondir la réflexion engagée par les gouvernements et par les chercheurs marocains et français sur l'expérience de développement du Haut-Atlas central (notamment sur la commune de Tabant, en pays Aït Bougmez, dans la Province d'Azilal) en vue :

- d'en effectuer un premier bilan, sur la base de l'analyse de ses réalisations ;
- de débattre de son éventuel élargissement aux autres parties du Haut-Atlas d'abord, et à l'ensemble des espaces montagneux marocains ensuite ;
- d'engager une réflexion plus générale sur le contenu d'une politique globale de développement des zones de montagne au Maroc, et ce en tenant compte des paramètres suivants :

- les nombreuses interrogations que l'on peut se poser sur la valeur des modèles et sur les conditions de leur transfert ;
- les spécificités des différentes composantes géographiques de l'espace montagnard marocain (de la base au sommet de tout système montagneux et du Rif à l'Anti-Atlas) ;
- l'évolution du contenu théorique de concepts couramment utilisés quoique généralement mal maîtrisés tels que tourisme intégré, développement concerté, développement participatif, politique de développement.

Cette action de recherche, à la fois théorique et pratique, avait pour but d'apporter des éléments de réponse aux multiples questions qui viennent à l'esprit au sujet d'une expérience de développement fondée principalement sur le tourisme et l'apprentissage des métiers de la montagne (accompagnement touristique, artisanat etc.). Des questionnements que l'on peut résumer de la façon suivante :

### LE TOURISME, POUR QUELS ENJEUX ?

– Peut-il dynamiser, de manière décisive, un espace dont l'économie a toujours été dominée par les activités traditionnelles de l'agriculture et de l'élevage, et donc servir de base à son développement à l'exemple du tourisme de montagne des pays développés ?

– Doit-il plutôt servir de simple secteur d'appoint, en vue de soutenir les secteurs économiques de base, d'occuper et de retenir sur place une jeunesse de plus en plus hostile aux activités traditionnelles ?

– Doit-il continuer à rester une activité totalement dépendante de l'extérieur, du monde urbain en particulier, être une sorte de secteur spéculatif entièrement réservé aux investisseurs et promoteurs citadins dans le but, non pas de dynamiser l'économie locale, mais de répondre à une demande urbaine de dépaysement, d'exotisme et d'évasion, en exploitant des ressources auxquelles les populations locales sont encore totalement indifférentes ?

#### QUELLE(S) FORME(S) DE TOURISME ?

La richesse des ressources touristiques offertes par le Haut-Atlas impose des choix. Ce qui suppose qu'il faille trouver une réponse à la question suivante : vers quelles formes de tourisme doit-on prioritairement s'engager ? Est-ce vers

- un tourisme basé sur le sport et l'effort physique ?
- un tourisme de repos et de villégiature ?
- un tourisme thermal ?
- un tourisme national et/ou international ?
- un tourisme de masse, ou s'adressant à de petits groupes ou à une élite ?

La diversité et la spécificité des produits touristiques du Haut-Atlas et des autres parties du système montagneux marocain imposent, à notre avis, une grande prudence quant aux réponses à apporter aux questions précédentes. Mais n'y a-t-il pas lieu, dans un premier temps au moins, d'inventorier l'ensemble des produits touristiques haut-atlasiques dans le double but de les connaître d'abord, de mieux les faire connaître ensuite ?

D'où la nécessité d'une politique de promotion et d'information en vue d'une plus grande ouverture sur le marché aussi bien national qu'international.

#### QUELLES INFRASTRUCTURES, QUELS ÉQUIPEMENTS ET À QUELS COÛTS ?

Il est bien évident qu'il n'y a pas de tourisme sans un minimum d'infrastructures de base en matière de moyens de communication (pistes carrossables ; routes ; réseau téléphonique...) et d'équipements touristiques (refuges, gîtes chez l'habitant, auberges...). Mais, là encore, le choix s'impose entre des équipements lourds et coûteux et des équipements légers et relativement bon marché.

D'où la nécessité, d'une part d'opter pour des infrastructures adéquates et à des prix abordables, par conséquent à la portée du grand nombre, d'autre part de distinguer entre les équipements lourds et onéreux à faire réaliser par les pouvoirs publics (État, Région, Province ou Commune) et les équipements légers à faire réaliser par les acteurs privés du tourisme.

#### QUELS IMPACTS SUR LE MILIEU LOCAL ?

L'introduction relativement récente du tourisme dans un espace aussi fragile et aussi enclavé que le Haut-Atlas n'est pas sans avoir d'importantes incidences sur le milieu

local, tant au plan naturel qu'au plan humain (effets économiques, sociaux, culturels...) L'avènement du fait touristique dans les espaces montagneux marocains pose bien des problèmes au nombre desquels il faut compter ceux

- de la dégradation des paysages ;
- de la protection des patrimoines naturel et culturel ;
- de la désagrégation sociale ;
- de l'intégration de l'activité touristique dans le tissu économique en place ; autrement dit, des rapports de force entre des activités peu rémunératrices mais indispensables au groupe (l'agriculture et l'élevage) et une activité rémunératrice mais totalement impulsée et gérée de l'extérieur (le tourisme) ? ou encore des rétro-actions en termes de dynamisation réciproque ou en termes de compétition ?

#### QUELS MODES DE GESTION ET QUELLES RELATIONS ENTRE LES PARTENAIRES TOURISTIQUES ?

En raison des nombreuses migrations de loisir justifiées par les besoins de récréation et de repos, et des importants flux monétaires qu'elles engendrent, le tourisme associe un grand nombre de partenaires : l'Etat et les collectivités locales en tant qu'instigateurs et incitateurs ; les promoteurs et professionnels du tourisme, aussi bien nationaux qu'étrangers, en tant qu'investisseurs ; mais aussi les communautés villageoises de la montagne en tant que prestataires de services. Pour que l'association soit bénéfique à l'ensemble de ces partenaires, cela suppose l'existence d'une véritable synergie entre eux, laquelle ne peut être obtenue qu'à travers des modes et des structures de gestion touristique adaptés.

Il s'agit là d'une série de questions auxquelles les différents travaux effectués par les géographes de Grenoble et de Marrakech ont essayé d'apporter des réponses, sur la base de l'analyse des nombreuses actions engagées et réalisées dans le cadre du Projet de Développement du Tourisme de Montagne.

## **II. Le projet de développement du tourisme de montagne : forces et faiblesses**

Arrivé au terme de sa phase expérimentale, le PDTM a besoin d'être évalué : il apparaît nécessaire de mettre en évidence à la fois les points forts et les points faibles de cette expérience-pilote dans le but de pouvoir procéder à certaines adaptations ou à certains rééquilibrages, ou encore d'affiner certaines interventions. Nous pensons qu'une réflexion à la fois objective et constructive peut aider un éventuel transfert du modèle du Haut-Atlas central à d'autres massifs marocains, voire même à évoluer vers une stratégie de développement spécifique aux zones de montagne du pays. Un bilan sommaire des forces et faiblesses de l'expérience-pilote de Tabant nous amènera à nous demander si le PDTM a atteint les objectifs pour lesquels il a été conçu à l'origine.

### LES POINTS FORTS DU PDTM

Conçu pour compléter le Projet du Haut-Atlas Central, le PDTM s'était fixé comme axes d'intervention :

- la réalisation d'une infrastructure de base
- la formation aux métiers de la montagne
- le développement des activités traditionnelles (artisanat et agro-pastoralisme)
- la réflexion sur les méthodologies appropriées au développement en milieu rural montagnard.

Même s'il est encore prématuré d'évaluer de manière définitive les incidences des différentes actions engagées dans le cadre de l'expérience-pilote, il semble que les volets relatifs à la formation et à la mise en place d'une certaine infrastructure de base constituent les deux principales actions à mettre à l'actif du projet. En effet, après la construction du Centre de Formation Aux Métiers de Montagne (CFAMM) à Tabant et d'une micro-centrale hydro-électrique à Aït Imi pour en assurer l'électrification, l'ouverture d'une piste de 75 km pour relier le centre au chef-lieu de la Province via la localité des Aït Mhammed, il a été procédé à la formation d'un nombre non négligeable à la fois de techniciens du tourisme, de menuisiers et d'apiculteurs, tel qu'il se dégage des chiffres suivants :

- accompagnateurs : 220 en 1995, contre 159 en 1992 et 16 seulement 1986 ;
- menuisiers : 15 en 1992 ;
- sculpteurs : 10 en 1992 ;
- apiculteurs : 10 en 1992.

Le centre assure, par ailleurs, l'encadrement à domicile d'un nombre important de tisserandes pour lesquelles il a été créé des ateliers-contacts dans deux villages de la vallée des Aït Bougmez. Ces actions de formation ont entraîné la collaboration bienveillante du ministère de l'Artisanat et des Affaires sociales qui a procédé au recrutement d'une tisserande-monitrice chargée de l'animation d'un atelier de tissage à Tabant, qui groupe près de 30 jeunes filles des villages avoisinants.

Assurée au départ uniquement par des intervenants français, la formation est aujourd'hui dispensée par des équipes mixtes franco-marocaines.

### LES POINTS FAIBLES DU PDTM

Bien qu'il ait contribué, par ailleurs, en matière d'équipement touristique, à la construction de 5 refuges d'altitude et à l'aide à l'aménagement de près de 30 gîtes d'étape chez l'habitant (18 à Tabant, 8 à Aït Bou Oulli et 4 à Zawiyat Ahançal), le projet ne semble pas avoir atteint tous les objectifs escomptés dans le domaine du développement économique local.

En effet, même si l'apiculture a été plus ou moins encouragée par la formation d'apiculteurs et l'installation d'un rucher-école moderne, et même si certains arbres fruitiers ont été introduits (le pommier par exemple), l'essentiel des activités traditionnelles ne semble pas avoir été touché et les incidences de l'activité touristique nouvellement intro-

duite sur les activités traditionnelles de l'artisanat et de l'agro-pastoralisme demeurent très limitées, les passerelles entre les types de comportement économique n'ayant pas véritablement fonctionné. Au lieu d'une intégration économique, le projet semble avoir donné naissance à une inquiétante dualité dont les effets, à la fois sur l'économie et la société locales, peuvent être particulièrement pervers, et à la limite peuvent concourir à l'anti-développement. Car même si le tourisme a engendré quelques apports financiers, le revenu net, qui reste sur place, demeure faible (en moyenne moins de 10 % des sommes dépensées par les touristes étrangers venus randonner dans la région) et ne concerne qu'une minorité d'acteurs économiques, principalement les accompagnateurs. L'artisanat et l'agriculture, et même le commerce pour une grande partie, restent en dehors des nouveaux circuits économiques engendrés par le tourisme : les approvisionnements en denrées alimentaires comme en équipements domestiques, voire en souvenirs (achat de tapis et de poteries par exemple) continuent à se faire en ville, comme dans le passé. Ceci est d'autant vrai qu'en montagne, les commerces, en dehors du jour du souk, sont encore rares, que les fellahs et les artisans sont encore peu portés à la commercialisation du fruit de leur travail et que le touriste lui-même est plus ou moins tenté de réduire au maximum ses dépenses une fois le forfait de son séjour (par ailleurs relativement élevé) payé à l'agence. Situés à l'autre bout du circuit, le fellah et encore moins l'artisan ne profitent guère de la « manne » touristique.

Par ailleurs, même si l'avènement du fait touristique, depuis le début des années 80, a permis la réinvention de l'espace haut-atlasique, sa « touristification » sur les plans aussi bien économique que social, pose problème. Au lieu de permettre la rencontre « en douceur » des deux modèles de culture – celui du touriste nanti et de l'autochtone plus ou moins pauvre – le tourisme s'est traduit par la création, au niveau d'un même territoire physique, de deux « espaces » totalement différents qui risquent, n'étant pas véritablement complémentaires, de devenir conflictuels. La coexistence plutôt tendue de deux modes de société aussi décalés l'un par rapport à l'autre, au sein d'un territoire relativement restreint, constitue pour les populations locales une source supplémentaire de frustration.

En outre, même si les accompagnateurs semblent profiter de retombées financières appréciables, comme nous l'avons souligné ci-dessus, ceux-ci commencent à leur tour à subir certains effets pervers ou négatifs de l'activité touristique elle-même : l'irrégularité de la fréquentation, une très forte rivalité professionnelle (les accompagnateurs formés semblent déjà trop nombreux par rapport à la demande), des rapports souvent envenimés avec les autres professionnels du tourisme, l'apparition d'accompagnateurs « clandestins »... Autant d'effets qui obligent les accompagnateurs, soit à partir vers d'autres horizons (parfois après mariage avec une de leurs clientes), soit à pratiquer une activité autre que le tourisme (le retour à la terre, la création d'un commerce...), soit encore, pour les plus dynamiques et les plus aisés d'entre eux, la recherche de leur propre clientèle pour accéder au statut d'un professionnel indépendant du tourisme.

### III. Le tourisme entre la logique des pouvoirs publics et la perception des populations montagnardes

L'étude comparée des forces et faiblesses du Projet pour le Développement du Tourisme de Montagne fait donc apparaître celui-ci comme une action de formation et d'accompagnement (plutôt qu'un véritable projet de développement), les différentes actions ayant été greffées sur le centre de formation de Tabant ; comme une série de mesures de lutte contre le sous-emploi et le chômage en milieu rural, destinées à retenir sur place la jeunesse montagnarde qui ne demanderait qu'à partir. Bref, une action qui, en dehors du tourisme, ne concerne les autres acteurs et secteurs économiques que de façon indirecte, à travers les lauréats du centre de formation aux métiers de montagne, toutes spécialités confondues.

La question qui se pose, suite à ces observations, est de savoir si ces lauréats, par ailleurs peu nombreux, sont à même de servir d'animateurs, et donc de support à une quelconque stratégie de développement local. Une fois leur formation assurée, ou après quelques années d'exercice, les lauréats de Tabant ne seront-ils pas tentés de partir vers de meilleurs horizons, et donc de ne pas s'implanter sur place ? Seront-ils décidés à se réinvestir durablement dans leurs lieux d'origine, les régions de montagne en particulier, ou ne risquent-ils pas, à l'instar de la plupart des jeunes scolarisés des zones rurales, de se laisser attirer par le mirage de la ville ?

L'importance accordée au volet de la formation fait que la réussite du projet demeure intimement liée aux comportements des lauréats de Tabant. Cette stratégie de développement est-elle en mesure de réaliser l'intégration, combien indispensable, des différents acteurs locaux entre eux, et donc de créer les conditions d'une réelle politique de développement local ? Autrement dit, peut-on créer, à partir de l'accompagnateur, et secondairement du menuisier, de la tisserande et de l'apiculteur, une dynamique à la fois sociale et économique susceptible de stimuler un développement rural intégré, adapté et durable ?

La réponse à ces questions passe entre autres, à notre avis, par l'analyse des comportements des populations locales dans leur ensemble à l'égard du fait touristique matérialisé par l'accompagnateur. Or, il nous a semblé que ces comportements trouvaient leur explication dans l'inadéquation, en matière de tourisme, entre la logique des pouvoirs publics et la perception des populations de la montagne. Pour tout Etat, en effet, le tourisme est avant tout un secteur économique comme un autre (l'agriculture, l'artisanat, l'industrie, le commerce, les services...), c'est-à-dire une activité génératrice d'emplois. Il est aussi, quand il prend un caractère international, une importante source de devises indispensables à l'équilibre de la balance des paiements. Il peut être, enfin, un outil non négligeable de développement aux niveaux aussi bien local et régional que national, et donc servir de levier à toute politique appropriée d'aménagement du territoire. Autant de raisons qui font que le tourisme occupe une place de choix dans la politique de développement économique et social d'un grand nombre de pays tels que le Maroc.

Illustration non autorisée à la diffusion

**Refuge d'Izourar et l'Azurki (Haut-Atlas central).** Photo J. Herbin.

Pour les populations locales, plus préoccupées par les lendemains immédiats, la place accordée au tourisme dans leur quotidienneté est inséparable de la perception qu'elles ont du « berrani » (l'étranger au pays) d'abord, et de l'activité touristique proprement dite ensuite. Pour les montagnards du Haut-Atlas comme pour la quasi totalité des populations des sociétés peu développées, l'étranger peut être perçu soit comme l'hôte de Dieu, et donc comme un être bien vu, accepté, qu'il s'agit de bien servir, de respecter, voire même de protéger ; soit comme un intrus, une personne indésirable, quelqu'un que l'on fuit, que l'on n'hésite pas à insulter, à maltraiter, à exploiter ou à voler. Ces deux comportements aussi contradictoires peuvent s'expliquer à notre avis par les éléments suivants :

- le fait que le tourisme est ici un fait relativement récent. Car, en dehors des membres des familles installées en ville et de quelques rares amis citadins qui se rendaient en visite au village en période d'été, les étrangers, toutes origines confondues, étaient relativement rares en pays montagneux, surtout en hiver. Hormis les marchands ambulants, les étrangers ne s'aventuraient guère au delà des souks hebdomadaires essaimés à l'intérieur du massif haut-atlasique ;
- le fait que les populations locales sont à la fois mal préparées et mal outillées pour se lancer dans l'activité touristique : pas de routes, pas d'infrastructures d'accueil, pas d'épargne et pas de savoir-faire aussi bien en matière de promotion que de commercialisation du tourisme ;
- le fait que le tourisme ait été, et continue à être encore aujourd'hui, impulsé et géré de l'extérieur, les professionnels du tourisme étant soit des citadins, soit des étrangers. D'où le désintéressement des populations locales qui ne se sentent nullement concernées par une activité qui n'est pas la leur, qui les dépasse, ou qui, au mieux, les exploite ;

– le fait que la fréquentation touristique ait été, jusqu'à une date récente, l'apanage des étrangers, et donc des « roumis » qui sont, aux yeux des montagnards, des êtres bien différents à la fois par la taille, la couleur des yeux, des cheveux et de la peau, par la religion et par les mœurs et coutumes (mangeurs de porc, buveurs d'alcool, fumeurs de cigarettes, porteurs de culottes courtes pour les hommes et de décolletés pour les femmes...). Autrement dit des êtres que les femmes et les enfants se devaient de fuir et que seuls les citadins et les lettrés pouvaient approcher ;

– le fait que le tourisme, aux yeux des populations montagnardes, n'est pas à proprement parler une activité économique ; elle n'occupe encore qu'une faible minorité de familles, elle ne dure que quelques mois dans l'année et elle n'exige pas, à leur avis, de véritable qualification professionnelle.

Pour lever cette inadéquation entre la logique de l'Etat et les comportements des populations montagnardes à l'égard de l'activité touristique, et par extrapolation à l'égard de tout projet de développement conçu ailleurs, il nous semble nécessaire :

1. d'aider les populations montagnardes à « s'aligner » sur la logique des pouvoirs publics, et donc de réaliser un certain compromis entre les deux attitudes, en menant d'importantes campagnes de vulgarisation, de sensibilisation, d'information et de formation auprès des principaux acteurs économiques locaux, par l'intermédiaire soit des accompagnateurs eux-mêmes, soit des élus locaux ;
2. d'œuvrer à la réhabilitation du milieu rural montagnard, notamment à la revalorisation de ses activités traditionnelles, dans le but de faire obstacle à l'exode, combien destructurant, des jeunes les plus dynamiques et les plus entreprenants ;
3. d'opérer un réel rééquilibrage des priorités qui ont servi de base à l'opération pilote menée dans le Haut-Atlas central, notamment en faveur des activités agro-sylvo-pastorales et en faveur d'une fréquentation touristique nationale ;
4. d'agir sur les mentalités encore très conservatrices des populations montagnardes, en vue de contourner, et par la suite de modifier, les comportements et attitudes négatifs à l'égard de l'innovation et du changement en général, dans le domaine du tourisme comme des autres activités ;
5. de jeter des passerelles entre les différents secteurs économiques locaux par le biais de la formation, celle-ci étant, de nos jours, un important outil de développement ;
6. de réserver une place de choix aux populations locales, dans la prise de décision et dans la conception de tout projet d'intérêt local. Cette responsabilisation, qui doit s'appuyer sur les élus, sur les associations locales, sur les compétences individuelles et, pourquoi pas, sur le ou les centres de formation créés sur place, doit être à même de garantir aussi bien la réalisation de tout projet que sa continuité, et de permettre ainsi une intégration entre la formation et les comportements socio-économiques.

Ceci est d'autant plus vrai que, selon nous, le développement ne doit être en aucun cas l'affaire des seuls techniciens de bureau, qu'ils fussent planificateurs, financiers ou économistes. Pris dans le sens d'un « projet global de transformation de la société aux points de vue politique, économique, sociologique, culturel... » (Encyclopédie Universelle, Paris, 1990), le développement est aussi, et surtout, l'affaire du groupe social directement

concerné. D'où l'intérêt d'associer les populations locales, non pas à la seule exécution de projets technocratiques pensés ailleurs, mais surtout de les consulter et de les associer au projet dès le stade de l'élaboration ; tout projet de développement devant être, à notre sens, discuté avec les groupes directement concernés. Car, à notre avis, il n'y a de vrai développement qu'un développement endogène et participatif qui s'inscrit, bien évidemment, dans un contexte plus général de concertation, de partenariat et de coopération à l'échelle à la fois des Provinces, des Régions et des États. Ce qui signifie, en d'autres termes, qu'il n'y a pas de développement sans décentralisation, seule condition susceptible de permettre aux populations, dans le cadre d'une véritable démocratie locale, de participer, par l'intermédiaire de leurs élus, à l'élaboration de leur propre stratégie de développement.