

**Atelier professionnel du MASTER EDEV Étude du Développement
Université Paul Valéry de Montpellier
Promotion 2018-2019**

En collaboration avec :
CIRAD (Centre International de Recherche Agronomique pour le
Développement)
RIAM (Réseau des Initiatives Agroécologiques Maroc)

RAPPORT FINAL

**Durabilité des systèmes alimentaires et innovations urbaines
*Étude du Système Participatif de Garantie
du RIAM à Rabat (Maroc)***



SOMMAIRE

Sommaire	2
Table des Figures	4
Table des cartes	4
Table des photos	4
Table des tableaux	4
Introduction	5
Partie 1. Le SPG Rabat comme objet d'étude.....	6
1. Questionnements, objectifs et méthodologie	6
1.1 Problématique et cadre analytique.....	6
1.2 Méthodes et déroulement de la collecte de données	7
2. Qu'est-ce que le SPG de Rabat ?	11
2.1 Origine et genèse du dispositif.....	11
2.2 Principes et valeurs, fonctionnement.....	11
2.3 La labellisation : un processus d'apprentissage, de contrôle et de valorisation par la confiance	15
Conclusion partielle.....	17
3. Une association entre producteurs et consommateurs : qui sont-ils ?.....	19
3.1 Profils des producteurs	19
3.2 - Profil des consommateurs	21
3.3 Les lieux de commercialisation	22
Partie 2. Impacts visibles et attendus du SPG	25
1. Impacts environnementaux	25
1.1 Débat autour du cahier de charges.....	25
1.2 Impacts environnementaux visibles, attendus et souhaités	26
2. Impacts alimentaires et nutritionnels	27
2.1 Des produits perçus comme étant « de qualité »	27
2.2 Une prise de conscience chez les consommateurs	27
2.3 Une disponibilité et diversité limitées.....	28
3. Impacts sociaux- économiques	29
3.1 Débats autour d'un prix « juste ».....	29
3.2 Impacts sur les revenus et la création d'emplois	29
4. Impacts liés à la gouvernance	30
4.1 Changements sur le plan organisationnel de gestion du groupe local.....	30
4.2 Autour des produits SPG : visibilité du dispositif et du label.....	32

PARTIE 3. Verrous et points d'attention	33
1. Divergences Autour des valeurs prônées ?	33
2. Controverses à propos du cahier des charges	33
3. confiance, concurrence, conflit : les débat autour du processus de certification ?	34

TABLE DES FIGURES

Figure 1 Cartographie des acteurs impliqués directement ou indirectement dans le SPG Rabat.....	8
Figure 2. Origine du dispositif SPG.....	11
Figure 3 : Organigramme du RIAM et organisation du groupe local.	14
Figure 4 Processus de labellisation SPG	16
Figure 5 : Déroulement des visites au sein du SPG-RABAT.	17
Figure 6 : Schéma simplifié du mode d'organisation et de gouvernance du SPG	18
Figure 7 : Synthèse schématisée des impacts du SPG	25

TABLE DES CARTES

Carte 1. Localisation de l'étude	6
Carte 2 Carte des lieux enquêtés au sein de Rabat	9
Carte 3 : Localisation des producteurs du SPG	21
Carte 4 : Localisation des lieux de commercialisation des produits du SPG	22

TABLE DES PHOTOS

Photo 1 : Marché Souk El Fallah	23
Photo 2 : Marché Nature et Eveil.....	24

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Caractéristiques des entretiens réalisés.....	10
Tableau 2 : Profils et caractéristiques des producteurs du SPG	20

INTRODUCTION

Ce rapport synthétise les principaux résultats de l'atelier professionnel réalisé par la promotion 2018-2019 du Master 2 EDEV (Étude du développement) de l'Université Montpellier 3,¹ centré sur la question de la durabilité des systèmes alimentaires. Le projet pédagogique de l'atelier professionnel s'est construit autour d'une étude et d'un travail de terrain collectif à Rabat au Maroc.

Cet atelier a répondu à une commande du projet international URBAL (Urban-Driven Innovations for Sustainable Food Systems) du CIRAD, qui utilise la recherche participative pour développer et tester une méthodologie holistique et collaborative afin de cartographier les chemins d'impact entre des innovations urbaines et l'ensemble des dimensions de la durabilité des systèmes alimentaires. Certains impacts des innovations sont évidents, mais d'autres sont indirects, rétroactifs, inattendus ou différés. Il s'agit par ailleurs de s'interroger sur la nature et l'interrelation des différents impacts produits par une innovation sur l'ensemble des dimensions de la durabilité : sociale, économique et environnementale, mais également celles relatives à la nutrition et à la santé, à la gouvernance et à la sécurité alimentaire. La cartographie Urbal des chemins d'impact de l'innovation vise à illustrer cette complexité. Le projet Urbal s'intéresse à 8 innovations urbaines dans le monde (<http://www.urbalfood.org/the-project/>), dont celle d'un « Système Participatif de Garantie » (SPG) à Rabat. L'atelier collectif a eu pour objectifs de contribuer à la première étape de la méthode appliquée à ce cas d'étude. Les termes de référence du stage sont insérés en annexe 1.

Le montage pédagogique de l'atelier a associé l'Université Paul Valéry de Montpellier (Faculté des Sciences humaines et des sciences de l'environnement), le CIRAD (Centre International de Recherche sur l'Agronomie et le Développement) de Montpellier et le RIAM (Réseau des Initiatives Agro-écologiques au Maroc), association nationale accompagnant la valorisation de l'agroécologie.² Dans un contexte où la seule certification pour l'Agriculture Biologique disponible au Maroc relève de la norme européenne, est apparu la nécessité de développer un système de garantie de proximité moins cher et plus appropriée pour des petits producteurs qui vendent leurs produits localement sous la forme SPG. L'atelier professionnel a donc visé un diagnostic et une étude concrète de ce dispositif pour en dégager les impacts sur la durabilité des systèmes alimentaires à la fois du point de vue économiques, sociaux, organisationnels et territoriaux.

L'atelier s'est déroulé entre Montpellier et Rabat. Dans une première étape, ont eu lieu des cours théoriques et pratiques à l'Université Paul Valéry incluant des interventions de collègues du CIRAD et un atelier-débat avec les acteurs du RIAM ayant eu lieu en décembre 2018. Dans une deuxième étape, les étudiants de la promotion ont été amenés à mener une enquête de terrain à Rabat et ses alentours lors d'un séjour de 10 jours sur place (du 5 au 15 février 2019) visant à conduire une série d'entretiens auprès de différents acteurs, d'observations et de visites de site (marchés, exploitations agricoles, etc.). Suite aux analyses des données de terrain, le travail collectif a donné lieu à une restitution orale et écrite, dont les principaux éléments sont repris de façon synthétique dans ce rapport.

¹ Les étudiants ayant participé à l'atelier sont : Khalilou Diagne, Léna Faury, Amal Seybi, Amina Yayé Arbi, Walid Sekhara, Hana Brini.

² Cet atelier professionnel n'aurait pu être possible sans les appuis financiers du projet URBAL (CIRAD) et de l'UFR3 de l'Université Paul Valéry (Faculté des Sciences Humaines et des Sciences de l'Environnement). Le projet URBAL (N° FC 2015/2440 • N° FDNC Ellgt 00063479) est financé dans le cadre de l'appel à projets "Thought for Food0 Initiative" porté conjointement par Agropolis Fondation, la Fondazione Cariplo and la Fondation Daniel & Nina Carasso via le programme "Investissements d'avenir" de l'ANR-10-LABX-0001- 01. Précisons également que l'entreprise ORIKA a contribué à la faisabilité pratique de l'atelier par le biais du versement de ses taxes d'apprentissage. L'atelier a été conduit sous la responsabilité pédagogique de Geneviève Cortes (UM3) et Elodie Valette (CIRAD), avec l'appui de Sylvaine Lemeilleur (CIRAD), Juliette Sermage (Chargée d'étude) et Olivier Lepiller (CIRAD).

PARTIE 1. LE SPG RABAT COMME OBJET D'ETUDE



CARTE 1. LOCALISATION DE L'ETUDE

1. QUESTIONNEMENTS, OBJECTIFS ET METHODOLOGIE

1.1 PROBLEMATIQUE ET CADRE ANALYTIQUE

Dans la région de Rabat, on compte un nombre croissant d'agriculteurs qui souhaitent mettre en avant auprès des consommateurs leurs engagements écologiques dans leur ferme. En parallèle, des consommateurs urbains de plus en plus nombreux recherchent ce type de qualité écologique dans les produits alimentaires qu'ils achètent. Des distributions de paniers, des épiceries et des marchés de producteurs se développent actuellement sur la zone urbaine de Rabat –Salé pour répondre à cette demande.

Le RIAM (Réseau des initiatives agro-écologiques au Maroc) est une association nationale qui accompagne la valorisation de ses initiatives à travers la mise en lien et le partage entre les acteurs de l'agroécologie. Dès 2011, le réseau fait émerger le besoin de développer un signe de qualité (label) sur les produits ou les fermes afin d'aider les consommateurs à connaître l'origine, la production ou la fabrication des produits qu'ils achètent. Dans un contexte où la seule certification pour l'Agriculture Biologique disponible au Maroc relève de la norme européenne, est apparu la nécessité de développer un système de garantie de proximité moins cher et plus appropriée pour des petits producteurs qui vendent leurs produits localement sous la forme d'un « Système Participatifs de Garantie » (SPG).

Les SPG sont des systèmes de certification participative qui se sont développés dans le domaine de l'agriculture, de l'écologie et de l'alimentation. Ils visent à garantir aux acheteurs l'engagement des producteurs du respect de pratiques de production durables reconnues à travers un signe de qualité ou label. Cette certification est basée sur participation active des acteurs concernés (paysans, artisans, consommateurs, distributeurs, restaurateurs, associations locales, usagers du territoire...) dans l'élaboration de la norme, du cahier des charges, et de la mise en œuvre des procédures de vérification et de décision de certification. L'évaluation par les pairs (producteurs, transformateurs) et leur communauté (acheteurs, distributeurs, associations locales, etc.) est considérée comme un mécanisme crédible, pertinent et économiquement accessible grâce auquel les producteurs peuvent fournir une garantie aux consommateurs (FAO, 2016). De plus, le SPG créé un cadre d'échange entre les producteurs et contribue ainsi à un processus continu d'apprentissage pour améliorer leurs pratiques. Les SPG fournissent un cadre facilitant les activités de commercialisation individuelle ou collective de produits de qualité ainsi qu'un moyen de créer de manière durable un tissu local d'acteurs au sein d'un territoire. Enfin, dans la mesure où les cahiers des charges du SPG ont vocation à rester compatibles avec les référentiels publics, celui-ci peut être une première étape vers d'autres certifications nationales ou internationales pour certains producteurs et leur permettre de combiner ainsi plusieurs marchés.

Les SPG existent dans de nombreux pays du monde (aujourd'hui on compte plus de 150 SPG et 45 000 producteurs certifiés par leurs pairs dans 72 pays (IFOAM 2015).

Au Maroc, la mise en place du SPG a démarré en 2017, sur la zone pilote de Rabat à l'initiative du RIAM accompagné par le CIRAD. Une charte, un cahier des charges pour les productions végétales, un guide d'enquête dans les fermes et un règlement intérieur du fonctionnement du SPG ont été élaboré lors d'ateliers participatifs. Un logo (partie visible du label apposé sur les produits) a été déposé auprès de l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC). La première campagne de labellisation a été lancée au printemps 2018 et a abouti à la certification de 16 fermes. 11 nouvelles fermes ont fait une demande pour 2019 et vont recevoir la visite de facilitateurs du SPG (producteurs labellisés) sur leur ferme avant d'être eux-mêmes inspectés dans la prochaine campagne de labellisation. Le groupe local de Rabat rassemblant les producteurs mais également les consommateurs et intermédiaires (distributeurs, restaurateurs, etc.) regroupe aujourd'hui 41 personnes.

Au-delà des avantages reconnus des SPG en termes de certification et d'échanges de connaissances, cette innovation pose un certain nombre de questions sur ses impacts réels en termes d'objectifs de développement durable dont certaines peuvent être énumérées ainsi : Quel est l'impact de l'innovation en termes économiques pour les producteurs labellisés ? Quel est l'impact de l'innovation en termes d'inclusion sociale pour les petits producteurs marocains en marge des circuits dominants de commercialisation ? Quel est l'impact de l'innovation en termes d'inclusion sociale pour les consommateurs marocains (catégorie socio-professionnelle, âge, etc.) ? Quel est l'impact environnemental de l'innovation sachant qu'elle valorise particulièrement les productions maraichères dans une zone où la ressource hydrique est devenue rare ? Quel est l'impact de l'innovation sur les pratiques alimentaires des consommateurs (produits de saison, produits moins uniformes, etc.) ?

1.2 METHODES ET DEROULEMENT DE LA COLLECTE DE DONNEES

Pour aboutir à la détermination des différents impacts du SPG Rabat sur la durabilité, un cadre analytique a été mis en place qui définit les différents et principaux questionnements.

L'identification des principaux questionnements nous a permis d'avoir une idée sur les acteurs impliqués dans le SPG.

a. Caractérisation des acteurs

Les séances introductives menées par des responsables du projet URBAL, des responsables du SPG Rabat et des membres de l'association RIAM nous ont donné l'occasion d'identifier les différents acteurs impliqués dans le dispositif SPG et susceptibles d'être interviewés dans le cadre de l'étude. La figure 1 suivante montre la cartographie des acteurs impliqués dans le SPG.



FIGURE 1 CARTOGRAPHIE DES ACTEURS IMPLIQUÉS DIRECTEMENT OU INDIRECTEMENT DANS LE SPG RABAT

Différents acteurs sont impliqués de près ou de loin dans le SPG Rabat. On a identifié des groupes d'acteurs : producteurs, consommateurs, intermédiaires, RIAM, acteurs institutionnels et acteurs leviers et, pour chaque groupe, ont été identifiés des sous-groupes tel que représenté dans la figure précédente.

b. Conception des guides d'entretien

Un guide d'enquête spécifique a été conçu pour chaque type d'acteur. Chaque guide (voir annexes) se compose de 3 sections réparties en plusieurs thèmes, de manière à avoir des informations pertinentes au regard des objectifs de l'étude. Les guides ont tenu compte des spécificités de chaque type d'acteur selon son lien au SPG et la façon dont il est impliqué au dispositif. Les sections sont schématiquement organisées de la façon suivante :

- Profil sociodémographique : origine, lieu de résidence, qualification, activité professionnelle...
- Rapport au SPG : Comment? Depuis quand? Par quel réseau ?...
- Impact : impact économique, impact social et culturelle, impact environnemental, impact alimentaire, impact sur la gouvernance...

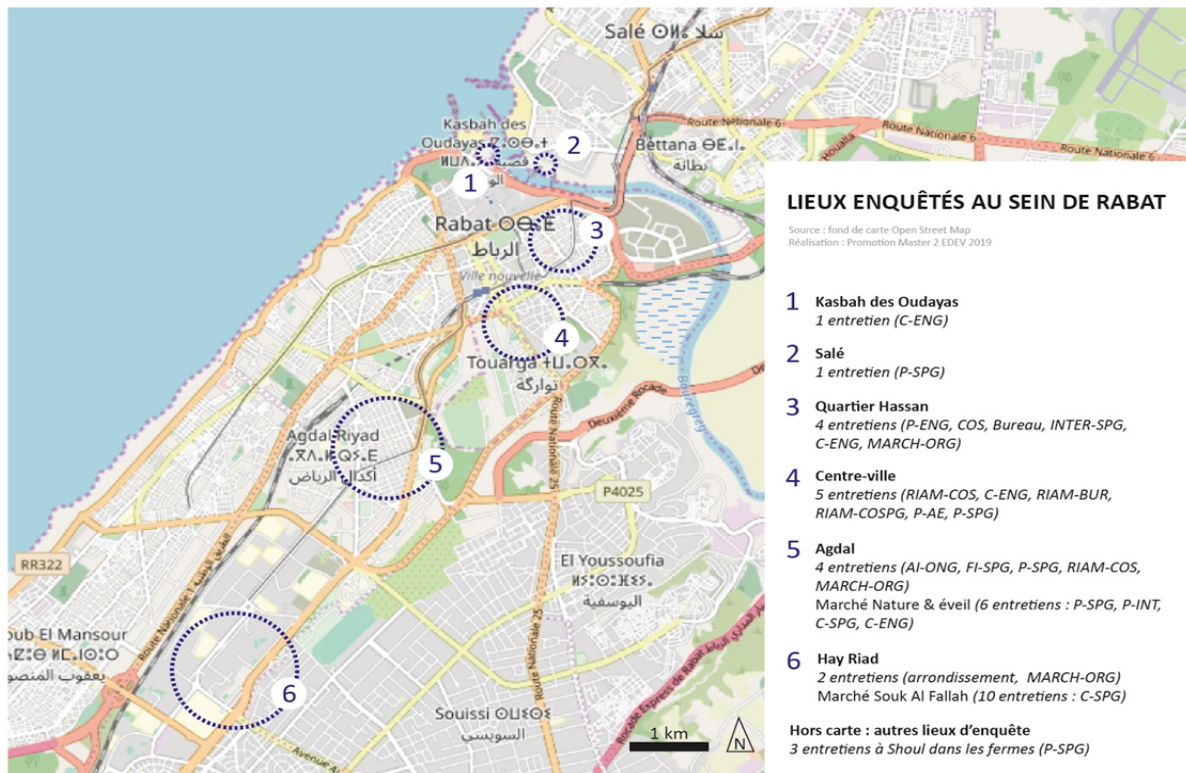
c. Collecte de données

Au cours du séjour à Rabat, 36 entretiens semi-directifs ont été réalisés par les étudiants et leurs accompagnants : 20 font plus de 30 minutes et 16 moins de 30 minutes. Ces entretiens ont été réalisés dans différents lieux :

- 1 entretien à la Kasbah des Oudayas
- 1 entretien à Salé
- 4 entretiens au Quartier Hassan
- 5 entretiens au centre-ville
- 4 entretiens à Agdal
- 6 entretiens au marché Nature et éveil
- 2 entretiens à Hay Riad

- 10 entretiens au marché Souk el Fallah
- 3 entretiens à Shoul.

La carte 2 montre les lieux où ont été effectués les entretiens au sein de Rabat :



CARTE 2 CARTE DES LIEUX ENQUÊTES AU SEIN DE RABAT

Le tableau ci-dessous indique, pour chaque entretien (numéroté), la date de réalisation, le lieu, le lien de l'acteur interviewé au SPG et la durée de l'entretien.

N° entretien	Date entretien	Lieu entretien	Lien au SPG (1)
1	08/02/2019	Café du Musée (Rabat)	Membre du COS dans le Riam
2	08/02/2019	Rabat-Salé (à domicile)	Producteur labellisé SPG
3	08/02/2019	Rabat, 50 rue Moarabitin (à domicile)	Intermédiaire SPG (transformation) + Consommateur engagé dans SPG + Intermédiaire Organisation marché
4	08/02/2019	Restaurant Pause Gourmet (Rabat)	Membre du bureau SPG (Présidente) + Membre du COS dans le Riam + Membre Commission SPG + Consommateur engagé dans SPG
5	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
6	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
7	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
8	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
9	08/02/2019	Café IAV	Intermédiaire Organisatrice marché + Consommateur engagé dans SPG
10	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagés
11	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
12	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
13	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé

14	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
15	09/02/2019	Marché paysan Souk al Fallah	Consommateur de produits SPG non engagé
16	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Consommateur de produits SPG non engagé
17	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Consommateur de produits SPG non engagé
18	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Consommateur de produits SPG non engagé
19	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Producteur en voie de labellisation SPG
20	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Producteur en voie de labellisation SPG
21	10/02/2019	Marché Nature et Eveil	Producteur labellisé SPG + Intermédiaire Organisation marché
22	11/02/2019	Résidence Cedès, Agdal (Rabat)	Producteur labellisé SPG
23	11/02/2019	Café - Centre culturel d'Agdal	Producteur labellisé SPG + Membre COS RIAM + Intermédiaire (organisateur marché) Souk Al Fallah + créatrice des Swani Tiqa
24	11/02/2019	Café Maure Oudaya	Consommateur engagé dans SPG
25	12/02/2019	Locaux Crédit Agricole	Acteur levier (financier)
26	12/02/2019	Sur ferme	Producteur labellisé SPG
27	12/02/2019	Sur ferme	Producteur labellisé SPG
28	12/02/2019	Sur ferme	Producteur labellisé SPG
29	13/02/2019	Coopérative Bio Fraiche (magasin Hassan)	Intermédiaire SPG (Transformation)
30	13/02/2019	HAY RIAD	Acteur institutionnel (Collectivité territoriale)
31	13/02/2019	Boutique AFDAL	Intermédiaire SPG (Gestionnaire épicerie)
32	13/02/2019	Café du musée	Consommateur engagé dans SPG
33	13/02/2019	Café l'Escale	Producteur labellisé SPG + Membre du COS RIAM + Membre bureau RIAM
34	14/02/2019	Café de la comédie	Producteur labellisé SPG + Membre du COS RIAM + Membre bureau RIAM
35	15/02/2019	Connect Café (Rabat)	Acteur institutionnel (ONG)
36	15/02/2019	Restaurant Pause Gourmet	Producteur Agro-écologique non intéressé par SPG

TABEAU 1 : CARACTERISTIQUES DES ENTRETIENS REALISES

2. QU'EST-CE QUE LE SPG DE RABAT ?

2.1 ORIGINE ET GENESE DU DISPOSITIF

Le Système Participatif de Garantie est l'un des dispositifs mis en place par le RIAM, et s'inscrit pleinement dans sa dynamique.

L'idée première de créer un réseau d'initiatives pour l'agroécologie au Maroc (RIAM) a émergé parmi les premières promotions d'animateurs en agroécologie formés par Terre et Humanisme Maroc. La nécessité de favoriser des rencontres physiques entre les acteurs et de mettre en place un réseau structuré s'est fait davantage ressentir au début des années 2010. C'est pourquoi, plusieurs acteurs individuels ou collectifs liés aux activités agroécologiques au Maroc se sont mobilisés en septembre 2012 pour créer le RIAM.

Les 26 et 27 janvier 2013, le RIAM a ainsi organisé ses premières journées de rencontres nationales à Rabat-Salé réunissant plus de 150 participants. Ces deux journées d'échanges et de réflexion ont permis d'officialiser le réseau et de mettre en lien les différents acteurs de l'agroécologie déjà identifiés dans le pays, tant individuels, que collectifs, institutionnels ou associatifs.

Lors de ces 1ères rencontres nationales, le RIAM a pu clarifier ses objectifs, à savoir devenir une plateforme d'information et de communication entre acteurs de l'agroécologie, répondre à leurs problématiques par l'organisation d'échanges, de formations, la mutualisation de moyens, etc. et, enfin, aider au développement du mouvement agroécologique grandissant au Maroc.

Lors de ces journées, le RIAM a organisé 2 ateliers sur des questions essentielles au sein du réseau, dont l'un préfigurant la création d'un Système Participatif de Garantie pour l'Agroécologie au Maroc (SPGA Maroc), intégrant à la fois une certification alternative des productions agricoles issues d'une agriculture agroécologique et solidaire avec un label de confiance associé et un accompagnement des producteurs pour une amélioration de leurs pratiques agroécologiques et solidaires.

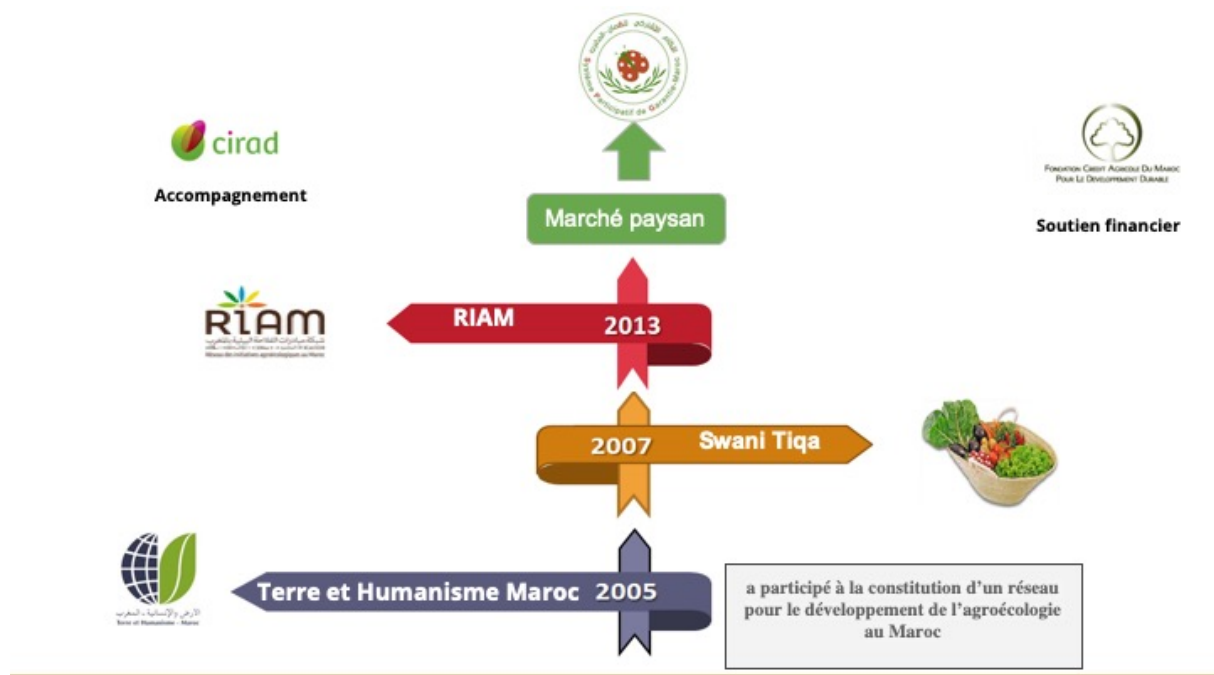


FIGURE 2. ORIGINE DU DISPOSITIF SPG.

Conception : Walid Sekara, Master EDEV

2.2 PRINCIPES ET VALEURS, FONCTIONNEMENT

Les principes et le fonctionnement du SPG de Rabat ont été exposés par écrit dans les divers documents qui cadre le dispositif (la charte, le cahier des charges et le règlement intérieur). En interrogeant les acteurs impliqués dans l'innovation, le discours établi autour du SPG semble bien harmonisé.

La description du SPG Rabat qui suit s'appuie donc à la fois sur les documents administratifs du dispositif et sur les dires d'acteurs à qui l'on a proposé de présenter cette innovation.

a – Valeurs et principes du SPG Rabat : un modèle en adéquation avec le discours des acteurs

Le dispositif SPG sert à évaluer un engagement pris par ses membres. Modèle de certification participative par les pairs, le Système Participatif de Garantie de Rabat propose un système alternatif qui repose sur un groupe local d'acteurs rassemblés autour d'une charte commune. « Cette charte exprime les fondements de leur engagement et de leur vision autour des enjeux éthiques, écologiques, sociaux et économiques qu'ils ont identifiés comme primordiaux pour leur activité » (ANNEXE 1 : la charte du SPG Rabat, 2017). Cette charte réunit des producteurs autour de pratiques agroécologiques dans le respect de l'environnement (préservation des ressources, de la biodiversité et des paysages, non-utilisation de produits phytosanitaires...) et de l'humain (autonomie du producteur, respect salarial, confiance garantie pour une alimentation saine...).

Comme dans de nombreux autres dispositifs SPG, six principes fondateurs structurent ce système alternatif, celui de Rabat prône :

- La **vision partagée** des valeurs et des objectifs poursuivis par les membres du groupe local.
- La **participation** d'un large panel d'acteurs dans le développement du dispositif (des producteurs mais aussi des consommateurs, des restaurateurs, des commerçants...). Par exemple, les critères de labellisation ainsi que les documents qui fondent le SPG Rabat ont été élaborés collectivement.
- La **transparence** du dispositif : tous les acteurs ont connaissance des documents qui cadrent le SPG et sont au courant de son fonctionnement.
- La **confiance** entre les différents acteurs dans l'engagement du respect de la charte et du cahier des charges.
- Le **processus d'apprentissage** qui est au cœur du dispositif. Les producteurs sont encouragés, à différentes étapes du dispositif comme durant les visites par exemple, à échanger leurs savoirs et leurs savoir-faire dans le but d'améliorer leurs pratiques.
- L'**horizontalité** en intégrant un grand nombre d'acteurs à la gestion du groupe local et en partageant les responsabilités sans hiérarchisation.

Selon les acteurs enquêtés, le SPG se construit selon un modèle alternatif. Alternatif au modèle de certification par tiers (comme le label AB), il est également adaptatif aux différents contextes (exploitations, producteurs...) et possède un caractère participatif fort. Le SPG Rabat s'inscrit dans la diffusion de valeurs environnementales, économiques, sociales et alimentaires (qualité de la nutrition et sécurité alimentaire). Des valeurs également défendues par le RIAM, actuel porteur de l'innovation.

Une consommatrice engagée et également impliquée dans le COS du RIAM (Entretien 1) décrit le SPG et explique comment il peut atteindre son but principal, celui de « *donner un label local pour garantir la qualité* » :

- C'est un modèle de garantie qui place le consommateur au centre d'un processus où la transparence est importante pour générer la confiance. Celui-ci « *est plus en confiance, il visite les fermes, il voit* », en tant que consommateur, « *tu es sûr de ce qui est labellisé* ».
- C'est un dispositif alternatif au modèle de labellisation AB : moins cher, il assure également une provenance locale des produits et garantit la permanence d'exploitation qui suivent le modèle agroécologique.
- C'est un système qui permet l'accompagnement de ses producteurs et l'échange pratiques et de connaissances.

Cette vision est partagée par les producteurs labellisés et nombreux soulèvent aussi le fait que le SPG permet de valoriser, par le label de garantie, leurs produits. Ils mettent également en exergue la « *communauté de visions* » (Entretien 2) qui émane entre eux via le réseau du groupe local.

b – Ce qu'il permet / met en place : principales activités et objectifs du SPG

Par son réseau local, le SPG permet à certains producteurs d'entrer dans un système de commercialisation et d'entreprendre la valorisation de leurs produits à une échelle locale par la labellisation. La solidarité entre les producteurs fut souvent évoquée lors des entretiens (échanges de pratiques, partage de semences paysannes, accompagnement des petits producteurs...).

Le SPG construit un réseau d'entraide : au-delà de la labellisation, le groupe local est un milieu d'échanges de pratiques et de visions souvent fructueux. Nombreux sont ceux qui relèvent cette dimension sociale avant tout (Entretien 4), malgré le fait qu'une forme de solidarité soit déjà présente entre les producteurs, le SPG la met en exergue (Entretien 28). Le fonctionnement même du SPG implique une mobilisation de ces membres et a pour conséquence une montée en compétence de ces acteurs : les membres sont formés pour mener les enquêtes et seront à leur tour formateur à l'avenir pour d'autres. Le groupe local fonctionne également sur un partage des responsabilités au travers d'une organisation horizontale (pas de statut supérieur aux autres).

Le SPG met en place une relation de confiance entre le producteur et le consommateur. Certains consommateurs voient le label SPG comme une garantie supérieure au label AB : il prendrait en compte un nombre plus important de facteurs : « *les agriculteurs seront amenés à respecter plus de règles pour répondre aux normes SPG* » (Entretien 8). Dans ce dispositif, le consommateur « *a un rôle à jouer* » et le producteur « *a un objectif plus poussé que le simple fait de produire bio* » (Entretien 9).

Pour le consommateur, le label SPG est donc bien une forme de garantie et d'assurance que les produits qu'ils achètent sont sains (Entretiens 15, 16, 17 et 32) : nombreux sont ceux qui apprécient de pouvoir se rendre sur les fermes pour « *vérifier les produits et les méthodes utilisés* ». Si la notion de confiance existe au départ, elle doit cependant « *être nourrie* » (Entretien 23)

La relation producteur/consommateur est particulièrement importante puisque les consommateurs soutiennent les producteurs du dispositif en diffusant les informations liées au SPG dans leur entourage, en organisant les marchés, ils jouent en quelque sorte un rôle de plaidoyer (Entretien 19).

Par ailleurs, on peut positionner le SPG par rapport à l'apparition du label AB au Maroc. La labellisation AB est considérée par les acteurs du SPG comme une certification excluante (par le prix, mais aussi par sa bureaucratie qui la rend difficile d'accès pour des producteurs qui ne saurait pas lire par exemple). Le SPG apparaît comme une certification collective, inclusive et participative, c'est une « *labellisation associative* » (Entretien 4). De plus, elle est « *directe* » contrairement au système de certification par un tiers (Entretien 9).

c. Fonctionnement du SPG Rabat

Le RIAM (Réseau de Initiatives Agroécologiques au Maroc) est une association fonctionnant sur le bénévolat (pas de rémunération du Bureau excepté une fois avec l'aide de la Coopération canadienne). Le RIAM compte aujourd'hui une cinquantaine de membres mais le nombre d'adhésion est en diminution.

Le RIAM chapeaute le dispositif SPG et y trouve un intérêt particulier pour sa diffusion des pratiques agroécologiques, sa défense des circuits-courts et sa motivation pour créer un groupe collaboratif (Entretien 4, présidente du RIAM).

Le SPG fonctionne avec une réunion de personnes nommée « groupe local ». Le terme local possède son importance puisqu'une certaine proximité géographique est nécessaire pour assurer une meilleure collaboration entre ses membres (Entretiens 4 et 21).

Pour intégrer le dispositif SPG, dans le groupe local, il faut être membre du RIAM. Les prix d'adhésion dépendent du statut au sein de l'association (électeur éligible, non-éligible, ...) et de la demande souhaitée (être labellisé ou juste être membre de l'association) comme l'explique la figure suivante :

ORGANIGRAMME DU RIAM ET ORGANISATION DU GROUPE LOCAL

Source : d'après le règlement intérieur SPG-RIAM et les entretiens menés auprès des acteurs du groupe local ou d'autres membres du RIAM
Réalisation : Léna Faury

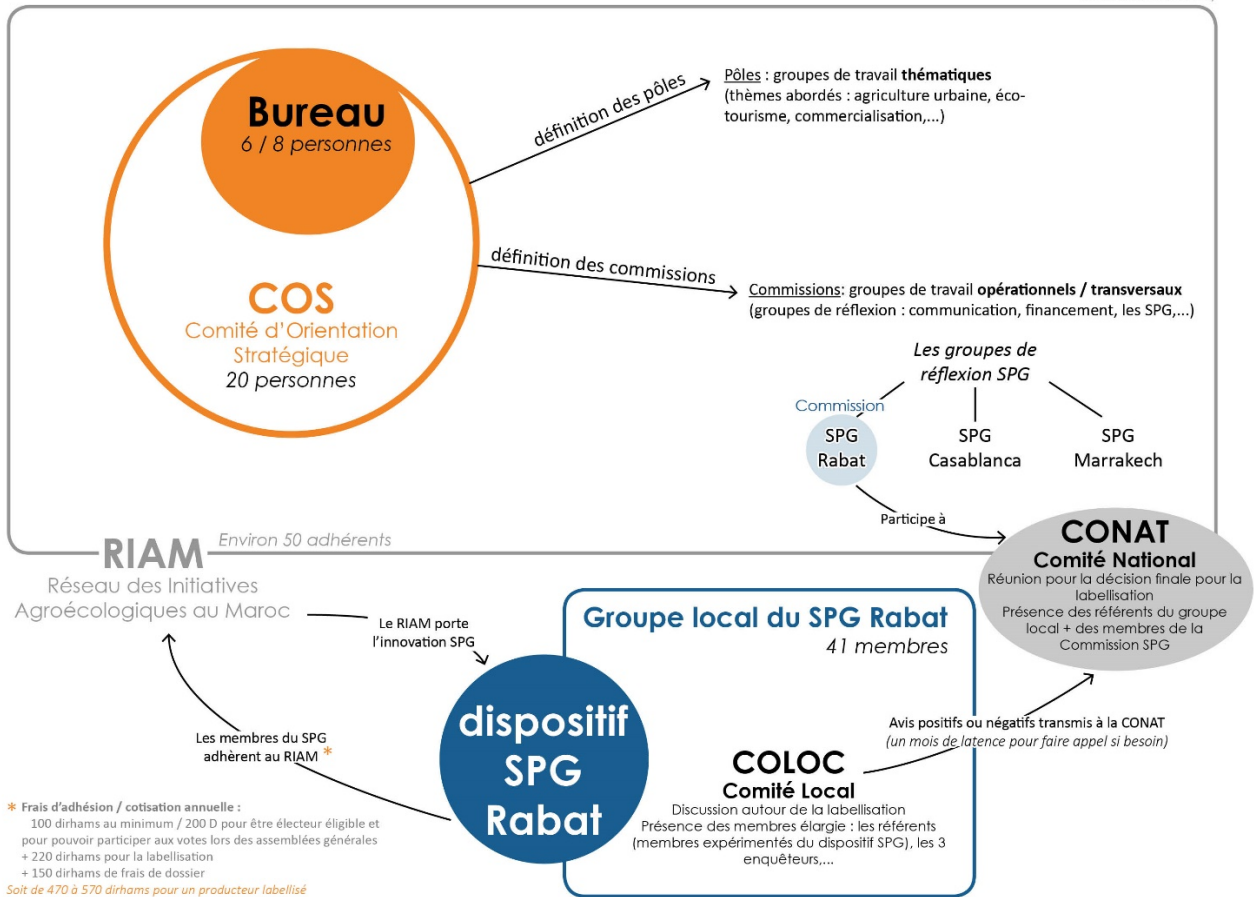


FIGURE 3 : ORGANIGRAMME DU RIAM ET ORGANISATION DU GROUPE LOCAL.

Source : Léna Faury, à partir du règlement SPG-RIAM et entretiens.

C. Volontariat et recherche de financements

Le SPG est aujourd'hui fortement lié au RIAM et son fonctionnement bénéficie donc des subventions allouées au RIAM (redistribuées entre les différents projets que porte l'association). Par ailleurs, les membres actifs du groupe local SPG sont tous bénévoles.

Pour être labellisé SPG, les producteurs doivent être membres du RIAM. Les coûts liés à l'adhésion et à la labellisation permettent de financer les principaux projets de l'association dont le SPG Rabat. Ces fonds assurent également le fonctionnement et la pérennité de l'association.

Le RIAM reçoit des aides financières par le biais de conventions (avec le Canada, puis avec les Crédit Agricole Maroc, la banque mais aussi sa fondation) pour organiser des forums ou pour développer des projets : le projet SPG en est un exemple (le RIAM aide à la transformation des pratiques vers l'agroécologie). Depuis 2013, le RIAM reçoit également des subventions de la part de Terre Humanisme France et de l'association internationale URGENCY (Entretien 4, présidente du RIAM).

d – Documents d'appui au dispositif SPG

La construction de la charte, du règlement intérieur et du cahier des charges s'est faite de manière collaborative avec un accord entre producteurs et consommateurs (comme pour la fixation des prix des produits vendus) avec les premiers membres du groupe local.

En donnant des normes plus que des interdits ou des obligations, le SPG se veut inclusif et appropriable par tous. À travers ses documents (charte, cahier des charges et règlement intérieur – cf. ANNEXES), le SPG donne des

directions à prendre et guide les producteurs vers des pratiques agroécologiques. Le cahier des charges, encore peu contraignant, donne un cadre (déroulé et modalités des visites) : « *il est le dénominateur commun de toutes les fermes* » (Entretien 4), c'est-à-dire que l'on viendra vérifier la même chose sur chaque ferme et sur chaque parcelle identifiée. Certains producteurs le définissent comme « *une base commune minimale* », il définit « *les lignes rouges à ne pas dépasser* » (Entretien 28).

Précisions sur les modalités d'échanges entre les membres :

Même si les membres du dispositif sont souvent amenés à se voir (sur les marchés, lors des visites ou des ateliers/réunions), on notera l'existence d'un réseau d'échange particulièrement fructueux qui a été mis en place avec WhatsApp. Différents sous-groupes existent et permettent davantage d'échange entre producteurs autour des pratiques agroécologiques (recherche d'aide pour traiter des maladies par exemple), entre consommateurs (pour l'organisation des marchés) ou entre les deux (à l'occasion du voyage d'échange en France) (Entretien 22).

2.3 LA LABELLISATION : UN PROCESSUS D'APPRENTISSAGE, DE CONTROLE ET DE VALORISATION PAR LA CONFIANCE

Le processus de labellisation se fait par une évaluation entre les pairs (à l'inverse de la venue d'un tiers pour la démarche de certification biologique). Ainsi, les producteurs, accompagnés de consommateurs engagés, se rendent sur les fermes lors des "visites" et observent le travail d'un producteur souhaitant être labellisé.

Les motivations des producteurs pour accéder à la labellisation SPG sont diverses mais on retrouve chez la plupart des producteurs interrogés une volonté de valoriser des produits agroécologiques bons pour la santé, d'agir pour l'environnement en diffusant des pratiques agricoles durables et d'entrer dans un système socioéconomique plus juste que le système conventionnel ou AB.

Plusieurs rôles sont définis pour le bon déroulé de ces visites :

- Le **facilitateur** : « *Il y a une démarche pour une appropriation du cahier des charges pour les nouveaux. Les anciens producteurs ont eu la chance d'être visité et de faire des visites. De là, ils apprennent beaucoup de chose. Pour les nouveaux, ils sont à chaque fois accompagné par un producteur, le "facilitateur", pour comprendre et s'approprier le cahier des charges et les normes* » (Entretien 9). Cette consommatrice engagée explique que le rôle du facilitateur est primordial pour entretenir les échanges et les apprentissages au sein du groupe local : ayant acquis certaines compétences et connaissances, il va les transmettre aux nouveaux arrivants.
- Les **référents** sont les personnes (volontaires) en charge de programmer les visites et de coordonner les actions du groupe local autour des visites.

Les missions de ces deux personnes sont décrites plus en détail dans les schémas ci-dessous.

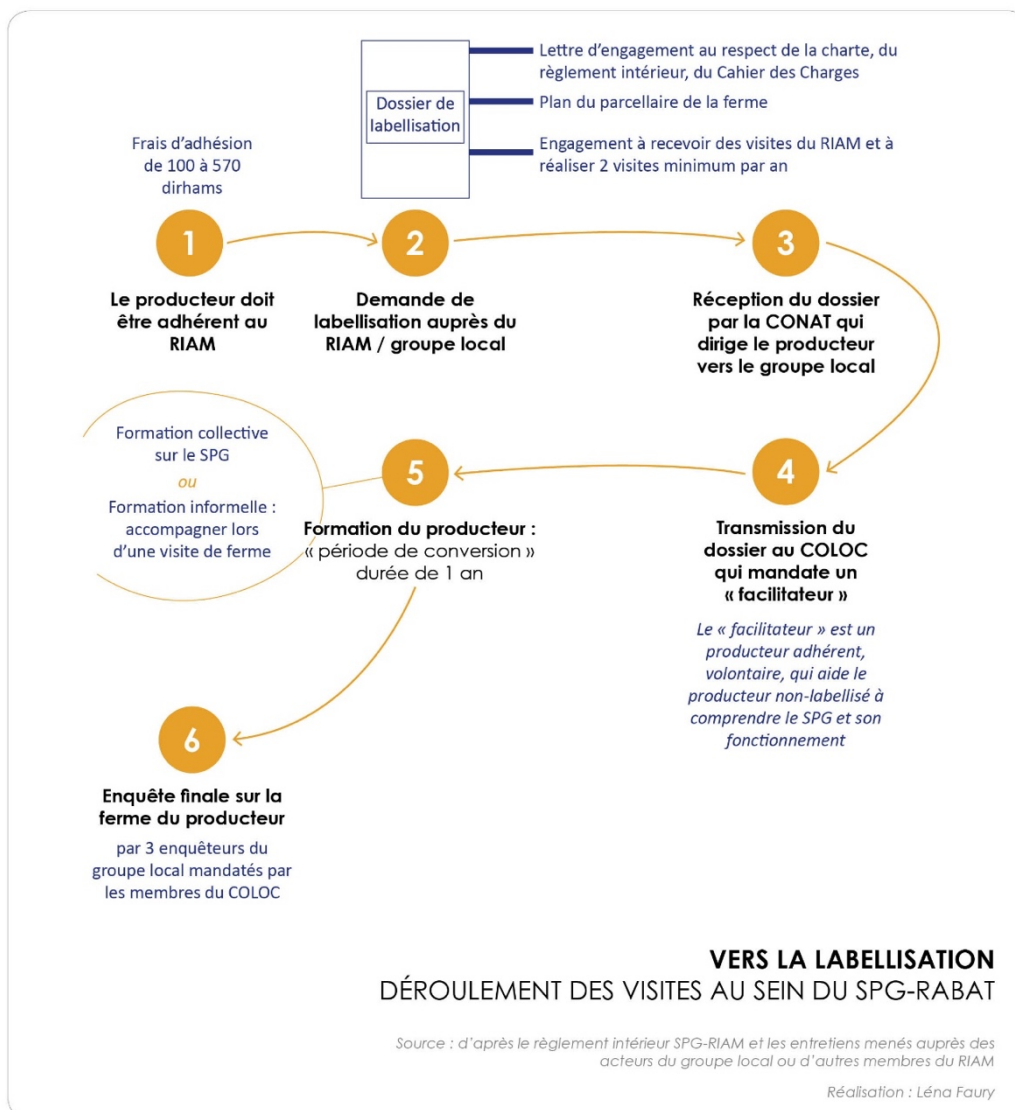


FIGURE 4 PROCESSUS DE LABELLISATION SPG

Source : Léna Faury, à partir du règlement intérieur du SPG-RIAM et entretiens

Par ailleurs, des analyses de sols sont réalisées sur les fermes (une ferme tirée au sort parmi les exploitations labellisées) afin de déceler ou non des résidus de pesticides (Entretien24).

Dans l'idéal, ces visites recherchent une certaine bienveillance (Entretien 26) : ce sont des moments d'échanges et non un "contrôle". Ces visites sont particulièrement enrichissantes et stimulantes pour les producteurs : « il y a une concurrence sur le plan technique, mais une concurrence bénéfique », « chacun essaye de faire une ferme idéale par rapport à l'autre » (Entretien 28).



FIGURE 5 : DEROULEMENT DES VISITES AU SEIN DU SPG-RABAT.

Source : Léna Faury, à partir du règlement intérieur du SPG-RIAM et entretiens

CONCLUSION PARTIELLE

Certains considèrent le SPG Rabat comme un véritable « *outil pédagogique* » (Entretien 9). Le SPG va au-delà du dépôt d'un label, il engage un processus d'apprentissage collectif (Entretiens 9, 4). « *C'est un cadre* » qui guide vers l'agroécologie et la durabilité (Entretien 27) et c'est « *un cadre de référence* » pour le consommateur qui va pouvoir se référer au cahier des charges (Entretien 34).

Pour d'autre, le dispositif SPG serait même un outil de développement local (Entretien 10) pour promouvoir des projets agroécologiques à différentes échelles du Maroc. Il représenterait « *un bon encadrement* » (Entretien 28) surtout pour les petits producteurs qui souhaiterait entrer sur un marché plus vertueux. Le SPG est perçu par certains producteurs comme un tremplin vers le label AB Maroc qui se destine davantage aux grandes exploitations vouées à l'exportation (Entretien 23). Cependant, ils sont nombreux à être convaincus que l'agriculture biologique est moins durable et moins vertueuse que l'alternative proposée par l'agroécologie : le SPG « *c'est plus que le bio, ce n'est pas traité, il n'y a pas d'usage de pesticides, et en même temps, il y a une*

économie solidaire derrière, et il y a le côté environnemental » (Entretien 31). Effectivement, l'intérêt du SPG est bien de créer une « vraie communauté » où l'échange et l'apprentissage se font de manière collective et participative (Entretien 34).

Le modèle adaptatif SPG peut, par ailleurs, s'ajuster aux réalités du terrain et aux différents contextes où il est installé (Entretien 33) : c'est un dispositif qui tisse des liens forts entre les membres d'un groupe local qui seront alors à même de mener des projets cohérents à une certaine échelle.

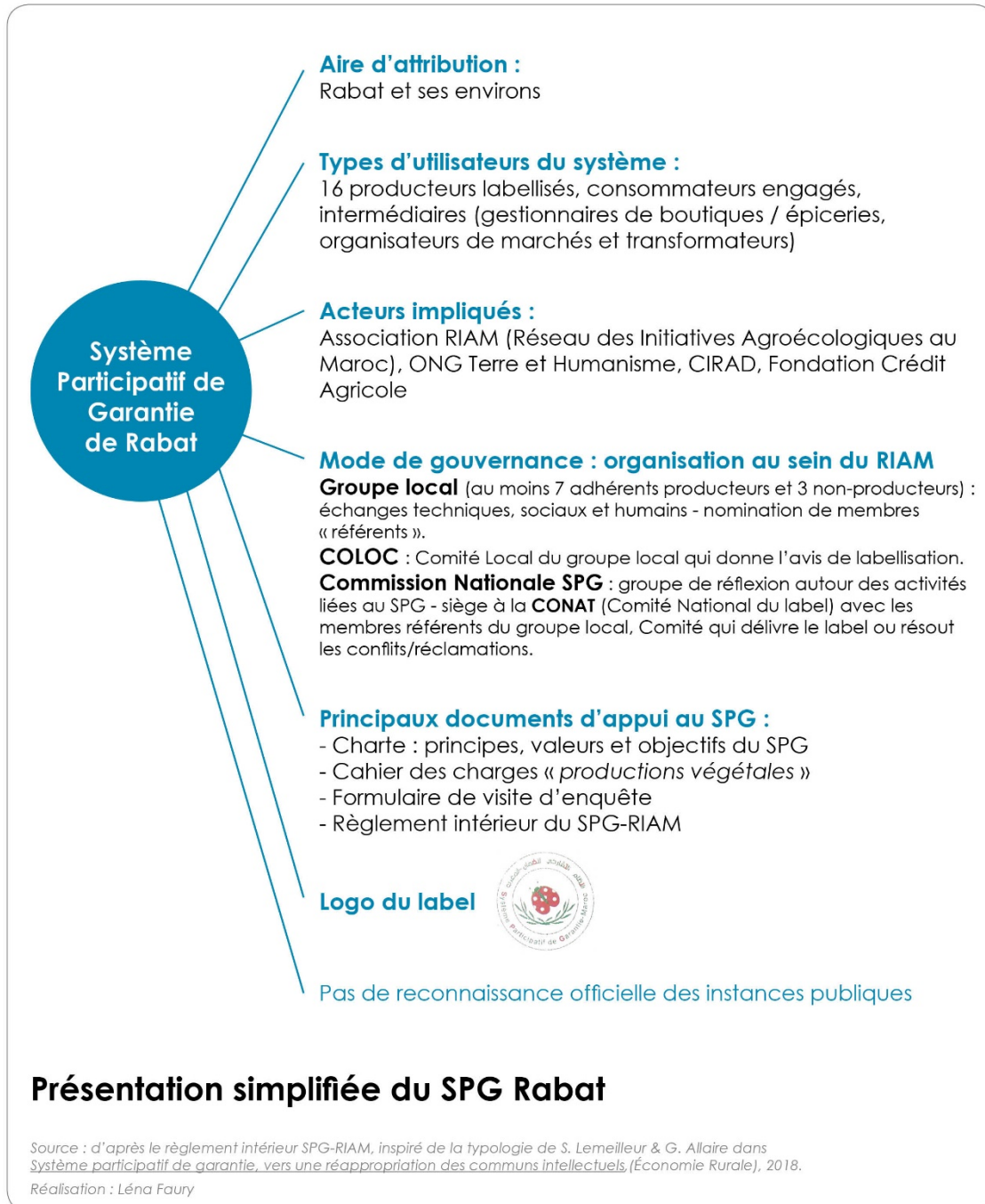


FIGURE 6 : SCHEMA SIMPLIFIE DU MODE D'ORGANISATION ET DE GOUVERNANCE DU SPG

Source : Léna Faury, à partir du règlement intérieur SPG-RIAM et entretiens (inspiré de la typologie de S/ Lemeilleur et G. Allaire- Economie Rurale, 2018)

3. UNE ASSOCIATION ENTRE PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS : QUI SONT-ILS ?

Le SPG regroupent des producteurs et des consommateurs. Cette partie est destinée à les caractériser

3.1 PROFILS DES PRODUCTEURS

Au moment de l'enquête, nous avons 16 fermes labellisées dans le dispositif du SPG et 16 fermes en cours de labélisation pour la campagne suivante.

a. Origines, classes sociales et activités des producteurs

Le SPG regroupe des producteurs de deux nationalités ; la plupart des producteurs sont de nationalité marocaine et le reste de producteurs sont des français d'origine qui ont cependant vécu pendant de longues années au Maroc. Leur présence au Maroc est liée soit à un regroupement familial ou une activité professionnelle. Cette hétérogénéité ressort aussi dans la classe sociale des producteurs. Nous notons la présence de ruraux et de néoruraux dans le SPG. Parmi les producteurs déjà labélisés, nous constatons plus de néoruraux que de ruraux. Ce qui n'est pas le cas pour ceux qui vont être labélisés prochainement. Ces néoruraux ont connu des niveaux d'études élevés qui peuvent aller jusqu'à un niveau de BAC +8. Contrairement aux ruraux, qui même s'ils en existent chez eux qui ont fait des études poussées, leurs niveaux d'études n'atteignent pas ceux des néoruraux. Certains producteurs ont toujours des activités liées à leur profession. En revanche, d'autres ont des activités de production à plein temps. Dans cela, nous trouvons des retraités et des personnes ayant décidé de quitter leurs activités professionnelles pour se lancer dans des projets agricoles.

b. Rapport avec la terre et à l'agriculture

Comme évoqué plus haut, nous avons comme profils de producteurs des ruraux et des néoruraux dans le SPG. Les ruraux ont une histoire liée à l'agriculture depuis pratiquement leur naissance parce qu'ayant grandi dans des familles avec des exploitations agricoles. Tous les ruraux partagent cette même caractéristique. Néanmoins, certains de ces ruraux ont eu à quitter à un moment de leur vie la campagne pour rejoindre la ville afin de trouver d'autres activités plus rémunératrices pas en lien avec l'agriculture avant de retourner à la terre. Ils exploitent leurs terres familiales.

Les néoruraux, fortement représentés parmi les 16 producteurs, présentent un tout autre rapport à la terre et à l'agriculture. Certains d'entre eux étaient liés à l'agriculture à travers leur profession. Ceux-là ont dû investir pour l'achat de terre afin de lancer leur activité d'exploitation agricole. Le reste des néoruraux, avant de se lancer dans la production, n'avait aucune relation avec l'agriculture ; eux aussi ont investi pour acquérir des terres. Cette différence ressort aussi dans la durée et la connaissance des pratiques agricoles. Un nombre réduit d'entre eux se sont lancés dans la pratique agroécologique depuis des années, en lien avec la diffusion des pratiques via Terre et Humanisme Maroc et la création d'une association de vente de paniers de produits agricoles agroécologiques, les Swani tika. Les porteurs de cette dynamique sont très fortement impliqués dans la diffusion des pratiques agro-écologiques et constituent le noyau du RIAM et de sa vision. Le reste du groupe des néoruraux ont une pratique récente de l'agroécologie et, de ce fait, une connaissance des pratiques moins développée.

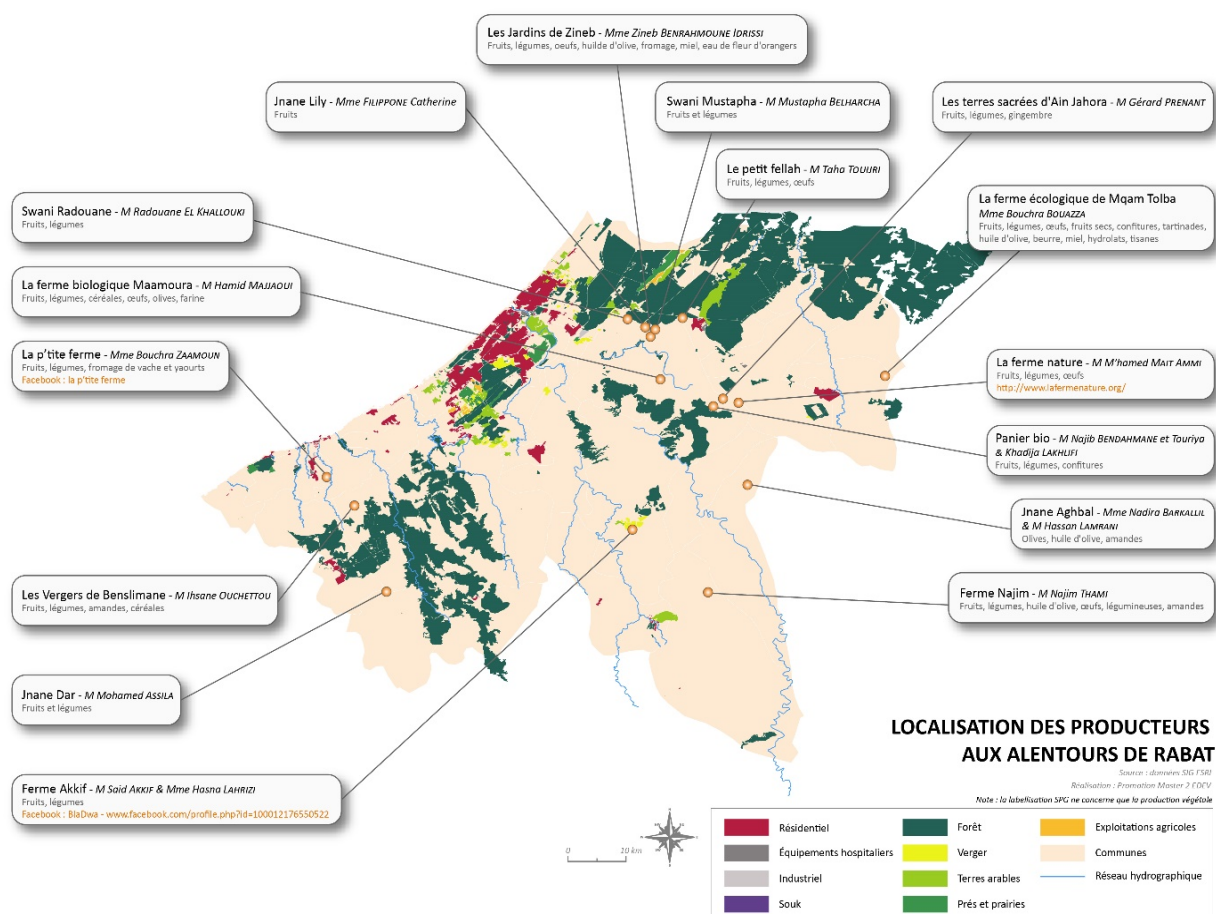
Pour ce qui est de motivation pour l'agroécologie, plusieurs points ont été développés par les producteurs. D'un côté, nous avons ceux qui se soucient de l'environnement et qui militent pour une agriculture plus responsable, pour résumer ceux qui portent les valeurs de l'agroécologie comme « alternative tant à la dégradation massive des patrimoines nourriciers, à l'insécurité alimentaire, à la pauvreté qu'à l'exode des populations paysannes vers les centres urbains » (source : site RIAM). D'un autre côté, l'autre motivation qui sort du discours des producteurs est purement économique. En produisant agroécologique, ils se démarquent de la concurrence qui existe avec l'agriculture en proposant des produits de qualités différentes ce qui les permet de capter un tout autre part de marché. Naturellement ces deux visions ne s'excluent pas radicalement l'une l'autre, mais elles rendent néanmoins compte de deux visions portées par les producteurs au sein du SPG, vision qui impactent les pratiques, les projets, les activités des producteurs, comme celles du dispositif lui-même.

	Nationalités	Études	Rapport à la terre	Rapport à l'agriculture
Ruraux	Marocains	Pas d'études pour certains ; Niveau d'études max Bac + 3	Terres familiales	Depuis la naissance
Néoruraux	Français et marocains	Niveau d'études élevés (jusqu'à Bac +8)	Achat de terre	Pratiques agricoles depuis des années pour certains et pratiques récentes pour d'autres

TABLEAU 2 : PROFILS ET CARACTERISTIQUES DES PRODUCTEURS DU SPG

2. Localisation des fermes

Les fermes du SPG se trouvent aux alentours de Rabat (carte 3). Capitale administrative du Maroc, Rabat est située au bord de l'Atlantique et au nord-ouest du pays. Les fermes sont implantées toutes dans des zones rurales. Elles sont dispersées sur l'étendue du territoire aux environs de Rabat. Nous trouvons plus de fermes au nord et la dispersion est plus prononcée au sud. Nous notons un regroupement de quelques fermes ; celles des producteurs Swani tika, sur la commune rurale de Shoul qui se trouve à environ 25 km de Rabat ainsi qu'un autre regroupement de fermes dans une même zone, celle de la commune de Tifelt. Pour le reste des fermes, elles se trouvent dans les communes rurales de Had el Brachoua au sud-est de Rabat, Benslimane et Bouznika au sud-ouest de Rabat. Une des caractéristiques communes à la quasi-totalité des fermes est qu'elles se trouvent près du réseau hydrique.



CARTE 3 : LOCALISATION DES PRODUCTEURS DU SPG

Source : Léna Faury et étudiants EDEV à partir des données du RIAM

d. Systèmes de production

Un certain nombre de critères a été retenu pour caractériser les systèmes de production, à savoir la superficie des terres exploitées, les types de produits et la main-d'œuvre. Les systèmes de production présentent des caractéristiques différentes et similaires selon que le producteur est un urbain ou un rural.

La totalité des néoruraux ont acquis des terres alors que les ruraux utilisent des terres familiales avec souvent la possibilité de se retrouver avec un autre membre de la famille qui fait de l'agriculture conventionnelle en parallèle. La superficie des terres varie entre 2 et 18 hectares et 80% des fermes font entre 6 et 8 hectares. Cette différence ressort aussi dans la main-d'œuvre. Les néoruraux embauchent des permanents, et parfois des saisonniers pour l'exploitation de leurs terres, alors que les ruraux travaillent exclusivement avec une main-d'œuvre familiale.

Quant à la production, elle n'est pas définie par la classe des producteurs. Nous avons de la production végétale qui est donc labellisée dans le cadre du SPG. Comme type de produits, nous avons des légumes, des céréales et des fruits. Souvent ces produits sont transformés au sein des fermes. Certaines font de la production animale en plus avec des poulaillers et l'élevage de bétails. Les produits transformés et la production animale ne sont pas, en revanche, labellisés par le SPG.

3.2 - PROFIL DES CONSOMMATEURS

Selon les enquêtes, le dispositif du SPG regroupe deux types de consommateurs : d'un côté, les consommateurs engagés qui sont définis comme ceux qui, en plus de consommer les produits, participent au fonctionnement du SPG et, de l'autre, les consommateurs qui ne font que consommer les produits SPG.

3.2.1 Consommateurs engagés

a. Origines et classes sociales

Les consommateurs engagés dans le dispositif sont pour la plupart de nationalité marocaine. Nous retrouvons parmi eux des consommateurs d'origine française. Pour ce qui est de leur niveau de vie, ils appartiennent tous à la classe moyenne ou à la classe aisée. Nous retrouvons aussi parmi eux des personnes en activité et des personnes à la retraite. Leurs activités sont souvent liées à leur domaine d'études qui sont à des niveaux élevés allant jusqu'à BAC +8.

b. Rapport avec le SPG

Les consommateurs engagés dans le SPG prennent part à son fonctionnement. Dans le SPG ils sont en charge entre autres de faire les visites lors des campagnes de labélisation des fermes, de participer à l'organisation des marchés. Ils font aussi un travail de sensibilisation sur le SPG et ses produits auprès de la population. Certains se réclament militant de l'agroécologie et parfois, ils sont même producteurs mais cette production est destinée à l'autoconsommation.

3.2.2 Consommateurs des produits SPG

a. Origines et classes sociales

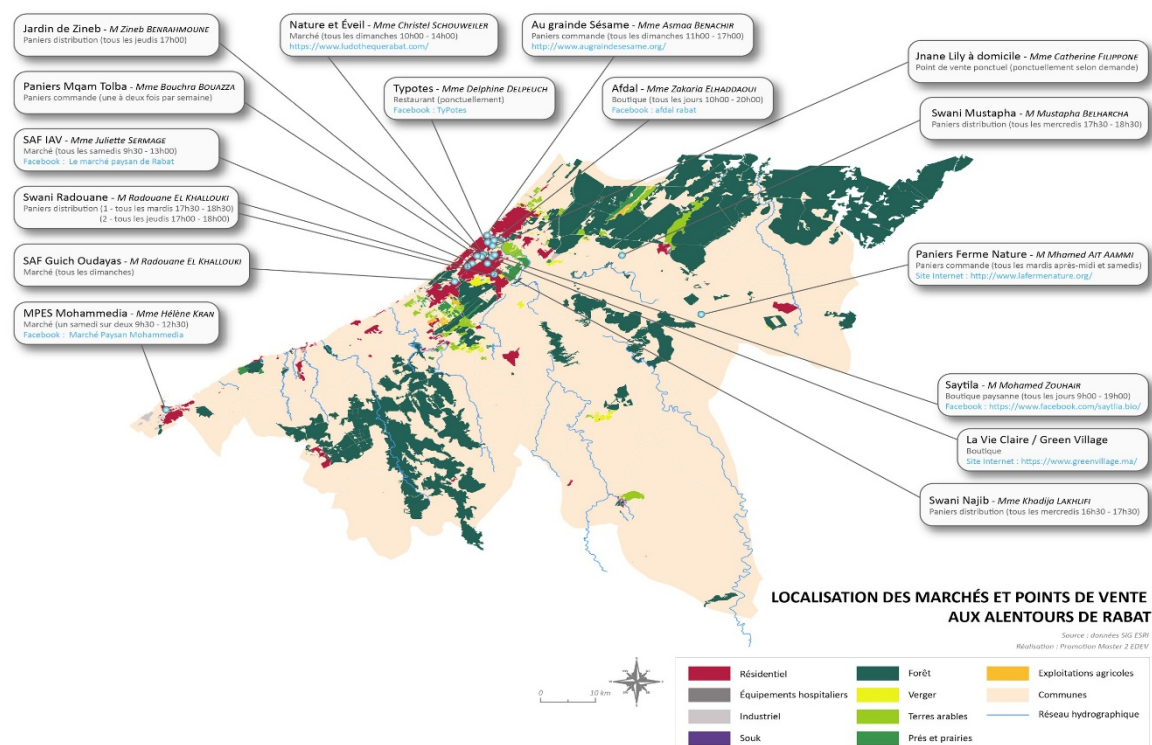
Les consommateurs de produits SPG présentent des caractéristiques similaires à celles des consommateurs engagés dans le dispositif du SPG. Nous avons parmi eux des Marocains mais la plupart sont de nationalité étrangère. Ils appartiennent à la classe sociale moyenne et à la classe aisée. La plupart de ces consommateurs sont en activité.

b. Motivations des consommateurs

Plusieurs motivations ont été évoquées par les deux types de consommateurs. L'une des raisons principales de leur choix à consommer les produits du SPG est la recherche de produits de qualités sanitaires et nutritionnelles, sachant que certains consommateurs ont des problèmes de santé. Une autre des dimensions propres au dispositif du SPG, et qui revient dans le discours des enquêtés, est le respect du vivant et du milieu. Les consommateurs sont en effet soucieux de l'état actuel de la planète au niveau environnementale. Les produits du SPG répondent en cela à leurs attentes. Enfin, bien que dans une moindre mesure, les consommateurs mentionnent la dimension sociale et éthique dans la mesure où le SPG se préoccupent des conditions des travailleurs, mais aussi du traitement réservé aux animaux dans les fermes.

3.3 LES LIEUX DE COMMERCIALISATION

Les produits SPG sont commercialisés sous diverses formes et dans différents lieux. Les producteurs vendent des paniers, sur les marchés ou via des intermédiaires. La carte 4 permet de visualiser la localisation de ces différents lieux de commercialisation.



CARTE 4 : LOCALISATION DES LIEUX DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DU SPG

Source : Léna Faury et étudiants EDEV à partir des données du RIAM

3.3.1 La vente des paniers

Selon les enquêtes menées, c'est le premier mode de commercialisation des produits agro écologiques au Maroc. Les enquêtes indiquent que les producteurs vendent leurs productions sous forme de paniers, notamment à leurs entourages/connaisseurs soucieux d'avoir une alimentation saine. Selon les enquêtés, ce système a pris de l'ampleur et essaye de se généraliser. Les producteurs constituent les paniers suite à la demande des clients une à deux fois par semaine, en fonction du volume de production sur leur ferme. Les paniers comportent diverses variétés (10-20 variétés différentes selon les producteurs), avec des quantités qui changent suivant les saisons (par exemple en été, le panier est mieux garni avec plus de variétés par rapport à l'hiver). Si les quantités sont variables, les prix des paniers ne changent pas : il existe des petits (10-12Kg) et des grands (18-35Kg) avec des prix respectifs 100 dirhams et entre 160-170 dirhams. Comme indiqué sur la carte de localisation, la distribution des paniers se fait le plus souvent au niveau des fermes, dans les marchés ou par livraison. La livraison se fait dans des quartiers, à domicile et chez les intermédiaires.

Certains consommateurs trouvent que le système de panier est contraignant (Entretien24 et 32) car ils n'ont pas le choix des produits. D'autres n'ont pas les moyens d'acheter la totalité du panier. En revanche, les producteurs

signalent le système des paniers comme avantageux pour eux, car cela leur permet d'écouler rapidement leurs produits. Même si le prix de vente du panier, en tenant compte du volume de produits, est moins élevé que la vente au détail, le système permet des revenus plus sûrs et plus réguliers (Entretien 28).

3.3.2 Les marchés : «Souk El Fallah » et « Nature et Éveil »

Le marché paysan (Souk El fallah) et le marché « Nature et Éveil » (photos 1 et 2) se tiennent respectivement tous les samedis et dimanches. Ils regroupent uniquement des producteurs agroécologiques mais tous ne sont pas labellisés SPG. Ces marchés ont leur propre mode d'organisation, en particulier le marché paysan. Cela concerne les contrôles et analyses des produits, le mode de communication, les conditions d'accès aux marchés pour pouvoir vendre ses produits.

Le marché Souk El Fallah, où nous avons comptabilisé 135 consommateurs environ le jour de l'enquête, a élaboré sa propre charte grâce au comité d'organisation du marché. Les contrôles et les analyses, qui visent à vérifier les traces de pesticides dans les produits, garantissent la qualité sanitaire du produit pour les consommateurs. Ces contrôles n'existent pas sur le marché Nature et Éveil. Les résultats de ces analyses sont publiés sur internet (page Facebook du marché paysan), qui est un moyen de communication entre les producteurs et les consommateurs des produits du marché. Les consommateurs font généralement confiance aux analyses (Entretien 32). Mais les enquêtés ne manquent pas de mentionner également le fait que, s'il y a un besoin de contrôle, c'est aussi parce qu'il n'y a pas toujours de confiance spontanée en la qualité des produits et que l'autorégulation du marché, par le respect des normes de production du SPG, n'est pas effective (Entretien 26). L'un des membres du SPG témoigne : « *Les analyses c'est très bien. L'idéal, ce serait de travailler uniquement sur la confiance mais on ne peut pas* » (Entretien 34).

Pour accéder dans ces deux marchés en tant que producteur, il faut d'abord être engagé dans l'agroécologie. Pour intégrer le marché Souk El Fallah, il faut avoir une ferme dans un rayon de 70 km de Rabat, avoir une visite de deux producteurs dans la ferme, payer à l'association une somme de 100 dirhams par semaine pour installer son stand (ou 600 dirhams pour 8 semaines). La somme collectée par l'association permet de financer les analyses. En revanche, sur le marché Nature et Eveil, les producteurs sont très majoritairement de la région de Soul (située à peu près 80 km de Rabat). Le coût du stand est de 80 dirhams chaque dimanche.

De façon plus générale, les enquêtés indiquent que la capacité à commercialiser la production se heurte à la difficulté de trouver un lieu de vente qui soit accessible à tous et, plus encore, de pouvoir disposer de plusieurs points de vente (Entretiens 21 et 23). Sur le marché Souk El Fallah, les enquêtés signalent un manque de diversité des produits (légumes et fruits). Par ailleurs, le label SPG n'est pas visible car ne disposant pas de dispositif d'affichage ou d'étiquetage. Il arrive que les commerçants-producteurs montrent aux consommateurs leurs attestations comme preuve de leur appartenance au SPG (Entretien 24).



PHOTO 1 : MARCHÉ SOUK EL FALLAH



PHOTO 2 : MARCHE NATURE ET EVEIL

3.3.4 Les intermédiaires

Les intermédiaires regroupent l'ensemble des transformateurs, des restaurateurs et des boutiques qui achètent et revendent les produits SPG sous différentes formes. Certains se font livrer des paniers une à deux fois par semaine en fonction des besoins. Tous achètent leurs produits auprès d'un ou plusieurs producteurs auxquels ils sont fidèles.

Les transformateurs utilisent les produits SPG pour élaborer des confitures, biscuits, farines, thé, etc. Ils vendent ces produits transformés dans les boutiques ou les marchés. Parmi ces transformateurs, on trouve aussi quelques producteurs. Certaines boutiques revendent directement les produits frais du SPG, tandis que les restaurateurs s'approvisionnent en ces produits pour l'élaboration de leurs plats en cuisine, notamment en légumes.

Cela étant, il est à noter que les intermédiaires vendent également des produits frais ou transformés non labellisés SPG. Il n'y a donc pas un mode d'approvisionnement exclusif. Dans les boutiques, tout comme comme sur le marché, le label n'est pas exposé, ou quand il est indiqué, il est peu visible. L'ensemble de la clientèle, dans ces différents lieux de commercialisation, vient généralement d'une classe sociale relativement aisée, voire riche, et là aussi, certains y viennent pour trouver des produits sains en réponse à leurs problèmes de santé. Dans tous les cas, ces boutiques attirent un petit cercle de clientèle.

PARTIE 2. IMPACTS VISIBLES ET ATTENDUS DU SPG

Les résultats de l'étude ont débouché sur l'élaboration d'une carte schématisée des impacts (Fig 7), en fonction des différentes dimensions - économiques, sociales et environnementales - de la durabilité. Les sections suivantes déclinent ces impacts de différentes natures.

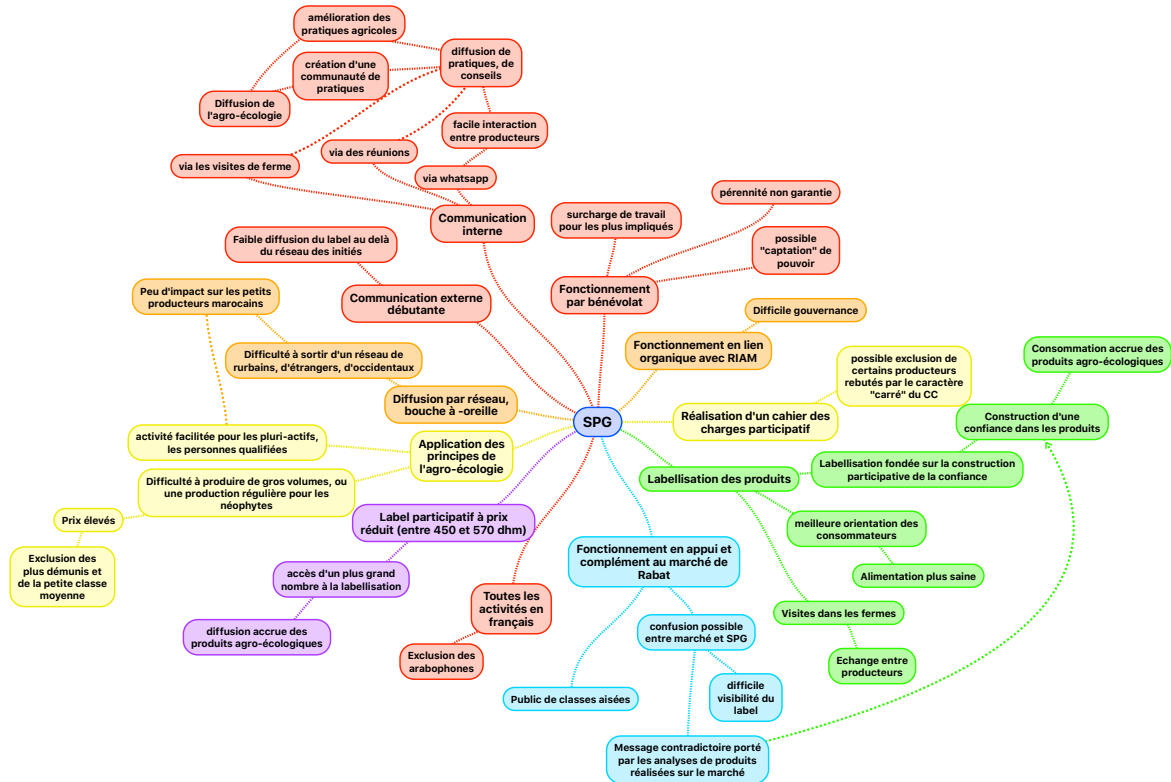


FIGURE 7 : SYNTHÈSE SCHEMATISEE DES IMPACTS DU SPG

Source : EDEV à partir des entretiens

1. IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX

L'une des dimensions de la durabilité est le volet environnemental. L'agroécologie dont se réclame le SPG prône le respect de l'environnement. Le cahier des charges conçu dans le cadre du SPG fait ressortir des obligations, interdictions et recommandations qui vont dans le sens de la préservation de l'environnement. Dans cette partie nous analysons les impacts environnementaux induits ou que pourraient induire le SPG.

1.1 DEBAT AUTOUR DU CAHIER DE CHARGES

L'enquête montre que les producteurs présentent des caractéristiques différentes en termes de rapport à l'environnement. Une de ces caractéristiques concerne la pratique agroécologique. Certains producteurs ont une expérience plus développée que d'autres dans la connaissance et la durée des pratiques agroécologiques. Cette hétérogénéité qui subsiste dans le groupe a fait ressortir des discours qui s'opposent dans le cadre de nos enquêtes.

Certains producteurs, notamment ceux dont la labellisation est programmée, trouvent le cahier de charges contraignant. Ils sont généralement novices dans les pratiques agroécologiques, telles que préconisées par le SPG. En conséquence, ils réclament plus de souplesse et de temps pour la conversion de l'agriculture conventionnelle à l'agroécologie. Parmi ceux qui jugent le cahier des charges trop coercitif, certains pointent un point particulièrement contraignant, figurant dans le cahier des charges. Il concerne la question de la gestion de l'eau avec l'obligation de mettre sur les exploitations des « systèmes de récupération des eaux de pluie biologique et physique ». Ce point est largement revenu dans les débats sachant que ces producteurs disent ne pas manquer d'eau et ne voient donc pas l'intérêt de construire ces systèmes.

À l'opposé de ces agriculteurs qui estiment le cahier des charges trop contraignant, nous avons rencontré des producteurs qui le juge trop souple. Ce groupe a des pratiques agroécologiques anciennes et une connaissance plus développée de l'agroécologie. Si la plupart des producteurs du SPG pensent que les normes SPG sont plus exigeantes que celles de l'agriculture biologique, d'autres producteurs pensent le contraire. C'est le point de vue notamment d'un producteur agroécologique de Rabat qui n'est pas labellisé dans le cadre du SPG. Il argumente son propos notamment sur la pratique du labour qui, selon lui, va à l'encontre des principes de l'agroécologie. Or le SPG l'autorise, même s'il doit être superficiel selon le cahier des charges (moins de 25 cm).

Un autre point du cahier des charges fait l'objet de discussion, et contribue à démotiver certains producteurs à se labelliser. Il est stipulé en effet dans le cahier des charges que les parcelles en agroécologie doivent respecter une certaine distance des parcelles cultivées de façon conventionnelle. Or certains producteurs n'ont pas la surface suffisante sur leur exploitation pour respecter cette norme. Et il n'est pas rare que certains partagent leurs exploitations avec un voisin qui fait de l'agriculture conventionnelle. Le respect de cette règle oblige donc certains producteurs à n'avoir qu'une part réduite de leur surface labellisé SPG. Le débat sur l'intérêt de labelliser ce type d'exploitation a été assez récurrent dans les échanges que nous avons eu avec les porteurs du SPG.

1.2 IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX VISIBLES, ATTENDUS ET SOUHAITES

Plusieurs impacts (ou changements) ont été évoqués par les personnes enquêtées. Nous distinguons, d'une part les impacts visibles, c'est à dire effectifs. Cependant, ceux-ci ne sont pas seulement imputables au dispositif du PSG, notamment dans les exploitations où les pratiques agroécologiques sont antérieures à la labellisation. Dans ces cas, le SPG n'a fait qu'entériner certaines pratiques, ou dans le meilleur des cas, les renforcer. Nous avons identifié, d'autre part, les changements qui sont plutôt attendus et souhaités.

1.2.1 Impacts visibles liés à l'agroécologie qui s'accroissent avec le SPG

Les impacts visibles sont liés à une meilleure gestion des ressources comme l'eau, le sol et les énergies.

La question de l'eau est très présente dans les discours recueillis, tant du côté des producteurs que du côté des consommateurs. Le Maroc se trouve dans une situation alarmante du point de vue de ses ressources hydriques. Le risque de pénurie d'eau, dans un avenir proche, est souvent évoqué par les enquêtés, et il est largement pris en compte dans le cahier des charges du SPG. Outre l'obligation d'installer des systèmes d'irrigation dans les fermes visant l'économie de l'eau et une meilleure gestion de la ressource, il est également recommandé d'avoir de mettre en place un système de gestion des eaux usées.

Des changements positifs sont également visibles au niveau de la qualité des sols. Les enquêtés mentionnent le fait que l'abandon de la monoculture et le fait de favoriser la production saisonnière contribuent à l'amélioration et la préservation des sols. De même, l'abandon de l'utilisation d'intrants de synthèse et de pesticides dans les cultures contribuent au maintien de la qualité des sols, tout comme le fait de favoriser le traitement des maladies des arbres et plantes de manière naturelle.

Les changements sont encore plus nettes dans le domaine de l'énergie. Conformément aux recommandations du SPG, des dispositifs d'énergie solaire ont installé dans plusieurs fermes au détriment de l'énergie électrique. Des puits avec un système pompage solaire ont vu le jour dans de nombreuses fermes. Les habitats dans les fermes aussi fonctionnent avec l'énergie solaire.

Enfin, la labellisation SPG et le respect des normes préconisées a permis de développer le système d'autoproduction et d'échange de semences au sein du groupe de producteurs. Un voyage organisé en février 2019 par le SPG, au cours duquel les producteurs ont rencontré d'autres de leurs confrères, a permis d'accéder à d'autres variétés de semences naturelles. Cette dimension est directement imputable au SPG.

1.2.2- Impacts attendus et souhaités

Plusieurs impacts attendus ont été évoqués par les producteurs. L'un d'eux concerne le développement des connaissances des pratiques agroécologiques au sein du groupe. L'accompagnement des nouveaux par les anciens, et les échanges fréquents entre les producteurs du groupe, apparaissent à tous primordiaux pour la diffusion des pratiques et des savoir-faire agroécologiques.

Des impacts sont attendus également dans l'amélioration des paysages et la préservation de la biodiversité au sein des fermes. Des projets de plantation d'arbres, chez certains producteurs, répondent à cette attente. La

présence d'arbres aura pour conséquence, selon eux, de couvrir les sols et d'améliorer leur qualité. Cela permettra également une rétention de l'eau grâce aux racines des arbres.

De façon plus générale, certains enquêtés ont formulé le souhait d'intégrer plus de producteurs dans le dispositif du SPG, de manière à rendre plus visible les impacts environnementaux du label et à diffuser plus largement les pratiques agroécologiques, avec l'espoir de faire de la zone un véritable pôle de l'agroécologie au Maroc.

2. IMPACTS ALIMENTAIRES ET NUTRITIONNELS

2.1 DES PRODUITS PERÇUS COMME ETANT « DE QUALITE »

La majorité des consommateurs des produits SPG sont satisfaits de la qualité sanitaire et nutritionnelle des produits du SPG. Certains soulignent le fait que, depuis l'introduction de ce système participatif de garantie à Rabat, il y aurait eu une augmentation du nombre de consommateurs qui cherchent une alimentation saine. Il y aura « *plus de consommateurs qui vont se nourrir d'une manière correcte* » (Entretien 1).

Par ailleurs, certains consommateurs, alors même qu'il ne sont pas engagés dans le dispositif SPG et qu'ils ne savent pas qu'ils consomment des produits labellisés SPG, perçoivent ces produits comme étant « *sains* » et comme étant des « *produits locaux* » (cultivés à proximité).

En outre, les producteurs confirment la satisfaction de leurs clientèles qui apprécient les qualités nutritionnelles et alimentaires de leurs produits : « *Les consommateurs sont satisfaits, beaucoup me disent que franchement tes légumes en un goût différent des légumes du souk* » (Entretien 27), « *Le goût des produits est très bien* » (Entretien 12).

Si beaucoup reconnaissent le prix élevé des produits SPG, ils disent aussi être prêts à payer plus pour garantir une meilleure qualité des aliments qu'ils consomment. « *Si je ne trouve pas la qualité, je n'achète pas* », « *on mange moins et mieux* » (Entretien 1).

2.2 UNE PRISE DE CONSCIENCE CHEZ LES CONSOMMATEURS

Le système participatif de garantie semble avoir créé un changement de pratiques alimentaires au sein d'un groupe bien délimité de consommateurs, devenus de plus en plus soucieux de la qualité des produits.

Ces changements dans les pratiques alimentaires sont dus à la prise de conscience des consommateurs de la meilleure qualité des produits SPG par rapport aux produits conventionnels. La majorité des consommateurs des produits SPG sont soucieux pour leur santé et pour leurs enfants. Ils cherchent une alimentation saine et bénéfique pour leur santé : « *on fait attention à ce qu'on mange* », « *on s'éloigne de plus en plus de tout ce qui est importé* » (Entretien 2).

Cependant, il est ressorti de nombreux propos recueillis qu'une grande partie des Marocains ne peuvent pas s'approvisionner en produits SPG, du fait de leur prix assez élevé, ce qui rend plus difficile le changement des pratiques alimentaires à plus large échelle. Le constat en effet est que les produits SPG sont plus chers que les produits de l'agriculture conventionnelle (3 fois plus), mais moins cher que les produits certifiés AB. (Entretien 1). Selon certains, les prix du conventionnel sont bradés. Par exemple, 1 kg de pomme de terre avec le label SPG est vendu 15 dirhams alors que sur le marché conventionnel, le prix se situe entre 3-5 dirhams. De même, le prix pour 1 kg de tomates avec le label SPG est de 12 DH, contre 2DH pour le conventionnel c'est 2 DH. Nous avons pu constater que ces écarts de prix sont plus marqués sur le marché Souk El Fallah que sur le marché Nature et Éveil.

Cette différence de prix est significative et excluante selon certains enquêtés : « *c'est naturellement trop cher pour la grande majorité des Marocains* » (Entretien 1). Il semble bien que le pouvoir d'achat des Marocains soit une limite à la diffusion plus large des produits SPG, pour l'instant réservés aux classes moyennes et supérieures. Une organisatrice de marché et consommatrice engagée, tout en soulignant la nécessité d'une meilleure communication, confirme cet effet de niche : « *pour changer les habitudes alimentaires, cela nécessite beaucoup de communication. Heureusement pour le producteur et malheureusement pour le consommateur, ce n'est pas tout le monde qui peut acheter les produits alimentaires écologiques* » (Entretien 9).

Si les produits SPG sont pour l'instant réservés à une classe sociale aisée, du fait du prix des produits, certains producteurs insistent sur la nécessité aussi de sensibiliser les consommateurs aux valeurs nutritionnelles

qu'apporte ces produits, au-delà du prix à payer. Selon l'un d'eux, c'est aux producteurs d'expliquer les bienfaits de ce dispositif aux consommateurs : « *avec l'agroécologie, tu achètes ta santé* » (Entretien 20)

Pour d'autres, la seule solution est de baisser les prix. Une productrice de produits SPG propose : « *Il faut donc élargir le marché, les gens aimeraient acheter bio donc l'enjeu, c'est de démocratiser en baissant les prix, et mettre des produits de qualité à la disposition des consommateurs* » (Entretien 2).

Au final, le SPG a créé des changements effectifs dans les pratiques alimentaires des Marocains issus de la classe sociale aisée. Mais, sans une communication et une sensibilisation aux bienfaits sanitaires de ces produits, la consommation des produits du SPG risque fort de ne concerner qu'un cercle restreint. Les prix de vente, plus élevés que les produits issus de l'agriculture conventionnelle, sont une limite à l'accessibilité sociale des produits du SPG et un frein à leur démocratisation. Pourtant, la majorité des personnes interviewées sont optimistes sur les perspectives, confiants sur le fait que, dans les prochaines années, il y aura une prise de conscience de plus en plus forte des aspects nutritionnels et sanitaire de l'alimentation : « *Ça va se développer dans 10 prochaines années, les gens sont inquiets maintenant de ce qu'il mange* » (Entretien 7). De même, ils soulignent le fait, que les modes alimentaires vont être de plus en plus soucieux du gaspillage, et donc chercheront à acheter moins en quantité pour le même prix : « *Les prix devraient nous pousser aussi à consommer avec moins de gaspillage, et à acheter des quantités plus justes* » (Entretien 26). Ce témoignage va dans le sens de l'expérience d'une consommatrice engagée dans le SPG. Celui-ci, selon elle, lui a fait changer d'hygiène de vie. Elle est désormais plus consciente de la valeur des produits SPG au plan de la santé et surtout plus soucieuse du gaspillage, d'autant qu'elle a augmenté son budget alimentaire pour acquérir ces produits : « *lorsque j'achète un produit agroécologique, je connais sa valeur, et j'ai du mal à jeter. Même le mode de vie change quand on côtoie le SPG* » (Entretien 3).

2.3 UNE DISPONIBILITE ET DIVERSITE LIMITEES

Au-delà des changements introduits par le SPG en termes de pratiques alimentaire, la diversité et la disponibilité des produits restent limitées compte tenu de la saisonnalité de la production « *La quantité varie en fonction des disponibilités et en fonction des périodes ... de juillet à août, c'est mort.* » (Entretien 31). La saisonnalité de ces produits et le manque de disponibilité à certaines périodes supposent que les consommateurs acceptent de s'adapter : « *d'habitude j'ai deux paniers. Mais des fois, c'est imprévisible, on vient et on ne sait pas ce que l'on va pouvoir prendre* » (Entretien 1).

Une consommatrice nous a confié que le manque de diversité et de disponibilité des produits lui posent problème, l'obligeant à s'approvisionner seulement à hauteur de 60% en produits SPG (Entretien 3). Beaucoup de consommateurs se trouvent ainsi obligés à acheter des produits biologiques, ou même conventionnels, ce qui leur impose aussi une contrainte de temps puisqu'ils doivent se rendre sur plusieurs lieux d'achat : « *je m'approvisionne en produits Bio chez une italienne à Mabella, qui est en dehors secteur du marché du SPG, parce qu'elle a plus de variétés* » (Entretien 12), « *C'est plutôt la variété qui manque, pas le volume. Les gens aimeraient bien acheter le maximum de leur panier dans un seul endroit. En fait, ils sont obligés d'aller le compléter sur le marché conventionnel, c'est contraignant. Une question de temps. Ils mélangent entre produits de qualité et les autres. Ceux qui sont dédiés à la cause sont très rares. Il y a des choses incontournables dans la cuisine marocaine, les tomates par exemple* » (Entretien 31).

Face au problème de diversité et de disponibilité, les intermédiaires cherchent des alternatives en s'adressant à d'autres producteurs, de manière à garantir une offre diversifiée à leur clientèle. La boutique Afdhal, par exemple, travaillent avec plusieurs producteurs pour optimiser la diversité des produits qu'ils proposent.

Selon certains producteurs, il est nécessaire que les consommateurs prennent conscience de cette variabilité saisonnière et l'intègrent dans leurs modes alimentaires : « *Les consommateurs doivent changer leurs pratiques, ils doivent savoir que le concombre, on ne peut pas produire sainement toute la saison. Il faut qu'il mange que des produits de saison* » (Entretien 27). Certains consommateurs vont dans ce sens : « *On se contente de ce qu'on trouve* » (Entretien 4).

Pour conclure, les résultats des enquêtes indiquent que l'introduction du système participatif de garantie à Rabat répond à un certain changement dans les pratiques alimentaires des Marocains, de plus en plus sensibles aux enjeux sanitaires et nutritionnels des produits alimentaires. Mais l'impact du SPG demeure encore limité à un cercle restreint de population (les classes sociales moyennes et aisées) en raison notamment des prix des produits. De même, le manque de diversité de produits et des quantités disponibles est apparu comme une limite du dispositif SPG pour les consommateurs, contraints de chercher des alternatives pour les produits qui manquent.

3. IMPACTS SOCIAUX- ECONOMIQUES

3.1 DEBATS AUTOUR D'UN PRIX « JUSTE »

Comme déjà mentionné, les prix à la vente des produits labellisés par le SPG sont relativement chers. Cette question est apparue au cœur des discussions que nous avons eues avec les différentes personnes enquêtées, notamment celles engagées dans le dispositif SPG, dont les avis peuvent diverger.

Suite aux multiples réunions entre les membres du RIAM, du groupe local et des producteurs, le consensus est celui de fixer un prix minimum pour que le producteur tire un revenu satisfaisant de son activité. L'enjeu est donc de ne pas trop baisser les prix de vente, et de viser plutôt un « juste » prix. Ainsi, chaque producteur fixe le prix qui lui convient, tout en respectant un seuil de prix minimum pour éviter la mise en concurrence des producteurs entre eux.

Mais, comme cela a été déjà dit, les consommateurs des produits SPG sont tous des gens de classe moyenne/riche et/ou des personnes ayant des problèmes de santé qui acceptent le prix à payer. Pour les populations à plus faibles revenus, le prix de vente est vraiment un facteur limitatif (Entretien 2). Certains membres du dispositif SPG pensent donc qu'il est important que les prix puissent être accessibles à tous les consommateurs et ces derniers puissent être en mesure d'adopter une alimentation saine et durable. L'enjeu est de démocratiser l'accès aux produits SPG en baissant les prix, et pour cela, il convient d'augmenter la production en réponse à une plus forte demande.

Cela étant, la question qui se pose pour les producteurs est de savoir jusqu'à quel point ils peuvent baisser leurs prix, sachant qu'il y a peu de consommateurs pour l'instant, et qu'ils n'ont pas beaucoup de marge de manœuvre au niveau de leur coûts de production en l'absence de subvention.

Ces débats renvoient donc plus largement à la viabilité des agricultures familiales agroécologiques dans un contexte où les conditions de production ne sont pas avantageuses pour les petits producteurs. De fait, les revenus de l'agriculture sont rarement suffisants, d'autant plus si la capacité de production est limitée. La pluriactivité est donc de mise. Autrement dit, si la question de l'inclusion sociale se pose pour les consommateurs (dans la mesure où les prix élevés excluent une partie non négligeable de la population marocaine), elle se pose aussi du côté des petits producteurs. Ces derniers, en effet, ne sont pas toujours en mesure de vivre de leur activité agricole, d'autant plus si elle donne la priorité à des pratiques agroécologiques dont la capacité de production trouve des limites en termes de volumes. En conséquence, la question qui se pose est de savoir si le dispositif SPG peut être accessible aux petits agriculteurs non pluriactifs, et se diffuser au-delà d'une classe d'agriculteurs aisés, souvent éduqués, pluriactifs qui intègrent l'agriculture comme une activité supplémentaire, non essentielle.

3.2 IMPACTS SUR LES REVENUS ET LA CREATION D'EMPLOIS

Il semble que le dispositif SPG n'ait pas eu comme effet une augmentation des revenus des producteurs, ce qui est considéré comme logique par plusieurs personnes enquêtées, puisque la mise en place du SPG est encore récente. Ainsi, les revenus issus de l'agriculture demeurent insuffisants, surtout pour les plus petits producteurs, et la plupart maintiennent d'autres activités pour compléter leurs revenus. En revanche, selon les enquêtes, les intermédiaires qui s'approvisionnent en produits labellisés SPG déclarent avoir diversifié leur clientèle et augmenté leurs revenus.

Globalement, pour la plupart des personnes enquêtées, les impacts économiques sont à venir : « *À long terme, il y aura un impact économique, le label peut conduire à une amélioration de la situation du producteur* » (Entretien 1). Ainsi, les producteurs enquêtés attendent du dispositif SPG qu'il permette une augmentation de leur revenu et une amélioration de leur condition de vie.

Au niveau économique, la création d'emplois est l'un des impacts les plus visibles du SPG. Les producteurs et les intermédiaires emploient des populations locales pour les aider dans leur activités. Les intermédiaires-transformateurs embauchent plus les femmes dans leurs activités de transformation. De nombreuses familles gagnent leurs vies grâce aux fermes, et la perspective de pouvoir s'intégrer au dispositif SPG est apparue comme importante pour les jeunes, comme alternative à l'exode rural et l'émigration. Selon les personnes enquêtées,

la main-d'œuvre agricole ne coûte pas cher. Mais les producteurs se heurtent à un manque de disponibilité de la main-d'œuvre, les jeunes désertant les campagnes. L'autre problème est le manque de qualification de la main-d'œuvre. Cela s'explique, selon certains enquêtés, par le fait que ceux qui se font embaucher dans l'agriculture sont ceux qui ont échoué à la ville et qui reviennent à la campagne. L'agriculture est donc pour eux une activité « refuge », par défaut, qui ne les motive guère au-delà du revenu qu'ils peuvent en tirer (Entretien 24 et 25).

Ainsi, les attentes vis-à-vis du SPG est qu'il puisse être créateurs d'emplois plus qualifiés, mieux rémunérés, déclarés et stables. Il est conçu par certains comme un frein à l'exode rural, et une solution pour promouvoir le développement de la jeunesse en milieu rural.

4. IMPACTS LIES A LA GOUVERNANCE

La gouvernance désigne les relations et les interactions qui se développent entre les acteurs locaux (acteurs institutionnels, acteurs issus de la société civile, professionnels...) à l'échelle d'un territoire. Dans le cadre du SPG, ce système de relations est celui qui se joue entre, d'un côté, les membres du groupe local (qui gère au quotidien l'organisation et le fonctionnement du SPG) et, de l'autre le RIAM, mais aussi avec les différents acteurs des politiques publiques (mairie, etc.). L'enquête indique que la mise en place du SPG a des effets notables sur les capacités organisationnelles des individus, notamment au sein du groupe local. Des changements concernent également la question de la visibilité du label et de la communication faite par les acteurs du dispositif SPG.

Ainsi, malgré la jeunesse du dispositif, certains changements - positifs ou négatifs - sont déjà visibles alors que d'autres relèvent d'une attente ou d'une projection des membres du groupe local.

4.1 CHANGEMENTS SUR LE PLAN ORGANISATIONNEL DE GESTION DU GROUPE LOCAL

4.1.1 Le bénévolat, comme condition de la pérennité de l'association et du groupe local

L'enquête montre que c'est au sein même du groupe local SPG que l'on peut d'abord situer les enjeux et les difficultés organisationnelles. Plusieurs aspects peuvent être relevés. En premier lieu, la pérennité de l'association et de son dynamisme, comme pour d'autres, dépend de la capacité des acteurs à rester engagés en tant que bénévoles. Le bénévolat, nous disent les enquêtés, se heurte à deux problèmes : d'une part, les volontaires sont rares et, d'autre part, l'activité du groupe local est chronophage. De fait, certains producteurs ou consommateurs sont insuffisamment engagés ou impliqués. « *La pérennité de ce système ne sera pas facile, le système ne se base que sur le bénévolat et le volontariat* » (Entretien 3). Effectivement, pour cette consommatrice engagée, les différents degrés d'engagement et de conviction au sein du groupe local sont étroitement liés avec la question du bénévolat : les personnes volontaires sont aussi souvent les plus mobilisées sur les questions de l'agroécologie, ce sont des personnes « engagées et convaincues ». Certains reconnaissent que « *les consommateurs sont intéressés dans l'absolu mais peu impliqués* », bien souvent par manque de temps ou d'envie (Entretien 2, 4 et 5). Par ailleurs, les producteurs « *sont débordés par la gestion de leur ferme* » (Entretien 2). Aussi, certains doutent de la pérennité du groupe local craignant que des intérêts personnels puissent supplanter l'intérêt collectif. Un militantisme serait préférable pour maintenir ce projet plutôt qu'un engagement (Entretien 4).

Les enquêtes ont fait ressortir ensuite un risque de captation des pouvoirs, du fait du différentiel de capacité ou volonté d'investissement des membres au sein du groupe local. Certaines personnes disposant de plus de temps et s'impliquant donc plus dans le projet, ont tendance à centraliser les prises de décision, ce qui place certaines personnes, disposant de moins de temps, plus en retrait.

Un autre aspect concerne la question de la distance géographique. Certaines personnes enquêtées déplorent en effet le manque de proximité géographique entre les producteurs, ce qui rend difficiles les interactions sociales. Ce manque de lien entre les membres engagés est perçu comme un véritable obstacle pour le dispositif qui prône l'échange et la participation active de ses membres.

Un impact très positif du SPG, au niveau individuel et collectif, concerne la montée en compétence des membres du groupe local, liée en particulier à la recherche de solutions pour mettre en place un mode de communication en interne. Le fonctionnement du groupe local s'est vu nettement amélioré par la création d'une communauté de pratiques via l'utilisation de WhatsApp d'une part (communication et échanges directs, planification, aides...), et à travers les diverses rencontres entre les membres, d'autre part. Grâce aux groupes de réflexions, aux ateliers, aux visites ou d'autres événements plus exceptionnels (voyages), les membres du groupe local ont longuement

appris sur la gouvernance et l'autogestion d'un organisme. Le voyage d'échange en France (rencontre avec le SPG Nature & Progrès) en est un exemple parlant : très enthousiastes, les personnes qui y ont participé ont réellement pu échanger sur leurs pratiques, leurs modes de gestion de leur groupe local, partager des semences paysannes, etc. Selon les témoignages, les échanges ont permis d'imaginer de nouveaux partenariats et une ouverture de nouveaux débouchés (vente d'olives d'un producteur marocain en France).

La montée en compétence des membres est particulièrement visible chez les producteurs labellisés en matière de gestion (planification des réunions, des visites, d'événements, comptabilité, etc.). En revanche, les enquêtés ont soulevé le fait que les consommateurs devraient être davantage « éduqués » à l'agroécologie (manque ressenti lors des visites de ferme) : « *Le consommateur vient d'un autre monde. Il prend un cahier des charges, va savoir s'il va tout comprendre... [...] Le consommateur citoyen qui ne connaît rien aura beaucoup de mal à bien observer et à bien comprendre ce qu'il est en train de faire. Pour moi, il y a eu très peu d'ateliers, je n'en ai pas eu moi, c'est moi qui ai fait l'effort de lire et de me documenter, il n'y a pas eu d'acquis de compétence. Le fait de donner au consommateur un cahier des charges, ce n'est pas suffisant* » (Entretien 3).

4.1.2 – L'enjeu de la prise d'autonomie du SPG

Le SPG émane du RIAM dont la sphère associative a largement inspiré le fonctionnement du dispositif de certification.

Les difficultés organisationnelles énoncées au sein du groupe local sont liées à un effet de confusion entre le « RIAM » et le « groupe local SPG ». De même, la perception est celle d'une dépendance à certains individus clefs et nombreux sont ceux qui craignent le départ de ces personnes porteuses du projet. À propos d'une de ces personnes clefs, un membre du groupe local témoigne : « *C'est elle qui organisait tout, donc oui, je suis un peu inquiète car elle ne sera plus là* » (Entretien 23). Une consommatrice engagée du SPG et, par ailleurs, active au RIAM s'inquiète également : « *Pour le moment, on a la chance d'avoir cette personne, qui est rémunérée pour animer le SPG, mais quand elle sera partie, ce ne sont ni les consommateurs, ni les producteurs qui vont coordonner, animer... [...] On est volontaires, bénévoles, mais à un moment, le bénévolat a ses limites. [...] Il faut qu'on trouve une façon de fonctionner* » (Entretien 33).

Parmi les changements souhaités, plusieurs membres du SPG espèrent que le SPG puisse prendre son autonomie. Cela devrait commencer, nous dit un membre du groupe local, par son autofinancement, sachant que le fonctionnement du projet est actuellement étroitement lié au RIAM (paiement pour le label à l'association et subventions allouées par le RIAM au groupe local). La rémunération d'une personne pour gérer le SPG et le groupe local serait une solution, comme le suggère cette productrice labellisée : « *il faudrait quelqu'un à 100% sur le SPG* » (Entretien 23). Une personne permanente (rémunérée) permettrait d'alléger le travail bénévole de certains acteurs souvent très pris par leur propre activité professionnelle, ou pour faire face au départ de membres très actifs.

À une échelle plus globale, certains enquêtés font des projections sur le SPG : celui-ci pourrait être indépendant du RIAM. Il serait un système de garantie, une innovation liée à l'agroécologie, référencé par le RIAM mais il ne serait pas pour autant confondu avec l'association. Le groupe local pourrait fonctionner de manière totalement indépendante du RIAM (alors qu'aujourd'hui le groupe local ne peut fonctionner sans le RIAM) et s'appuyer sur son propre réseau de bénévoles.

Le RIAM se lirait alors comme un incubateur d'idées et d'innovations locales mais il n'aurait pas forcément pour vocation de réaliser le développement du projet, la vocation du RIAM étant bien de constituer un « réseau des initiatives » et son rôle étant avant tout de dresser un inventaire des innovations existantes.

4.1.3 – Discours et rapport au politique

Un impact largement souhaité par l'ensemble des membres du SPG est le lien plus étroit à développer avec les politiques publiques. Non reconnu, le dispositif pourrait gagner en notoriété et en légitimité si ces relations étaient créées (reconnaissance comme la certification par tiers). A ce jour, des contacts ont été pris, mais rien de formel n'a encore vu le jour (Entretien 9) malgré la volonté du groupe local : « *il faudrait que ce soit reconnu par l'État* » (Entretien 22).

Les politiques publiques semblent éloignées des préoccupations de ce groupe local bien que celui-ci considère que leur mobilisation permettrait de démocratiser ce système encore trop fermé à une classe moyenne et aisée :

« Si le gouvernement nous aide, ça nous permettra d'accéder à une nouvelle clientèle non-aisée » (Entretien 27). Une consommatrice engagée et membre active du RIAM note que le SPG est loin des « soucis des décideurs : il faut nourrir les marocains d'abord » (Entretien 1).

La relation avec les pouvoirs publics s'avère donc difficile d'autant qu'« au Ministère de l'agriculture, c'est un plan intensif non-bio avec la stratégie Plan Maroc Vert » qui est prôné (ENTRETIEN 2). Les discours sont aujourd'hui très différents, mais « peut-être qu'ils s'impliqueront à l'avenir s'ils sont plus informés » ((Entretien 24). Les enquêtés craignent, par ailleurs, les effets de la création du label AB Maro qui pourrait affaiblir le SPG : « Les producteurs se tourneront vers le label AB plus que vers le SPG, pour la reconnaissance étatique » (Entretien 35).

4.2 AUTOUR DES PRODUITS SPG : VISIBILITE DU DISPOSITIF ET DU LABEL

4.2.1 Communication et reconnaissance du label

L'absence de modes de communication a pour effet de limiter la diffusion du dispositif SPG qui reste méconnu du large public. Bien souvent, le consommateur ne sait pas qu'il achète des produits SPG. La diffusion du dispositif se fait majoritairement par bouche-à-oreille ou « en direct avec les consommateurs au niveau des marchés » (Entretien 9). Le groupe local se heurte à des difficultés pratiques : problèmes pour imprimer des affiches avec le label, absence d'étiquettes et de panneaux explicatifs, etc. : « Il n'y a même pas de carte, ni d'information chez le producteur au marché » (Entretien 3). Ainsi, l'invisibilité actuelle du label est une problématique forte. Travailler sur la communication est un enjeu pour favoriser sa diffusion (Entretien 3 et 33).

Aujourd'hui, le SPG reste cantonné à un territoire réduit, spatialement mais aussi socialement au sein d'une certaine classe sociale éduquée (Entretien 4). Un membre du groupe local l'exprime en ces termes : « Il faut plus de communication sur le SPG pour qu'il y ait plus de consommateurs, sinon ils vont consommer les produits entre eux. Les gens confondent les produits bio et SPG, le logo du label doit être sur les produits pour que cela attire les consommateurs » (Entretien 24). Les consommateurs de produits SPG admettent également que « le label n'est pas assez connu » (Entretien 5), et que « s'il était plus visible, ce serait une garantie supplémentaire » (Entretien 6). Selon certains, cela permettrait d'influencer d'autres personnes à consommer SPG (Entretien 5).

Certains reconnaissent que le problème existe au-delà du dispositif : « Nous sommes dans un pays où il n'y a pas beaucoup de communication » (Entretien 17). Le rôle des instances publiques serait, d'après ce consommateur, de trouver le moyen d'accompagner les producteurs et de les encourager par des subventions, pour effectuer en parallèle un travail de sensibilisation auprès des consommateurs. Pour d'autre, le rôle des médias est également important : « Pour sensibiliser, il faudrait une ampleur plus importante – peut-être les médias – parce qu'avec le SPG, on reste cloisonné dans des endroits, dans des points de vente : la cible est très réduite » (Entretien 31).

Au-delà de la reconnaissance du label, les producteurs sont prêts à diffuser les principes de l'agroécologie, leurs pratiques et admettent que « le processus l'emporte sur la marque » (Entretien 4). Certains expriment leur forte conviction : « Le vrai changement, c'est de montrer aux gens qu'on a réussi » (Entretien 21).

Aussi, même si la communication est aujourd'hui informelle et peine à se concrétiser (Entretien 22), les membres du SPG sont convaincus de la nécessité de la sensibilisation aux pratiques agroécologiques des consommateurs, au-delà de la simple diffusion de leur dispositif (l'un pouvant entraîner l'autre).

4.2.2 Visibilité face au nouveau label AB Maroc

Lors des enquêtes, certains producteurs déplorent le fait que le label SPG soit moins connu – et reconnu – que le label AB Maroc : « On est agroécologique mais au niveau du marketing, il faut un label bio. Moi, j'envisage de me faire labelliser bio, parce que les gens, le label bio, ils connaissent, et le SPG ils ne connaissent pas. » (Entretien 34).

En réalité, il n'existe pas de concurrence réelle sur le marché entre les labels AB et SPG. Cette concurrence est perçue, parce que crainte, mais elle n'est pas effective : « Dans la mentalité des gens, l'AB va être encore plus rassurant » (Entretien 3). Selon les membres du RIAM, les consommateurs de produits SPG sont souvent engagés et militants en faveur de l'agroécologie : ils n'achèteront pas de produits AB car ils sont persuadés que les

pratiques d'agriculture biologique sont moins vertueuses que les pratiques prônées par l'agroécologie (monoculture, système plus intensif, etc.). Selon certains, l'AB au Maroc se destine à une élite ou à l'exportation de gros volumes, aussi la coexistence est possible avec le SPG qui se destine aux consommateurs de classe moyenne avertis sur les concepts d'agroécologie, de circuit-courts et d'économie sociale et solidaire (Entretien 1).

La principale concurrence entre AB et SPG semble se jouer sur la communication : le SPG est méconnu par rapport à l'AB. Ainsi, selon certains enquêtés, l'émergence label AB Maroc et son cortège médiatique pourraient se répercuter de façon négative sur la diffusion du label SPG : l'AB pourrait être davantage valorisé et le SPG pourrait souffrir de cette communication. Un travail sur les procédés de diffusion doit encore se faire au sein du SPG pour faire-valoir cette innovation, la pérenniser à Rabat et penser sa diffusion sur d'autres territoires.

PARTIE 3. VEROUS ET POINTS D'ATTENTION

1. DIVERGENCES AUTOUR DES VALEURS PRONEES ?

Au cours des entretiens, nous avons relevé que différentes visions du SPG cohabitaient. Tout le monde n'adhère pas à ce système pour les mêmes raisons, les motivations sont très diverses pour participer à ce dispositif : les petits producteurs y voient un potentiel de valorisation marchande de leurs produits ; d'autres producteurs considèrent le SPG comme une possible valorisation de soi, de leurs pratiques agroécologiques ; certains consommateurs sont là par militantisme...

Ainsi, le but premier du SPG diffère selon les personnes interrogées et révèle également des convictions, plus ou moins grandes, en l'agroécologie et par rapport au projet SPG :

- « *Il y a une volonté d'entraide mais on n'a pas l'expérience pour faire marcher cette alternative, pour certains, il y a un esprit de concurrence* » (Entretien 27) ;
- « *Certains ont voulu faire ça pour leur santé. On a une diversité de logiques [...] ce qui crée d'ailleurs des frictions aujourd'hui* » (Entretien 32) ;
- « *Beaucoup de gens, des intérêts divergents, des visions différentes, c'est compliqué* » (Entretien 33) ;

Des différences de points de vue existent également autour de la fixation des prix autour de laquelle « *les producteurs ne s'entendent pas* » (Entretien 34), estime ce consommateur engagé qui ajoute que « *la démarche participative, quand elle l'est trop, ça génère des désaccords, des conflits* ». Certains parle de « *polémique* » autour des prix. Selon un membre du groupe local, « *on a fixé un prix minimum* », mais ce n'est pas logique selon lui : « *l'un des éléments de la charte SPG, c'est quand même de démocratiser le bio et de la rendre accessible au plus grand nombre* ». (Entretien 22)

Enfin, un point de désaccord concerne les subventions allouées au projet venant du Crédit Agricole ou de sa Fondation. Ce soutien financier est déprécié par certains qui considèrent que la Fondation Crédit Agricole soutient l'initiative SPG « *sous l'effet de la mode du bio* » (Entretien 1). Cette consommatrice, engagée et active dans le RIAM, rajoute « *on [avec le SPG] fait un peu de la pub pour le Crédit Agricole* ». Elle décrit un phénomène de Greenwashing qui met en désaccord plusieurs membres autour de ce partenariat : « *Le Crédit Agricole finance essentiellement l'agriculture conventionnelle par ailleurs* », c'est donc contradictoire selon elle avec les valeurs agroécologiques du SPG.

2. CONTROVERSES A PROPOS DU CAHIER DES CHARGES

Au sein du groupe local, il existe des divergences autour du fonctionnement du dispositif tel qu'il est exprimé dans le cahier des charges. Ce cahier des charges est jugé trop souple par certains, comme cela a été évoqué dans la partie 2, concernant les impacts environnementaux.

Les limites du cahier des charges tiendraient au fait qu'il s'agit d'un document encore perçu comme « *en construction* » (Entretien 9) et « *trop souple* » (Entretien 27). Ces points de vue sont ressortis de plusieurs témoignages à propos du cahier des charge :

- « *Il s'adapte difficilement à certains types de terrains ou de foncier* » et comme chaque lieu d'exploitation est singulier, « *il est difficile de les comparer* » (Entretien 9) ;

- Certains critiquent la pertinence des choix de certaines personnes pour mener les enquêtes sur les fermes : « *Ils viennent enquêter mais ils n'ont pas d'expérience dans le domaine. [...] Il vaut mieux qu'ils soient plus nombreux [les enquêteurs], pour qu'il y ait davantage d'autorégulation et aussi pour qu'il y ait plus d'expériences. L'expérience permet d'avoir un peu de recul.* » (Entretien 26). Certains consommateurs reconnaissent que « *personne n'est formé à cela* », à mener les visites et qu'il est « *difficile de s'approprier les questions* » (Entretien 32).
- Les documents étant actuellement rédigés en français, « *il faudrait des facilitateurs, des accompagnateurs, qui accompagneraient pour qu'il y ait aussi une appropriation en arabe* » (Entretien 33).

Pour certains, le cahier des charges, comme le dispositif SPG en général, est en réalité un cadre qui institutionnalise des valeurs et des pratiques d'échanges-confiance déjà présentes entre les producteurs : « *le SPG a mis toutes les choses en ordre : la confiance existait avant, mais cela nous aide avec le contrôle, les visites* » (Entretien 21). Pour la plupart des membres interrogés, le cahier des charges « *c'est un processus, il doit évoluer* » (Entretien 32) et des aspects techniques sont donc encore à définir.

3. CONFIANCE, CONCURRENCE, CONFLIT : LES DEBAT AUTOUR DU PROCESSUS DE CERTIFICATION ?

Il existe un débat parmi les membres du SPG autour du processus de certification. Ce dernier, fonctionnant sur la base de la confiance, pourrait comporter quelques biais. Le système de visite, comme l'une des modalités centrales de la gouvernance du dispositif, pourrait générer des concurrences voire des conflits.

Dans l'idéal, les visites sont conçues par le SPG comme des moments d'échanges et doivent se faire dans la bienveillance. Certains précisent bien que ce n'est pas un moment de contrôle ou d'évaluation (Entretien 26). Les visites sont des moments de « constats », d'états des lieux des fermes mais ne doivent pas constituer un jugement (Entretien 22).

Mais plusieurs personnes expriment des disfonctionnements. Le débat existe entre les personnes qui encouragent un système de contrôle par la confiance humaine et d'autres qui souhaiteraient une vérification des produits par des analyses scientifiques :

- « *Les analyses, c'est très bien. L'idéal ce serait de travailler uniquement sur la confiance mais on ne peut pas* » (Entretien 34) ;
- Pour cette consommatrice engagée, « *le SPG n'aide pas pour la transparence* » actuellement, car il n'y a pas de contrôle : « *il faut faire les analyses devant les gens, comme cela les consommateurs voient* » (Entretien 32) ;
- « *Le SPG, tant qu'il n'y a pas d'analyse, n'est pas très crédible* », « *il y a des producteurs qui peuvent tricher sur le SPG* » (Entretien 28). Les analyses permettraient d'écarter les producteurs non-respectueux des normes ;
- Pour d'autres les analyses ne devraient pas exister et elles bafouent l'idée même de confiance (Entretien 26) ;
- Les analyses seraient là uniquement pour « *sécuriser le consommateur* » (Entretien 9).

Un acteur un peu particulier, la Fondation Crédit Agricole se place en faveur des analyses des produits. Car, selon un de ses représentant, ils ne peuvent se permettre d'associer leur image sans qu'une certitude sur la qualité des produits soit établie : « *Même si les gens du RIAM sont de bonne foi, on ne sait jamais. La Fondation a demandé que des analyses aléatoires soient faites sur deux fermes pour vérifier qu'il n'y ait pas d'intrants chimiques. La Fondation est un groupe important donc ils ne vont pas mettre leur logo n'importe où...* » (Entretien 25).

Au débat autour des analyses scientifiques et de la confiance s'ajoutent d'autres problèmes ; celui notamment des jugements et des critiques émises lors des visites à l'égard de producteurs expérimentés, mais dont les techniques agroécologiques diffèrent (Entretien 26). Un autre problème concerne la gestion même de l'exploitation : le gérant d'une ferme peut prôner des valeurs agroécologiques mais ses employés peuvent ne pas être suffisamment informés ou formés sur les techniques à mettre en œuvre sur la ferme. Pour certains, le travail de sensibilisation autour de l'agroécologie doit se faire autant chez le consommateur qu'auprès de la main-d'œuvre des exploitations (Entretien 22).