

# Trekking et randonnées dans le *Jbel Saghro* : Construction d'une destination du tourisme alternatif dans le Draa-Tafilalet<sup>1</sup>

Brahim EL FASSKAOUI, Université Moulay Ismail, Meknès, Andreas KAGERMEIER  
Université de Trèves, Allemagne et Lahoucine AMZIL, Université Mohamed V, Rabat

## Résumé

Cette étude propose d'aborder le processus de construction et de fabrication d'une destination et d'un produit touristiques de montagne dans le Sud-Est marocain (Draa-Tafilalet). Dans le *jbel Saghro*, les acteurs touristiques entendent valoriser le produit naturel et culturel par la pratique sportive de loisirs : le trekking et la randonnée pédestre, un produit d'un marketing, qu'ils commercialisent comme un tourisme alternatif. La rhétorique alternative des acteurs est interrogée à la lumière des stratégies commerciales, culturelles, politiques que la forme du tourisme alternatif sous-entend.

**Mots-clés :** *Jbel Sagho, tourisme de montagne, trekking et randonnées pédestres, stratégies d'acteurs, gouvernance, tourisme alternatif/durable.*

## ملخص

تقترح هذه الدراسة تناول سيرورة بناء و تصنيع وجهة و منتج سياحي جبلي في الجنوب الشرقي (درعة-تافيلالت). في جبل صاغرو، يزعم الفاعلون الترويجي للمنتوج الطبيعي و الثقافي من خلال رياضة الترفيه مثل الرحلات و المشي، و هو منتج يتم تسويقه كسياحة بديلة. لقد تم اختبار الخطاب البديل للجهات الفاعلة على ضوء الاستراتيجيات التجارية و الثقافية و السياسية التي ينطوي عليها شكل السياحة البديلة.

## كلمات مفتاح

جبل صاغرو، السياحة الجبلية، الرحلات و المشي، استراتيجيات الفاعلين، الحكامة، السياحة البديلة/المستدامة.

---

<sup>1</sup> Cet article s'inscrit dans un projet de recherche intitulé « Governance Approaches for Sustainable Tourism in Southern Morocco » mené par l'équipe en 2018/2019. Le projet est financé par le Ministère de l'Éducation et de la Recherche de la République Fédérale d'Allemagne (BMBF), dans le cadre de ses programmes d'appui à la recherche dans la zone Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA).

## Introduction

Bien que le tourisme rural soit connu au Maroc depuis les débuts de la colonisation, ce n'est que 1980 que l'on peut parler d'un véritable tournant. En effet de nouvelles formes de tourisme commencent à s'imposer en l'occurrence le tourisme de montagne et du désert. C'est un tourisme qui cherche à atteindre "l'authenticité", la diversité culturelle et la profondeur du pays. À l'instar de nombreux pays en voie de développement, le Maroc tente de développer son produit en recourant à un tourisme rural offrant aux régions enclavées et/ou marginales une nouvelle chance de développement. Le Sud-Est en tant que destination touristique à potentiel naturel et culturel incontestable en offre un cas. Faisant partie de cette destination, le *jbel Saghro* se spécialise de en plus en plus dans le tourisme de trekking et de randonnées. Il est proposé par les Tours Opérateurs et les Agences de Voyages comme un produit de tourisme alternatif.

Quelles sont les principales caractéristiques de cette nouvelle forme touristique ? Quelles « alternatives » revendiquent ses acteurs et en quoi se démarquent-elles des offres touristiques dominantes ?

La présente contribution tente d'analyser la construction du produit « trek, randonnées, circuits », son expression spatiale sur le massif du Saghro, le mode de fonctionnement de ses structures et de comprendre les logiques de « sa gouvernance » dans le Sud-Est à travers le cas du *jbel Saghro*.

### 1. Potentiel touristique du *jbel Saghro*

Le *jbel Saghro* se situe au cœur de la vaste région présaharienne dégagée en dépression entre les piémonts du Haut-Atlas au Nord et le front de la *hamada* de Kem Kem au Sud ; Il est limité à l'Ouest par la vallée du Drâa moyen et à l'Est par Oued Ziz/Rhêris (Tafilalet) (fig. 1). J. RISER (1988) et F. JOLY (1962) ont défini les traits morfo-structuraux de l'Ani-Atlas oriental sous forme trois grands ensembles : a) le Saghro oriental se présente comme un pays sec à hautes plaines granitiques surplombées par les aiguilles de *jbel Bougafer* et le haut sommet de *jbel Amalou n'Mansour* (2712m), b) le Saghro central est une haute dorsale granitique dont le *jbel Kouaouch* s'élève à 2512 m. Généralement les paysages sont variées mais d'une grande monotone austérité. Les formes de relief sont largement érodées et font paraître des superbes "*Inselbergs*" dans le centre du massif (les pitons de Bab N'Ali par exemple, photo 1) et d'impressionnants reliefs tabulaires, c) Au sud, la retombée méridionale du massif montagneux (Saghro-Ougnate) devient calme et les dispositions structurales sont favorables à l'action de l'érosion et dégagent «*de belles formes de relief avec de grands éperons, cuestas et dunes* » (J. RISER, 1988). Ceci invite les Agence de Voyance à promouvoir cette montagne comme une terre d'une activité physique de loisir (trekking et randonnées) pour découvrir cette "montagne insolite".

Contrairement à l'Anti-Atlas occidental touché par les influences océaniques, y laissant des précipitations suffisantes pour en faire une montagne plutôt agricole et d'une sédentarisation paysanne séculaire, le *jbel Saghro* est caractérisé par trois étages bioclimatiques : aride saharien à hiver frais sur le versant sud, semi-aride à hiver froid au centre, semi-aride à hiver frais à froid sur les versant nord. Les longues périodes de sècheresse

et les vents chauds du *chergui* - notamment sur le versant sud, font de ce massif une montagne plutôt pastorale.

En somme, la vie des populations s'organise en fonction de ces traits géographiques. Celles-ci ont su apprécier ces milieux difficiles en élaborant des formes de vie, d'organisations socio-économiques, d'adaptation appropriées, et des aménagements fonctionnels de l'espace faisant apparaître une multitude de paysages.

Sans revenir sur tous les détails du potentiel du Saghro déjà évoqués les autres par d'autres auteurs (M. HAMZA et H. POPP, 2004, H. RAMOU, 2005, A. BOUAOUINATE et al 2014) , je tiens seulement à rappeler l'importance des conditions climatiques, des formes géologiques, et formes d'adaptation humaine (oasis et espace pastoral) et qui sont à l'origine de l'émergence d'un tourisme dont les acteurs tirent profit. En fait, le Saghro associé aux autres sites qui l'entourent tels, le Dadès, le Todgha, le Drâa et le Tafilalet offre des produits culturels et civilisationnels d'intérêt touristique indéniable



*Photo 1. Potentiel géologique et morphologique du Saghro : les Inselbergs (pitons) de Bab N'Ali, (B. EL FASSKAOUI, 2017)*



*Photo 2. Potentiel culturel du Sagro  
N'kob : oasis et village à 45 qasbahs (B. EL FASSKAOUI, 2014)*

## **2. Cadre conceptuel : trekking/raisons et tourisme alternatif**

Les études portant sur l'activité touristique montrent à quel point le tourisme de masse peut être destructeur des sites, du patrimoine et de l'identité des régions visitées, sans parler des disparités régionales qui en découlent. Nombreuses, sont aujourd'hui les formes de tourisme associées au tourisme alternatif qui se superposent, s'enchevêtrent, parfois même se contredisent : tourisme écologique, écotourisme, tourisme durable, tourisme responsable et tourisme participatif.

Le trekking, produit des agences de voyages dans les montagnes marocaines n'est pas une pratique nouvelle, mais il s'est considérablement diversifié depuis les années 1970 pour prendre une place importante depuis les 1980 en attirant des milliers de touristes. Il existe différents niveaux dans la pratique de la randonnée pédestre. Celle-ci peut commencer par une simple balade jusqu'au trekking en passant par la randonnée qui dure plusieurs jours. Cette activité physique/sportive de loisir est considérée comme un tourisme qui véhicule les attentes du tourisme alternatif. Le terme est donc considéré comme un terme spécifique qui combine à la fois mode et marketing : c'est un tourisme orienté vers l'aventure, la nature, la culture authentique mais inséré dans système économique organisé.

Le tourisme alternatif est un « *nom générique donné aux différentes alternatives du tourisme de masse pouvant nuire à l'environnement naturel et ne contribuant pas systématiquement au développement des populations locales dont les cultures traditionnelles sont ignorées voire menacées* » (S. PREUIL, 2010, p. 92). La durabilité constitue l'objectif

principale du tourisme alternatif et « *est principalement fondé sur l'intégration et l'approche holistique d'un territoire, d'une population, de son histoire et de son identité pour aboutir à la transformation du touriste lui-même* » (P. LE LOUARN, p. 17). Le tourisme alternatif est une forme de tourisme qui prend en compte d'autres valeurs que celles habituellement surexploitées par le tourisme de masse et le tourisme balnéaire (M. BERRIANE et M. ADERGHAL, 2012).

Dans cette forme de tourisme, le touriste se déplace dans le but d'expérimenter des interactions dites "authentiques" avec d'autres individus en s'immergeant dans une communauté dont le mode de vie est souvent traditionnel (selon leurs schéma mentaux même si ce n'est plus ou pas la réalité) comme c'est le cas pour la majorité des communautés du Saghro. Ainsi, pour répondre à cette recherche "d'exotisme", et sous le couvert de forme ou de qualificatif de tourisme alternatif on a recours soit à une artificialisation ou encore à des mises en scène.

### **3. Contexte général du tourisme dans le Sud-Est**

L'État pendant les années 1980 a mené une stratégie du développement du tourisme rural. L'objectif de cette stratégie est d'étaler l'activité touristique tout au long de l'année en offrant un "produit différent" de celui offert par les stations "classiques" (les côtes et les villes impériales) mais aussi la réduction des disparités territoriales. Bien que les initiatives des pouvoirs publics dans les zones marginales soient loin d'être comparables aux efforts consentis pour développement du tourisme balnéaire et urbain, l'objectif était de diversifier l'offre touristique en combinant le balnéaire, le culturel, le naturel avec l'écologie. Cette volonté s'est manifestée dans la mise en place de divers plans et stratégies (Stratégie du Tourisme rural, Patrimoine et héritage, Niches à forte valeur ajoutée, Green-éco-développement...etc.) qui visent à faire découvrir aux touristes les trésors naturels et culturels riches de l'arrière-pays rural et participer au développement durable de ces derniers. Les Visions 2010, 2020 du secteur touristique illustrent bien cette volonté.

Le développement du tourisme rural intégré dans son contexte participe à la diversification, à la valorisation des produits, mais aussi au développement global et durable de son écologie. Cette politique, incrustée dans un ensemble d stratégies et de programmes, doit être concrétisée par le Ministère de la tutelle en complète synergie avec les différents partenaires territoriaux.

Le fonctionnement de l'activité touristique dans le Saghro ne peut se comprendre qu'en relation avec ce qui se passe dans le Haut-Atlas et dans le Sud-Est en générale. Pour éviter de longs discours sur les politiques publiques concernant le développement du tourisme de montagne, nous nous limiterons ici aux grandes lignes qui nous permettrons de comprendre les fondements de la dite politique.

- S'inspirant du modèle des Alpes et s'appuyant sur la coopération française, le Projet du Haut-Atlas Central (1983-1999), avait comme objectif (entre autres) la formation, l'organisation et le sponsoring de la population locale dans les métiers de tourisme de montagne, la mise en place des structures d'hébergement et leur certification ou labellisation. L'objectif de cette expérience est d'y créer un modèle pouvant être transportable dans d'autres zones montagneuses. Le Centre de Formation aux Métiers de Montagne (CFAMM)

installé à Aït Bouguemez (Tabante, près d'Azilal) est chargé surtout de former les guides. Plusieurs guides étaient formés pour servir d'accompagnateurs, chacun dans massif d'origine. Mais, au vue de leur nombre et de leurs compétences, la denrée s'est tout de suite fait rare. Pendant les hautes saisons, il est difficile de trouvé un guide sur place suite au changement de métiers au même du pays. De même pour les gîtes, le manque de financement, le retard de l'homologation et de la certification a engendré le développement de structures d'hébergement informelles. Il en résulte une multitude de conflits. En transposant le modèle de développement des Alpes, ce projet a anticipé la capacité du secteur de s'organiser.

- le Programme du Développement de Tourisme de Montagne (1987-1991) souligne l'engagement du Ministère du Tourisme dans l'aménagement et la formulation des règles du fonctionnement, les statuts de commercialisation des produits de montagne et l'encouragement des acteurs pour la mise en place des structures d'hébergement. Si on ne peut nier les apports du Projets Haut-Atlas, celui du Rif, du Moyen-Atlas (aide à l'installation des gîtes, formation des guides, formations des acteurs...), le Saghro ne figure pas comme zone bénéficiaire de cette volonté. .

- Pour animer les actions déjà réalisées ou faire aboutir celles annoncées par les deux précédents programmes, le Programme d'Appui et de Développement de la Montagne Marocaine s'est mis en place (GIF Rif, SIB et Parc). La délimitation (dans le cadre de la CBTHA) du SIB et zone cogérée dans le Saghro n'a pas vu de suite. Les acteurs locaux n'ont ni une idée ni un document d'information.

- Ces interventions sélectives et limitées dans le temps est dans l'espace ne suffisent pas à diffuser le tourisme dans tous les territoires ruraux et il faut donc une politique globale du secteur. Les visions (2010 et 2020) basées sur les grandes lignes de la stratégie du tourisme rural (2002-2003) vont donner lieu aux Pays d'Accueil Touristiques (PAT) dédiés à dynamiser le tourisme rural selon une nouvelle conception. Les dits PATs constituent des territoires touristiques et des structures de communication et de commercialisation régionales nécessitant l'organisation et la mobilisation de tous les acteurs qui pourraient mobiliser les ressources touristiques. Sans rentrer dans les détails, le concept du PAT importé de la France n'a pas abouti à ses grands objectifs. La Vision 2020 s'inscrit selon les termes du Minsitère du Tourisme « *dans une nouvelle approche intégrée et volontariste d'aménagement du territoire national* », et propose un autre découpage et une autre conception. Les huit territoires créés présentent la cohérence touristique, l'attractivité et les atouts pour accéder au statut de destination à part entière et offrir une expérience unique, en complémentarité et en cohérence avec toutes les autres. Le Sud-Est fait partie du territoire touristique Atlas et Vallées et se positionne dans cette conception « *comme la destination phare de l'écotourisme et du développement durable* » Le fonctionnement, la gestion et l'équipement de ses territoires dépendent de la mise en application des fondements institutionnels et financiers de la régionalisation avancée qui peine, actuellement, à démarrer.

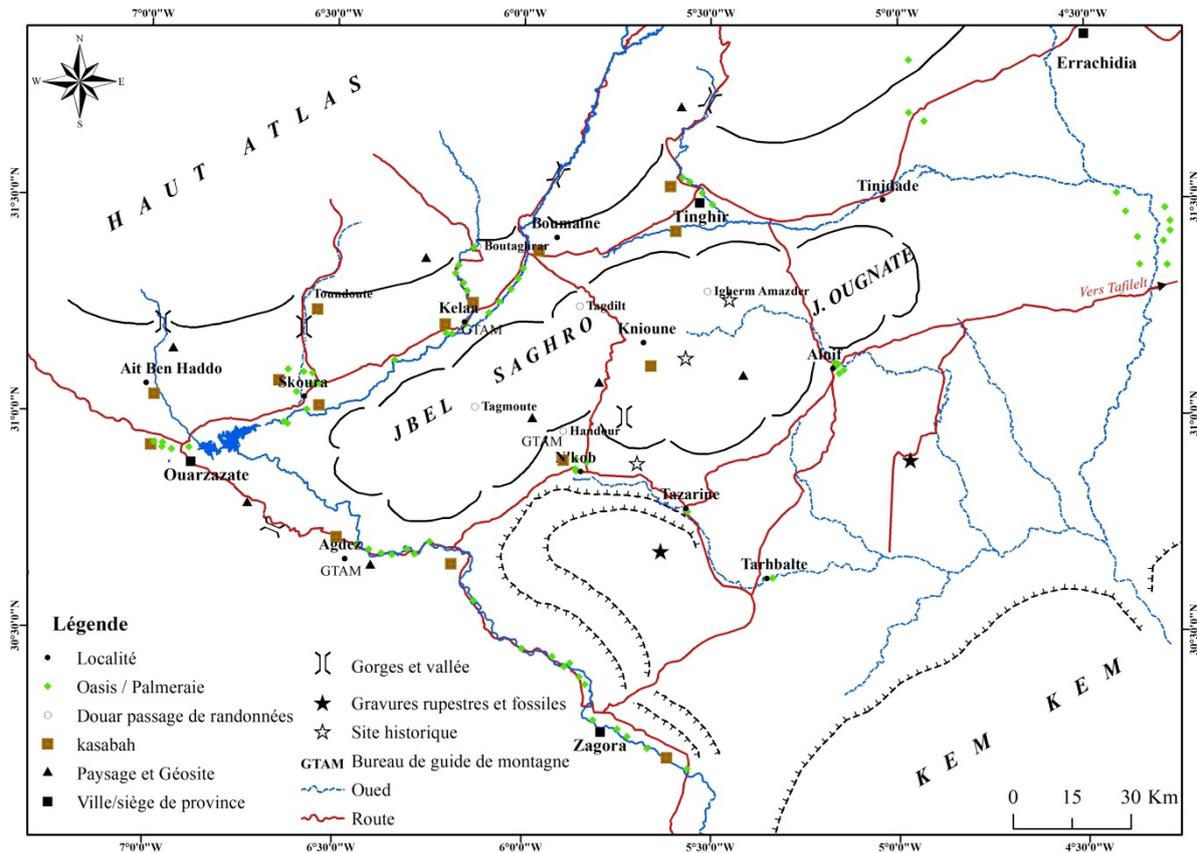


Figure 1. Jbel Saghro dans la destination touristique du Sud-Est marocain.

Situé à la croisée de plusieurs grands circuits et destinations régionales, le massif montagneux de l'Anti-Atlas oriental, à l'exception du passage de quelques aventuriers dans le Saghro et la traversée saharienne ente l'Erg Chegaga dans le Moyen Drâa et l'Erg Chibbi dans le Tafilalet, est resté jusqu'à une date récente, à la marge de toutes ces politiques. Ainsi, et jusqu'aux années 1990, on rencontre qu'un seul modeste hôtel et un petit camping à Tazarine et trois vétustes gîtes dans le massif du Saghro (B. EL FASSKAOUI, 1996).

À partir des années 2000, le *jbel* Saghro et sa retombée méridionale se sont peu à peu intégrés dans la destination Sud-Est. En plus de l'aéroport d'Ouarzazate situé à quelques heures de route de la zone<sup>2</sup>, l'infrastructure routière s'est améliorée. Depuis la fin des années 1990, des routes sont construites pour faciliter la vie des populations mais aussi pour relier différents sous espaces touristiques du Sud-Est. Une route pour relier la vallée du Drâa et le Tafilalet (RN 12) en passant par N'Kob, Tazarine, Alnif et M'cissi, une autre assure la jonction entre Zagora Alnif ou Tazarine. Récemment deux autres traversent le Saghro-Ougnate pour relier le versant sud et le versant nord ; la première (RR 113) relie Alnif, Tinghir et Errachidia par la route RN 10 et l'autre joint N'Kob à Boumalne en passant par Iknoune. Ces infrastructures facilitent la tâche des touristes des Tours Opérateurs, des Agences de Voyages et les hôteliers qui programment diverses activités dans la zone (randonnées pédestres, bivouacs, repas chez l'habitant,...etc.). Parallèlement à cette dynamique, de petites structures d'hébergement se sont mises en place par des acteurs privés

<sup>2</sup> L'aéroport d'Errachidia n'arrive pas à jouer un rôle important dans la dynamique du tourisme dans la zone malgré les prix compétitifs de de la compagnie Air Arabia en partenariat avec le conseil régional.

locaux et/ou étrangers pour répondre à la nouvelle demande souvent soutien et sans encadrement publics. Il s'agit de petits projets qui sont en train de transformer le potentiel (paysage et culture) de ces marges et de faire du tourisme un atout pour lutter contre la marginalisation économique. Autour et en collaboration avec ses structures, d'autres acteurs apparaissent dans la zone comme les muletiers, les guides, les bivouaquiers, les bazaristes, les restaurants, et d'autres services utiles au tourisme.

#### 4. Produits de l'activité touristique dans le Saghro<sup>3</sup>

##### 3. 1. Le Saghro une montagne de trek et de randonnées pédestres

Le *jbel* Saghro, même sans aucun équipement, était connu depuis longtemps comme destination d'un tourisme d'aventure. Mais depuis les années 1980, cette montagne est devenue une petite destination construite d'un imaginaire lié au trekking<sup>4</sup> dont le produit répond à des logiques commerciales des agences de voyages ou de grands hôtels qui offrent des randonnées de durée plus ou moins longues. Par manque de pistes balisées dans le Sghro, les Agences de Voyages utilisent, souvent, les sentiers pédestres créés par les populations locales pour se rendre aux *souqs* ou ceux utilisés pour les déplacements pastoraux. Les pistes construites lors de la période coloniale, à des fins de contrôle ou de l'exploitation minière sont, aussi, aujourd'hui exploitées par des touristes en VTTs ou motocycles (motocross et quad) ou en 4x4. Il existe donc une multitude de chemins pour les randonneurs dont les plus importants sont inventoriés et cartographiés par M. AÏT HAMZA et H. POPP (publiée en 2004, *op. cit.*). Chaque agence choisit ses circuits<sup>5</sup> en fonction des saisons, de demande, des logistiques et des avantages économiques qu'on en tire. Les circuits qui traversent le Saghro dans tous les sens passent par un certain nombre de sites ou de curiosités (fig. 2) qui constituent l'offre de l'opérateur. En automne et au printemps (hautes saisons), le Saghro, eu égard à la luminosité éclatante du ciel, à la vivacité des couleurs et caractère clément des températures, connaît, connaît une dynamique unique.

---

<sup>3</sup> Le Saghro et le label donné au massif montagneux et à toute la zone méridionale qui lui est attachée, le bassin du Maïder et son prolongement saharien.

<sup>4</sup> Les agences spécialisées dans le trekking et qui opèrent dans le Saghro sont dominées par les opérateurs français comme Club Aventures, Nomades, Terres d'Aventures et Hommes et Montagnes,...etc. Atlas Sahara Trek (Marrakech) et Désert et Montagne (Ouarzazate) sont des opérateurs marocains pour ne citer que ces exemples.

<sup>5</sup> Il n'y a pas de cartes de circuits produites par les acteurs institutionnels pour le Saghro ; chaque agence conçoit ses circuits qu'elle propose à ses clients



*Photo 3. Départ d'une traversée entre N'kob et Iknioune. (EL FASSKAOUI, 2011)*



*Photos 4. Équipe de service (muletiers et cuisiniers) d'une randonnée en train de monter un bivouac au cœur de Saghro (EL FASSKAOUI, 2017)*

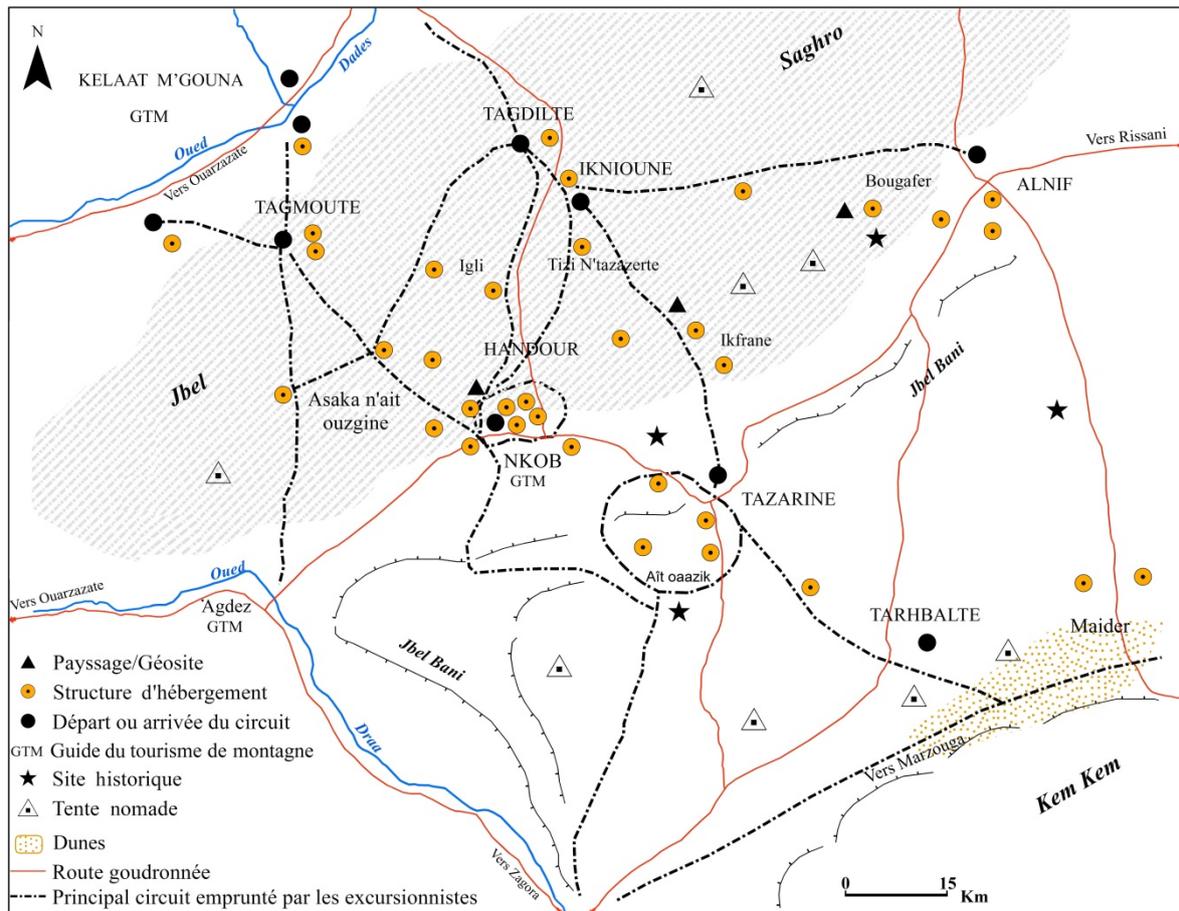


Figure 2. Principaux circuits et infrastructures touristiques dans le Saghro.

D'après M. AÏT HAMZA et H. POPP, 2004, Brochures d'agences, Relevés personnels, 2019.

Dans le sud du massif montagneux, d'autres circuits sont apparus sous label de chemins "caravaniens". Ils permettent la visite de nombreux groupes de nomades chameliers, sous tentes, qui exploitent encore les parcours du Sud du Saghro (Maïder) et une partie de la hamada de Kem Kem. La traversée touristique de cet espace désertique composé de dunes et d'ergs de sables, profitent à des familles qui proposent des courtes promenades à dos de dromadaires, sanctionnées par un thé ou un repas sous la tente de nomade. Cette activité génère un complément de revenus à famille. Petit à petit, sans abandonner définitivement la transhumance chamelière, certaines familles réservent une dizaine de tête aux traversées chamelières entre l'erg Chegaga et l'erg Chibbi, ainsi, le nomade, le dromadaire et la tente deviennent des auxiliaires du tourisme (B. EL FASSKAOUI, 2005). Le produits proposé ici et aussi un mélange entre le culturel et le naturel (culture nomade, oasis, dunes et ergs, regs désertiques, des micros oasis qui naissent nulle part, et petites forêts d'acacia qui rappellent le paysage de la brousse,...etc.). Cette zone fait partie du tracé des Rallyes internationaux et parfois l'on rencontre de grands bivouacs qui se dressent pour une pause notamment à Lahfira et Taфраout N'Sidi Ali (dans le Maïder) où deux auberges se sont installées par deux nomades Aït Khebach. .

### 3. 2. Les *qasbahs* : un produit culturel au service du tourisme de randonnées.

Le Sud-Est marocain est sans conteste une région d'un ensemble cohérent des plus belles architectures en terre, désignées ainsi par l'UNESCO en 1975 avant d'être classées comme patrimoine universel en 1987 à travers l'exemple du *qsar* des Aït Benhadou. Ici ce sont les *qasbahs* qui font l'objet d'une grande consommation touristique sous forme de topos de maison d'hôte touristique ou (*tirghermte n'Iroumine*<sup>6</sup> : des chrétiens et par extension occidentaux) ou de décors à l'industrie cinématographique dans la deuxième étape. C'est ce qui fait de cette d'architecture un produit phare de l'activité touristique<sup>7</sup> dans la zone. Le produit *qasbah* tel qu'il est présenté dans les brochures touristiques est un cachet de la culture locale et un label commercial « circuit de la route des *qasbahs*<sup>8</sup>».

Loin d'être comparable au grand Dadès (l'oasis de Skoura comprise) ou l'*Oued* Ounila, on trouve une concentration de 45 *tighermatine* dans le village de N'Kob édifiées dans le même contexte de la colonisation de la zone au début de XX<sup>ème</sup> siècle et de l'émergence de petits chefs locaux qui ont collaboré avec le GLAOUI donc les colons. Cette architecture devenue un produit touristique est représenté comme "châtelets luxuriants" avec "authentique et confort". Elle prise en charge par des étrangers qui désirent revisiter les particularismes locaux qui fascinent et les locaux qui considèrent la restauration ou la construction d'une nouvelle *tighermte* une revendication identitaire. Le produit *qasbah* oscille entre nouveauté affichée et un retour à l'authentique systématique (B. EL FASSKAOUI, 2010, *op. cit.*). Certains perçoivent « les produits locaux » comme ressources pour renouveler l'offre touristique et d'autres perçoivent le tourisme comme une ressource permettant de renforcer les identités locales (M-O. VARACCA, 2014). C'est-à-dire faire du tourisme une ressource identitaire pour en faire un levier du développement territorial en mettant à profit le tourisme pour affirmer et faire connaître sur la scène internationale leur identité culturelle et s'approprier leurs patrimoines après les avoir mépris il y'a quelques années (I. SACREAU, 2007, B. EL FASSKAOUI, 2013). De cette représentation apparaît un grand nombre de *qasbahs* mises en tourisme.

---

<sup>6</sup> M. AÏT HAMZA, 1999, Tigmme n'roumine : Tourisme et conflit culturel dans le Haut-Atlas central, in, M. BERRIANE et H. POPP (éds.), et B. EL FASSKAOUI, 2010, La mise en tourisme du patrimoine architectural en terre dans le Sud-Est marocain : quelle authenticité pour quel tourisme ? in *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable (Europe -Afrique -Caraïbe -Amériques- Asie- Océanie)*, J-M. BRETON (coord.). (Voir bibliographie in fine).

<sup>7</sup> Ce nouvel engouement touristique a amené l'architecte allemand Han VOTH a édifié en 1999, dans un désert non loin d'Erfoud (Tafilalet), l'Observatoire Monumental ou la Cité d'Orient sollicitée par un grand nombre de touristes aujourd'hui.

<sup>8</sup> Cette appellation est donnée par l'Allemand Warner WRAGE en 1967 (die strasse der kasbahs) au foyer des *qasbahs* entre Aït Benhadou a et Tinghir. (Voir, H. POPP et B. EL FASSKAOUI, 2017).

#### 4. 1. Des acteurs en majorité locaux et privés

Le monde du tourisme, au regard de ses diverses activités, est un système de multiples acteurs. Il s'agit de personnes (individus ou groupe d'individus, privés ou institutionnels) qui prennent une part de responsabilité dans une activité, de pratiques, de lieux, de moments qui permettent l'organisation d'une mobilité d'une personne ou d'un groupe vers un lieu plus ou moins loin des lieux habituels. Toute forme de tourisme mobilise une multitude d'acteurs spécifiques qui, chacun, joue son rôle pour le bon déroulement de la pratique touristique. Le Saghro est un espace de tourisme de montagne et du désert, tel qu'il est délimité par le Pays d'Accueil des Oasis et du Désert (POD) et par la nouvelle nomination Atlas et Vallées. Le tourisme de randonnées ou de trekking est la pratique essentielle du Saghro.

L'activité touristique dans le Saghro, au sens large du terme, est l'affaire des investisseurs privés qui sont de véritables moteurs. À la tête de ces acteurs, se positionnent les Tours Opérateurs et les agences de voyages qui commercialisent ce produit. Une simple recherche sur l'internet montre que les agences commercialisent le "produit Saghro" sont nombreuses et en majorité françaises. Dans les brochures disponibles, le Saghro occupe une grande place pour plusieurs raisons. Chaque agence définit son itinéraire (circuit) avec une appellation spécifique<sup>9</sup>. Leur rôle dans la pratique et l'évènement touristique sont importants puisque le "produit Saghro" dépend de la capacité de ce type d'acteurs de mettre en service d'autres acteurs.

La mise en œuvre de ce type de pratique touristique a besoin d'un certain nombre de personnes pour différents services. C'est pour cela qu'elle mobilise une partie de la population locale comme guides ou "éclaireurs" (pour ne pas dire faux guides<sup>10</sup>), muletiers, cuisiniers, outre des gîteurs de relais. Pour réussir sa mission, le guide qui est l'acteur principal du contrat<sup>11</sup> avec l'agence, se doit être spécialisé et originaire du Saghro. Ces guides sont tous formés dans le Centre de Formation des Accompagnateurs de Montagnes Marocaines (CFAMM) de Tabante (Azilal) et ont créé des bureaux de guides avec le label (certification) de la Grande Traversée de l'Atlas Marocain (GTAM)<sup>12</sup>. Le guide choisi souvent le muletier et le cuisinier dans sa famille ou sa communauté (solidarité communautaire exige). Quelques exemples rencontrés sur le terrain, sont organisés en réseaux familiaux ou communautaires. Cette homogénéité permet à l'équipe d'animer le groupe pendant la durée du circuit qui dure généralement entre 6 et 15 jours et animer des soirées dans les bivouacs. Ce qui, par conséquent, permet la pérennité de travailler avec les employeurs. Le salaire de guide est 300 à 350 Mads/jour selon la demande, le muletier touche 150 Mads/jour y compris l'animal et les cuisiniers 150 Mads/jour. Si ces revenus peuvent apparaître dérisoires, ils constituent un supplément appréciable dans l'exploitation agricole de subsistance tributaire de l'irrégularité des ressources en eau.

---

<sup>9</sup> Ainsi, les agences citées comme exemples, proposent des circuits selon différentes appellations. L'agence Atlante nomme son produit (*Saghro et les portes du désert*), Zig Zag (*Saghro insolite*), Terre d'Aventure (*Traversée du jbel Saghro*), Hommes et Montagnes (*sur les traces des Aït Atta*), Visages (*Les chemins du grand sud*).

<sup>10</sup> L'autochtonie contribue à légitimer ces guides informels et valide leur connaissance de la région.

<sup>11</sup> Le contrat est souvent tacite (pas de déclaration, pas d'impôts), il est basé sur la confiance entre les parties.

<sup>12</sup> Les guides supportent les charges du local (loyer, électricités et eau, ...etc.).

Le produit *qasbah* s'est construit aussi sur le produit nature car les gérants proposent des excursions ou de petites randonnées dans le pays des "*derniers nomades*<sup>13</sup>", le Saghro : les *qasbahs* sont équipées du matériel et du personnel nécessaires aux excursions et aux randonnées (tentes, muletiers, cuisiniers, guides/animateurs) et fonctionnent avec une large autonomie. C'est en fait, un mélange de produits pour optimiser les recettes d'une activité saisonnières. Les *qasbahs* touristiques de N'kob ne sont pas (sauf rares exception) des lieux de tourisme de séjours. Elles sont liées au tourisme de randonnées et dépendent largement des arrivées et des départs des circuits. Le développement rapide du centre de N'Kob est lié à sa situation au début et au bout des circuits touristiques sur l'axe routier (RN 12 construite en 1994) qui relie Drâa à Tafilalet. Les structures existantes à N'kob offrent une journée de piscine et de détente aux randonneurs partants ou arrivants. En plus, les organisateurs et les randonneurs y font leurs derniers approvisionnements avant l'aventure. Cette dynamique a fait du village N'kob un centre relativement bien doté de tous les services liés à la dynamique du tourisme de randonnées.



*Photo 5. Qasbah /maison d'hôte dans le village de N'Kob, (EL FASSKAOUI, 2017)*

Les stratégies de tous les acteurs de tourisme de randonnées se concentrent sur les possibilités offertes par la situation périphérique pour inventer et/ou réinventer des produits de développement territorial pour les décideurs institutionnels et pour un meilleur bénéfice pour les opérateurs et les acteurs qui en dépendent : culturels (identités locales, valorisation du

---

<sup>13</sup> C'est le Label utilisé par la *qasbah* Baha-Baha de N'kob pour les excursions qu'elle organise pour ces clients

patrimoine et produits locaux) et naturels (environnement et paysages). Pour les agences de voyages et les guides, le discours courant est basé sur l'imaginaire touristique pour vendre le produit. Le Saghro évoque une montagne pleine de symbole. Le Saghro est un paysage unique au monde, (paysage lunaires, insolite etc.). C'est dans cette montagne désertique qu'évolue le "peuple "des Aït Atta élevé au rang d'un véritable mythe. Les guides évoquent le sommet de Bougafer pour rappeler la bataille héroïque de cette tribu sans armes face à la colonisation équipée d'armes sophistiqués. Les circuits proposée font référence au nomadisme (également perçus comme mythe et énigme) des Aït Atta (les derniers nomades, transhumance avec les nomades, le thé chez une famille nomade...etc.). L'agence Désert et Montagne (sise à Ouarzazate) organise des randonnées qui accompagnent «*dans une ambiance et un décor pastoraux*» les transhumants Aït Atta pendant leur montée vers les pâturages du Haut-Atlas. L'agence travaille avec une famille dont un fils s'est converti à cette forme de nomadisme.

#### 4.2. Timides initiatives des acteurs institutionnels et intermédiaires

Sur le plan officiel, les structures (acteurs et intervenants) qui sont, ou devraient être, impliquées dans la gouvernance et la promotion du tourisme rural sont nombreuses allant du Ministère du Tourisme, l'Office National Marocain du Tourisme, le Ministère de l'Agriculture, Ministère de la Culture, le Haut-Commissariat des Eaux et Forêts à leurs différents services déconcentrés, aux collectivités,...etc. Contrairement au dynamisme des acteurs privés, la gouvernance des structures de la sphère publique souffrent de dysfonctionnement et de non coordination avec les autres acteurs et par conséquent leurs actions sont très limitées (A. KAGERMEIER, L. AMZIL et B. EL FASSKAOUI, 2018a, 2018b). Les structures qui s'occupent directement de secteur du tourisme rural au niveau national, s'elles supervisent l'élaboration des stratégies et des plans cités plus haut, elles sont loin des réalités locales. La promotion de la zone se limite à la publication de quelques brochures sur les produits du tourisme dans les salons nationaux et internationaux du tourisme. Les brochures publiées représentant les sites d'intérêt dans le Saghro (gravures rupestres, *qasbahs*, pitons de Bab N'Ali...) les informations concernant les itinéraires praticables dans le Saghro sont plus des dessins approximatifs que des cartes dignes de ce nom<sup>14</sup>. Les services externes du Ministère de la tutelle, les directions régionales ou provinciales du tourisme n'ont pas les moyens d'intervenir et lors rôles se limitent à la délivrance des autorisations de construction et la récolte de statistiques pour les administrations centrales. Pour les acteurs officiels indirects (Ministère de la Culture, Ministère de l'Agriculture, Eaux et Forêts, autorités et Collectivités,...etc.) qui sont censés y apporter une dynamique, le tourisme est relégué au deuxième voire troisième rang.

Si quelques acteurs élus ou désignés (intermédiaires entre l'administration et les opérateurs) par les porteurs de projets et soutenues par les conseils régionaux et provinciaux (CRT et CPT) ont une certaine vision, ils manquent du cadre législatif et de moyens pour concevoir et réaliser des projets concrets. La destination Saghro, au sens large est concernée par quatre conseils provinciaux du Tourisme (Ouarzazate, Zagora, Tinghir et Errachidia)

---

<sup>14</sup> Alors que la carte « randonnées culturelle dans le Djbel Saghro » publiée par M. AÏT HAMZA et H. POPP en 2004 issue d'un travail intensif de terrain est presque inconnue par ces structures.

ceux-ci ne sont presque qu'une case dans un organigramme administratif qui véhiculent un discours souvent administratif.

Le mouvement associatif, dynamique dans la zone, n'accorde que peu d'attention à ce secteur. Ses actions s'orientent plutôt vers le désenclavement et à la lutte contre la marginalité. L'Association, Village d'accueil Touristique Durable de N'kob, est la seule qui fait du tourisme son terrain de prédilection. Elle s'active à coordonner entre les acteurs et à dynamiser la zones (deux éditions du festival des *qasbahs* de N'kob par exemple). Mais constituée par les membres d'une même famille, elle est considérée, par le reste, comme un enjeu politique (électoral) et économique. D'autres associations et coopératives travaillent sur « les produits dérivés » du tourisme en l'occurrence les produits agricoles (henné, dattes) ou artisanaux tentent de tirer profits des évènements organisés de temps en temps dans la zone.

En conclusion, le schéma d'acteurs tel qu'il se présente actuellement est une myriade de structures et d'institutions qui représentent en apparence une belle structuration mais sans, presque, aucune affinité au niveau fonctionnel.

#### 4.3. Évolution et répartition des structures d'hébergement

Les porteurs de structures, toute forme comprise, sont des acteurs qui constituent un anneau incontournable dans cette chaîne de tourisme de circuits. Après le développement du nombre de randonneurs, cyclistes, aventuriers, la demande des structures d'hébergement d'étape a augmenté. Quelques personnes ont pris, de façon individuelle l'initiative de construire des gîtes d'étapes souvent très modestes, des auberges, des campings et récemment ou récemment des *qasbahs* héritées ou nouvellement construites, qu'ils mettent en tourisme. Le choix du site de la structure d'hébergement est souvent dicté par les itinéraires choisis par les agences et fréquentés par les randonneurs, les cyclistes...etc. Les premières unités d'hébergement implantées sur les chemins de randonnées, modestes et "rationnellement " conçues fonctionnent avec un minimum de confort. Cela est dicté par la saisonnalité des fréquentations et l'utilisation des agences des bivouacs que les agences préfèrent pour donner à leur activité un sens d'aventure dans ces milieux désertiques. C'est dans les zones de départ ou d'arrivée que l'ont trouve les structures les plus développées et mieux équipés (Dadès, Todgha, Drâa, Tafilalet, N'kob, Tazarine).

Pendant les premières explorations dans le Saghro entre 1990 et 1996 (B. EL FASSKAOUI, 1996), le nombre de structures n'était que 5 modestes structures d'hébergement. Ce nombre est passé à environs 36 structures en 2004 (M. AÏT HAMZA et H.POPP, 2004, H. RAMOU, 2006), c'est dire qu'il s'est multiplié par sept en l'espace de huit ans avec une moyenne d'environ 4 unités par an. On dénombre, aujourd'hui environ 50 structures soit une augmentation de 23 unités dont la majorité s'est réalisée au village de n'Kob. Mais d'autres sont apparues dans des nouveaux sites (Tazarine, Lahfira/Sidi Ali dans le bas Maïder et Alnif). (cf. Fig. 2).

La mise en tourisme des *qasbahs* de N'Kob n'a commencé qu'en 2003, quand un héritier d'un *qaïd* a voulu capté une partie des randonneurs qui visitent le Saghro en profitant du la nouvelle route goudronnée qui passe dans le village. Après la restauration et l'équipement, la *qasbah* est présentée comme un club de culture. Depuis, le nombre de *qasbahs* réhabilitées et mises en tourisme n'a cessé d'augmenter pour atteindre aujourd'hui 7 unités dans deux détenues par des étrangers.

## **Conclusion : La nécessité d'une gouvernance innovante pour un tourisme durable.**

Les formes du tourisme alternatif, écrit G. CAZES « est la bonne affaire des opérateurs pour gagner de l'argent avec les ultimes destinations vierges et le tourisme durable celle des aménageurs pour ne plus en perdre avec les autres » (2000, p. 8). Cependant, cette conclusion est loin d'être applicable dans la zone d'étude. Cette forme de tourisme ne profite pas à tout le monde. M. AÏT HAMZA et H. POPP (2005), R. LESSMEISSER, (2005 et 2008) H. RAMOU (2005, 2007) ont déjà montré que ses retombées économiques sont très limitées. L'activité touristique reste pour un grand nombre d'acteurs locaux (modestes gîteurs, guides, muletiers) une activité de "dépannage" saisonnier. Le tourisme alternatif n'est qu'une forme de marketing pour les Tours Opérateurs, les agences de voyages et les quelques maisons d'hôtes qui travaillent avec un certain professionnalisme. La mise en tourisme d'une région, comme le Sud-Est, qui polarise tant de difficultés (sociétés fragiles, identité fragile, patrimoine et environnement fragiles) est une aventure, qui épicerie multidimensionnel nécessite une bonne gouvernance. Le tourisme est, et restera, à la fois une activité humaine et, surtout, principalement, une activité commerciale, à but lucratif (y compris dans ses formes alternatives). Le tourisme et les activités qui lui sont liées, sont aussi des pratiques génératrices d'autant d'atteintes à la nature et la culture. Parler du tourisme durable c'est soumettre l'activité touristique aux exigences de protection, de conservation et de gestion valorisante et reproductible de la biodiversité et du patrimoine naturel, à travers sa compatibilité et sa mise en cohérence avec les réglementations, des approches, des stratégies et des nouveaux comportements, favorables tant un développement durable des sociétés qu'à l'optimisation du cadre et de la qualité de vie des hommes.

Le village de N'kob, en raison de sa situation de point de départ et d'arrivée des randonnées concentre un grand nombre de structures d'hébergement (7 *qasbahs*, 14 auberges), et des activités liées au tourisme (bazars, guides, faux guides), la population locale encore conservatrice exprimer une certaine forme « d'over tourisme » : la circulations des « étrangers » avec leurs caméras et tenues vestimentaires européens dans les rues résidentielles et dans l'oasis, limitent les déplacements, notamment des femmes. Les maisons riveraines des *qasbahs* situées au cœur du village, sont contraintes de fermer les fenêtres et même changer la place de leurs portes vers une rue « un peu tranquille ».

Rendre le Saghro une destination et un espace de tourisme de trekking, de randonnées et de circuits est une bonne entreprise qui le distingue d'autre produit. Pour ce faire, selon les acteurs eux-mêmes, il faudrait une nouvelle gouvernance innovante qui pourrait contribuer au développement d'une offre capable de renouveler et pérenniser l'offre touristique. Si l'on ne peut pas se passer de l'administration centrale, les stratégies et les plans du tourisme doivent, dorénavant, partir des réalités locales. La régionalisation avancée doit assurer des assises législatives et des facilités financières et foncières pour permettre à tous les acteurs d'innover dans la conception, la valorisation et la commercialisation des produits de la destination au niveau régional et local.

## Bibliographie

- AÏT HAMZA M. et POPP H., 2004, *Carte de Randonnée dans le Djebel Saghro*, Universtät Bayreuth (Allemagne) et Université Mohamed V-Agdal, Rabat.
- AÏT HAMZA M., 1999, Trekking- Tourismus im Zentralen Hohen Atlas – Beispiel für “sanften Tourismus” ? in, *Lokale Akture im Tourismus der Maghrebländer*, H. POPP (éds.) Maghreb – Studien 12, Passau, pp. 191-207 (en Allemand)
- AIT HAMZA M., 1999, Tigammi n'Iromiyye : tourisme et conflits culturels dans le Haut Atlas central, in, *Le tourisme au Maghreb. Diversification du produit et développement local et régional*. M. BERRIANE et H. POPP (éds.), Université Mohamed V-Agdal, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Rabat, Série Colloques et Séminaires n° 79, pp. 195-200.
- AIT HAMZA M. et POPP H., 2000, Trekking-Tourismus im Hohen Atlas. Beispiel für nachhaltigen Tourismus in ienerPeripherregion ? in *Geographische Rundschau*, Heft 2, 2-10. Plus **Carte et notice** (en Allemand)
- AIT HAMZA M., 2008, *Tourisme rural et développement durable au Maroc*, in, Acte du colloque international sur le tourisme, secteur de l'économie de substitution et de développement durable. Alger les 12 et 13 avril 2008, A. HADJIEDJ et J. DUBOIS-MAURY (dir.), Université Houari Boumediane, pp. 67-73.
- BERRIANE M. et ADERGHAL M., 2012, *Tourisme rural, Gouvernance Territoriale et Développement Local en zones de montagnes*, Rapport final d'une recherche soutenue par l'ONDH dans le cadre du programme de partenariat Universités/ONDH et menée collectivement par l'Équipe de Recherche sur la Région et la Régionalisation relevant du Centre d'Études et de Recherches Géographiques – CERGéo, Rabat, 108 p.
- BOUAOUINATE A. OUADRIM M. et NAFAA R., 2014, Le Tourisme de montagne au jbel Saghro : Une voie pour le développement ? in, *Tourisme de montagne : Valorisation des ressources territoriales et diversification des voies de développement*, actes du 4<sup>ème</sup> colloque d'Ighazrane, M. EL KASBSI et M. EZZARHOUNI (coord.) Ighazane, pp. 563-678.
- EL FASSKAOUI B., 1996, *Jbel Sarghro : Mutations d'une société et de son environnement géographique*, Thèse de doctorat en géographie, Université Nancy 2, 309 p.
- EL FASSKAOUI B., 2005, Formes d'adaptation et utilisation des ressources dans une montagne aride : le jbel Saghro, in, *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines, espace périphérique ? Patrimoine culturel et naturel ?* Stock d ressources dans l'avenir, Actes du 7<sup>ème</sup> colloque maroco-allemand, M. AÏT HAMZA et H. POPP (éds.), Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohamed V-Agdal, Série Colloques et Séminaires n° 119,, Rabat, pp. 125-138.
- EL FASSKAOUI B., 2010, La mise en tourisme du patrimoine architectural en terre dans le Sud-Est marocain : Quelle authenticité pour quel tourisme ? in, *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable (Europe –Afrique –Caraïbe -*

- Amériques- Asie- Océanie*), J-M. BRETON (dir.), Éditions Karkthala-CRETETA, pp. 241-270.
- GAZES G., et LANQUAR R., 2000, L'aménagement touristique et le développement durable, Collection *Que sais-je*, n° 1882, Cinquième édition, Paris, PUF.
- JOLY F., 1962, *Études sur le relief du Sud-Est marocain*, Thèse de doctorat d'État, Paris, 587 p.
- KAGERMEIER A. AMZIL L. et EL FASSKAOUI B., 2018(b), Governance aspects of sustainable tourism in the Global South – evidence from Morocco, Jan Mosedale & Frieder Voll (Hrsg.): *Nachhaltigkeit und Tourismus: 25 Jahre nach Rio – und jetzt?* Mannheim 2018, S. XX - YY (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 14), p. 35-50.
- KAGERMEIER A. AMZIL L. et EL FASSKAOUI B., 2018(a), The transition of governance approaches to rural tourism in Southern Morocco, *European Journal of Tourism Research* 23, p. 40-62.
- LE LOUARN P., 2010, Introduction In, *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable (Europe –Afrique –Caraïbe -Amériques- Asie- Océanie)*, J-M, BRETON (dir.), Éditions Karkthala-CRETETA, Paris, pp. 11-14.
- LESSMEISSER R., 2005, Le tourisme de montagne au Maroc, acteurs, bénéfices et domination dans les relations touristiques, in, *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines, espace périphérique ? Patrimoine culturel et naturel ? Stock d ressources dans l'avenir ?*, Actes du 7<sup>ème</sup> colloque maroco-allemand, M. AÏT HAMZA et H. POPP (éds.), Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohamed V-Agdal, Série Colloques et Séminaires n° 119,, Rabat, pp. 153-161.
- LESSMEISSER R., 2008, Governance and organizational structure in the special tourism sector\_buyer-driven or producer-driven value chain? The case of trekking tourism in the Moroccan mountains. *Erdkunde*, Vol, 62, n° 2, Bonn, p. 143-157.
- POPP H., 2005, Marketing touristique à partir des cartes pour le randonneur ? Cas du haut-atlas et Djbel Saghro, in, *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines, espace périphérique ? Patrimoine culturel et naturel ? Stock d ressources dans l'avenir ?* Actes du 7<sup>ème</sup> colloque maroco-allemand, M. AÏT HAMZA et H. POPP (éds.), Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohamed V-Agdal, Série Colloques et Séminaires n° 119, Rabat, pp. 163-175.
- PREUIL S., 2010, La mise en tourisme des traditions : revendication ou folklorisation du patrimoine culturel, in, *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable (Europe –Afrique –Caraïbe -Amériques- Asie- Océanie)*, J-M, BRETON (dir.), Éditions Karkthala-CRETETA, Paris, pp. 83-106.
- RAMOU, H., 2005, Tamalayt r'Saghro : quel apport économique de l'activité touristique, in, *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines, espace périphérique ? Patrimoine culturel et naturel ? Stock d ressources dans l'avenir ?* Actes du 7<sup>ème</sup> colloque maroco-allemand, M. AÏT HAMZA et H. POPP (éds.), Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohamed V-Agdal, Série Colloques et Séminaires n° 119, Rabat, pp. 177-185.

- RAMOU, H., 2007, La dimension économique de la durabilité du tourisme saharien : acteurs et retombées financières. Cas du Saghro, sud du Maroc, in, *Tourisme saharien et développement durable : Enjeux et approches comparatives*, J.P. MINVIELLE, M. SMIDA et W. MAJDOUB (éds.), Actes du colloque international de Tozeur, 9-11 novembre, Tunisie, pp. 503-535.
- RISER, J., 1988, *Le jbel Saghro et sa retombée Saharienne, le Sud-Est marocain : Étude géomorphologique*, Publications du Service de Géologie du Maroc, Rabat, 361 p.
- VARACCA, M-OIRY., 2013, Du tourisme de randonnée au tourisme patrimonial. L'identité, levier de recompositions territoriales dans la vallée des Aït Bouguemez (Haut-Atlas, Maroc)? in, *Collection EDYM, cahiers de géographie*, numéro 14, Ressources patrimoniales et alternatives touristiques, entre oasis et montagne, pp. 45-56. Doi : <http://doi.org10.3406/edte.2013.1223>.
- VARACCA, M-OIRY., 2014, *Quand le tourisme recompose les identités collectives : Étude de projets touristiques « alternatifs » dans les Atlas marocains*, Thèse de doctorat, Faculté des Sciences Économiques et Sociales, Université de Genève et la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Cadi Ayyad, Marrakech, 430 p. plus annexes.