

Exclusif CRÉATION ET INDUSTRIES CULTURELLES

3

ÉDITORIAL

Investissons la création **2**

LE POINT

CRÉATION ET INDUSTRIES CULTURELLES
Politiques publiques et stratégies de
développement régional
Bensalem HIMMICH - Ministre de la Culture **3**

CRÉATION ET DESIGN
Innovation dans l'artisanat, naissance
d'une nouvelle filière d'industrie culturelle
**Anis BIRROU - Secrétaire d'Etat auprès
du Ministre chargé de l'Artisanat** **5**

La culture au sommet
des changements sociaux
**Rosa TORRES RUIZ
Ministre Régional de la Culture
de la Junta de Andalucía
Traduit par Patricia LUQUE MENACHO** **9**

CULTURE ET DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE
Réalités et perspectives dans
le cadre de la mondialisation
**Aziza BENNANI - Ambassadeur
Déléguée Permanente du Royaume
du Maroc auprès de l'UNESCO** **11**

RELATION ENTRE SAVOIRS ET PATRIMOINE
CULTUREL ET LEUR VALORISATION
pour développer les industries culturelles.
**Driss KHROUZ - Directeur de la Bibliothèque
Nationale du Royaume du Maroc** **14**

ÉCLAIRAGES

CULTURE ET DÉVELOPPEMENT
Conclusions de l'expérience d'Assilah
**Mohammed BENAÏSSA
Président de la Municipalité d'Assilah
Secrétaire Général
de la Fondation du Forum d'Assilah** **16**

Le point

CRÉATION ET DESIGN :
INNOVATION DANS L'ARTISANAT,
NAISSANCE D'UNE NOUVELLE
FILIERE D'INDUSTRIE CULTURELLE **5**



LA CULTURE AU SOMMET
DES CHANGEMENTS
SOCIAUX **9**



CULTURE,
DÉVELOPPEMENT
ET TERRITOIRES **30**

PATRIMOINE CULTUREL ET
DÉVELOPPEMENT DU TOURISME
Le cas du tourisme spirituel
**Faouzi SKALI
Fondateur du Festival des Musiques
Sacrées et Soufies de Fès** **20**

TOURISME DURABLE ET
DÉVELOPPEMENT CULTUREL RÉGIONAL
Nouveaux métiers, nouveaux projets
**Jean-Philippe MOUSNIER
Sociologue
Expert en intelligence économique
et en développement durable** **22**

ENCADRÉ
*Jean-Philippe MOUSNIER
Sociologue - Expert en intelligence économique
et en développement durable* **27**

CULTURE ET DÉVELOPPEMENT
DES INDUSTRIES CULTURELLES
Cas du Centre Cinématographique
Marocain
**Nour-Eddine SAÏL
Directeur Général
du Centre Cinématographique Marocain** **28**

CULTURE, DÉVELOPPEMENT
ET TERRITOIRES
**Taoufiq BOUDCHICHE
Économiste, Directeur de la Coopération
Internationale - Agence de l'Oriental** **30**

LES NTIC
Socle fondateur d'industries culturelles
dans l'Oriental
**Hassan HARTI
Directeur I.T. Consulting** **33**

UN PLAN DE 5 ANS POUR DYNAMISER
LA LECTURE DANS L'ORIENTAL
**Abdelkader RETNANI
Éditeur et Consultant auprès d'organismes
internationaux** **37**

REGARDS SUR LA CULTURE
DANS L'ORIENTAL
Panorama des dynamiques locales
et régionales
**Mohamed ELKADOUSI
Directeur Régional
du Ministère de la Culture dans l'Oriental** **39**

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION
ET DES MÉDIAS
Etat des lieux dans l'Oriental
**Chourouq NASRI
Professeur à la Faculté des Sciences
et Lettres Humaines
Université Mohammed 1^{er} d'Oujda** **42**

PATRIMOINE ET CULTURE, VALORISATION
ET CRÉATION DE RICHESSES
Le cas de l'Oriental
**Abdelkader BEZZAZI
Professeur,
Université Mohammed Premier d'Oujda** **44**

INFRASTRUCTURES CULTURELLES
DE L'ORIENTAL
État des lieux d'une Région en pleine
mutation
**Abdelmalek FIZAZI
Consultant auprès de l'Agence de l'Oriental** **48**

ARTS PLASTIQUES
Les oubliés de l'Oriental ?
**Abderrahmane ZENATI
Ecrivain, artiste peintre** **51**

Éditorial

Investissons la création



La création naît d'une alchimie particulière, à travers une personne ou une équipe qui va mettre en synergie des savoir-faire, une vision, et une capacité à transcender le présent et le passé pour se projeter dans l'inconnu. Les historiens s'accordent aussi pour reconnaître, qu'à d'autres moments, en d'autres lieux et d'autres conditions, la création n'aurait pu s'épanouir.

Quelles sont donc ces circonstances qui enfantent la création ? Comment la favoriser ? Quels bénéfices pour l'ensemble du corps social et comment les faire fructifier ? Ces questions sont posées à la collectivité, à ceux qui incarnent l'intérêt général, comme aux personnes à l'œuvre dans les nombreux champs de réflexion et de production où la création est un moteur décisif de développement.

Dans nos sociétés modernes, seule la diffusion de la création lui assure l'audience nécessaire : c'est la mise en contact avec ses publics qui va stimuler la demande, amplifier le succès et, en quelque sorte, assurer « le retour sur investissement ». Investir, produire, diffuser, valoriser « marketer », ce sont des concepts et des pratiques venues des secteurs industriels. Ce sont des chemins efficaces pour épanouir la création, permettre son renouvellement, et accéder à ses publics. La notion d'industrie culturelle en est issue.

Le Ministre de la Culture fait sienne cette approche. Le Département a pensé sa stratégie et adopté le bon échelon de gouvernance et d'opérationnalité : la Région. Son premier souci : engager une politique partenariale, avec les élus tout d'abord, mais aussi avec les forces créatives et les acteurs de la production culturelle, voire les coopérations internationales centrées sur le patrimoine et les industries créatives vecteurs de développement durable. S'agissant de création, ce Département fait du capital humain sa priorité : le former, le mobiliser, l'aider à s'organiser en filières d'une véritable économie culturelle sont ses priorités.

Le Maroc n'est pas seul sur le chemin du développement économique appuyé, entre autres aspects, sur la création et les industries culturelles. L'expérience de la Junta de Andalucía en Espagne, relatée par son Ministre Régional de la Culture, souligne le renouveau social et sociétal consécutif à une politique forte en ce domaine. Notre Déléguée Permanente du Maroc auprès de l'UNESCO exprime l'universalité de la pertinence de cette démarche.

Cette approche transcende d'ailleurs les limites des Départements Ministériels, comme le souligne le Secrétaire d'Etat en charge de l'Artisanat, illustrant, par l'exemple et les stratégies de terrain, la stimulation du secteur pour assurer son « revival » et l'installer au rang des industries génératrices de richesse et d'emplois.

Désormais, on parlera d'entrepreneurship culturel et toutes les approches traitées ici établissent le lien entre création et développement économique durable via l'émergence des industries culturelles. Qu'il s'agisse du rapport au livre, par essence dépositaire de la culture, ou encore des NTIC, des arts plastiques, du cinéma, ou bien que l'on parle d'équipements culturels et de stratégie, tous les auteurs convergent. Tous nous renvoient naturellement à mettre en œuvre, dans les Régions, cadre unanimement reconnu comme le meilleur, sinon le seul échelon approprié, des politiques de stimulation, facilitation et soutien aux industries culturelles encore naissantes et à la création qui en est le ferment.

L'Agence de l'Oriental est fermement inscrite dans ces logiques. Elle entend redoubler d'efforts et soutenir les initiatives porteuses de développement dans la Région. Puisse cette édition de Oriental.ma contribuer à leur émergence et accélérer les prises de conscience. Pour la conviction, la pertinence et la connaissance dédiées à ces nobles objectifs, et au nom de l'Agence de l'Oriental, j'en remercie ici tous les auteurs, contributeurs généreux au progrès.

M. Mohamed MBARKI
Directeur Général de l'Agence de l'Oriental



CRÉATION ET INDUSTRIES CULTURELLES

Politiques publiques et stratégies de développement régional

Bensalem HIMMICH
Ministre de la Culture

Le Ministère de la Culture fait de la création et des industries culturelles un volet plein de la politique d'aménagement du territoire, dont le bon échelon de gouvernance sera la Région.

Sa priorité ira donc à la construction de partenariats avec des élus sensibilisés, des ressources humaines et des moyens appropriés, à partir de diagnostics pertinents : tout un chemin volontariste à parcourir.

Aborder les stratégies du développement régional à partir des deux entrées de la création et des industries culturelles, revient d'emblée à considérer la Culture comme un levier incontournable de dynamisation socio-économique. Or, nous ne nous leurrerons pas en avançant cette assertion, car si une partie des décideurs est sensible à ce rôle de la Culture, une majorité de partenaires stratégiques locaux et régionaux (élus, secteur privé, groupements professionnels, associations, etc.) manque encore de visibilité en réduisant souvent la Culture à la portion congrue de n'être que le parent pauvre des secteurs dynamiques et productifs.

Dès lors, il devient impératif de placer au commencement des priorités de notre vision régionale du secteur de la Culture, deux mesures à envergure différente mais de portées complémentaires. A court terme, élaborer et effectuer sur le plan régional un programme de sensibilisation et d'explication en faveur des partenaires réels et potentiels afin de les éclairer sur les énormes oppor-

tunités qu'offrent la création et les industries culturelles dans le domaine du développement régional.

A moyen terme, coordonner avec les Universités dans chaque Région, la création d'unités de formation et de recherche sur les industries culturelles et le développement territorial afin que notre pays dispose de hautes compé-

tences dans le domaine, et promouvoir dans la même lancée, la multiplication de filières professionnalisantes, notamment dans les instituts de formation relevant des Départements de la Culture, de l'Artisanat, du Tourisme, de la Communication, de l'Habitat, de l'Urbanisme et de l'Aménagement de l'Espace, de la Formation Professionnelle, afin de diversifier l'éventail des spécialités, des métiers et des industries culturelles.

Mener à bien cette grande priorité de notre politique culturelle régionale, permettra de fonder le soubassement d'une politique publique efficiente dans le domaine, à savoir des partenaires conscients de la position de la création et des industries culturelles dans la dynamique socio-économique, ainsi que des ressources humaines à même de porter en les concrétisant, les différentes actions et initiatives visant le renforcement de cette position.

Par ailleurs, épine dorsale de notre politique en la matière, le partenariat constitue notre deuxième grande priorité. Car il ne suffit pas que des partenai-



Bibliothèque régionale d'Oujda



Bab El Gharbi à Oujda

res réels et potentiels soient conscients du rôle de la création et des industries culturelles dans le développement local et régional, en l'absence de conditions favorables à une culture constructive de partenariat. A cet effet, afin que le territoire régional offre des lieux où peuvent se configurer synergies positives et réseaux de collaboration dans le domaine culturel en général, celui des industries culturelles en particulier, certaines démarches sont à entreprendre.

Au premier chef, il faut diagnostiquer la composition culturelle de chaque région en vue de ressortir des indicateurs chiffrés sur l'offre et la demande des différentes facettes de la production culturelle régionale. A ce propos, toutes les stratégies en matière de création et des industries culturelles doivent s'inspirer des données de ce diagnostic, gage de mener à bon escient la territorialisation de ces industries ainsi que de ses activités connexes. Notre objectif majeur étant que le dynamisme culturel de chaque région du Royaume, reflète son cachet ethnologique, historique, géographique et économique.

Ensuite, œuvrer à ce que la Culture, la promotion de la création et le développement des industries culturelles soient inscrits dans une politique d'aménagement intégré du territoire régional. Aménagement qui doit dès lors considérer

chaque vecteur du développement territorial dans son interaction avec l'ensemble des autres vecteurs sans pour autant omettre ses retombées socio-économiques.

Enfin, la grande dynamique insufflée par l'Initiative Nationale de Développement Humain, les grands chantiers de développement initiés, lancés et orientés

par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'assiste, ouvrent des opportunités sans précédent pour l'intégration des différentes actions de développement des expressions créatives et des industries culturelles dans ce mouvement heureux d'entraînement économique, social et culturel fruit de la politique éclairée de Sa Majesté visant à ouvrir chaque Région sur le plus vaste réseau national et international.

Une fois entreprises, ces démarches forgeront un contexte régional favorable à la conduite d'une culture de partenariat entre le département public central et les partenaires locaux et régionaux. Mais il ne faut pas perdre de vue que les opportunités du partenariat déjà développées par le Ministère de la Culture, sont d'une remarquable diversité.

Ainsi, dans le domaine de la création et des industries culturelles, le territoire régional peut drainer selon son dynamisme, des partenariats avec des fondations nationales et étrangères, des sociétés publiques et/ou privées, des collectivités territoriales, des agences nationales ou internationales, des Universités et des centres de recherche, des organismes internationaux, des départements ministériels, etc.

Une bonne gestion de ces partenariats, fondée sur la bonne définition et le bon suivi des engagements de chaque partie, est alors d'une grande utilité. A ce propos, le Ministère de la Culture accorde la plus grande priorité au renforcement des capacités de gouvernance et d'amélioration de la performance administrative et gestionnaire dans le cadre d'une politique de décentralisation et de régionalisation.

Aujourd'hui, l'élan donné à la qualification du capital humain favorisé par les élogieuses initiatives de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, profite à un partenariat international de plus en plus conséquent dans le domaine culturel. Le programme conjoint en cours (2009-2011) entre le Ministère de la Culture et le système des Nations Unies représenté par cinq de ses agences (UNESCO, UNIFEM, ONUDI, UNFPA, UNDP) concerne le patrimoine culturel et les industries créatives comme vecteurs de développement durable. Nous veillerons à la réussite de ce programme puisqu'il est orienté vers quatre Régions, dont la Région de l'Oriental, et permet de conduire sur des territoires régionaux différents, des activités pilotes notamment celles relatives à la clarification du rôle des différents intervenants institutionnels dans la gestion du patrimoine culturel et aux approches innovantes expérimentées dans les secteurs du livre, de la musique, de la danse et de l'art chorégraphique.

Cela dit, une fois la dynamique partenariale régionale enclenchée, un double effort reste à déployer. Au premier abord, un programme de communication en vue de mobiliser tous les facteurs d'une bonne accessibilité aux différentes prestations culturelles et, en dernier ressort, un accompagnement législatif susceptible de conforter la bonne marche de l'entrepreneuriat culturel. Ce double effort visant la propulsion d'une économie culturelle plutôt régionale, constitue notre troisième grande priorité.



CRÉATION ET DESIGN Innovation dans l'artisanat, naissance d'une nouvelle filière d'industrie culturelle

Anis BIRROU
Secrétaire d'Etat chargé de l'Artisanat

Art ou artisanat ? Artiste ou artisan ? ... ou les deux ? Une œuvre, mais aussi un produit, un prix autant qu'une valeur inestimable. En faisant commerce de la création, nos sociétés modernes ont aboli les frontières : l'industrie a mis à l'art dans notre quotidien (le design) comme l'artisan mettait son talent dans celui de nos pères. Penser en termes d'économie culturelle, voire d'industrie culturelle, voilà un levier puissant pour accompagner le « revival » incontestable de l'artisanat marocain.

Economie et culture

Aborder la question des industries culturelles évoque inévitablement la problématique du lien entre économie et culture. Deux domaines considérés pendant longtemps comme antinomiques, car fondés sur deux logiques qui paraissent inconciliables : la logique de la culture, orientée vers la création du lien social et l'épanouissement culturel, d'une part, et la logique du marché, fondée sur le profit, d'autre part.

Le terme culture couvre certes plusieurs réalités et correspond à de nombreuses définitions. Pour n'en citer que quelques unes, on peut faire référence à :

- celle qui considère la culture comme l'ensemble des structures territoriales, des pratiques sociales, religieuses, politiques, commerciales d'une communauté (nationale ou linguistique, etc.) ;
- ou à celle qui considère la culture comme un ensemble lié de manières de

penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées, qui, apprises et partagées par une pluralité de personnes, servent, de façon à la fois objective et symbolique, à constituer ces personnes en une collectivité particulière et distincte ⁽¹⁾ ;

- ou encore à une définition qui ajoute à cette conception collective, une conception plus individuelle, en définissant la culture comme l'ensemble des structures sociales, religieuses, et des manifestations intellectuelles, artistiques, etc. qui caractérisent une société.

Dans son sens le plus large, la culture selon l'UNESCO, peut aujourd'hui être considérée comme « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. » ⁽²⁾

A examiner toutes ces définitions de plus près, on constate que la dimension

économique, si elle est parfois implicite, n'est tout de même pas absente. Au-delà des significations plus ou moins différentes, l'étymologie même du terme, qui suggère une signification totalisante, englobe toute l'activité humaine, ce qui suppose qu'elle inclut en plus de ce qui a été ci-dessus explicité, la production et l'échange.

Paradoxalement, c'est par le biais du développement, dans un sens large du terme, un sens qui rompt avec l'approche purement économiste où le développement est synonyme de la seule croissance économique, que le rôle économique de la culture va finir par être reconnu. La prise de conscience de ce rôle, conséquence de l'échec des projets de développement menés depuis les années 1970, va aboutir à une représentation du développement comme un moyen d'accéder à une existence intellectuelle, affective, morale et spirituelle satisfaisante. Conçu comme tel, le développement devient indissociable de la culture.

La décennie mondiale pour le développement culturel (1988-1998) place ainsi la culture au cœur des projets de développement durable. L'idée que l'économie culturelle pourrait être un nouveau modèle de développement, à la croisée des chemins de l'art, de la culture, des affaires et de la technologie, est alors mise en avant. Depuis, la reconnaissance de l'importance économique de la culture ne cesse de grandir, au point que l'économie culturelle constitue aujourd'hui un secteur économique à part entière. Un ancrage de la culture dans les politiques de développement est de plus en plus visible et ce, notamment par le biais des industries culturelles ou créatives.

Les industries culturelles

Elles font l'objet de plusieurs définitions. Pour les uns, cette appellation ne doit s'appliquer qu'aux domaines où l'œuvre originale est reproductible et quand la reproduction fait appel à la technologie, c'est-à-dire principalement aux domaines de l'audiovisuel (musique, film, multimédia) et de l'écrit. Pour d'autres, elle s'applique à tout domaine fondé sur la créativité et dont les produits sont généralement protégés par le droit d'auteur. Cette même compréhension ressort de l'acception que donne l'UNESCO à ce terme et qui renvoie à « *la création et la diffusion de contenus créatifs, de produits ou de services qui incarnent ou transmettent des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale qu'ils peuvent avoir* ».

Les industries culturelles, désignées également par les termes industries créatives, économie culturelle ou économie créative, ont leur origine dans la créativité individuelle, l'habileté et le talent et englobent une large variété d'activités créatives, des plus fortement industrialisées (la publicité et le marketing, la radio, les industries du film, internet et l'industrie du mobile, les industries de la musique, l'édition, la publication électronique ou les jeux vidéo), aux moins industrialisées comme les secteurs traditionnels des arts visuels (peinture, sculpture), les arts du specta-

cle (théâtre, opéra, concerts et danse), les musées et les bibliothèques. Elles englobent également d'autres activités comme l'artisanat, la mode, le design, l'architecture, le tourisme culturel et les objets du quotidien. Aujourd'hui, l'économie culturelle devient de plus en plus un moteur de l'économie, les industries culturelles étant universellement reconnues comme des activités à fort potentiel de création de richesse et d'emploi. Leur impact socio-économique est quantifié aussi bien au niveau des pays, à celui des groupements régionaux (UE, OCDE...), qu'au niveau international (CNUCED, UNESCO, GATT...). D'après le Rapport sur l'économie créative 2008, publié à l'occasion de l'ouverture de la 12^{ème} session de la CNUCED, le commerce des produits de l'économie créative est en plein essor en raison de l'accroissement de la demande mondiale de biens et services combinant héritage culturel, arts, médias, services créatifs et produits de création. Les pays en développement y sont vigoureusement invités à développer l'énorme potentiel dont ils disposent en matière d'économie créative. Un potentiel précieux, qui représente également une chance considérable pour la croissance, la création d'emplois et l'intégration sociale. Développer ce potentiel exige cependant une politique culturelle globale en même temps que des stratégies sectorielles, vu le champ vaste des activités que recouvre ce domaine.

Place de l'artisanat dans les industries culturelles

Dans la plupart des pays, le secteur de l'artisanat constitue un facteur déterminant du développement économique et social. Il l'est davantage dans les pays en développement, à cause du retard accusé en matière de technologie, support déterminant aujourd'hui de l'essor d'une grande part des

nouvelles filières d'industries culturelles. D'après le rapport de la CNUCED sus-mentionné, l'artisanat représente actuellement 60% de la valeur des exportations créatives des pays en développement ⁽³⁾.

Ce constat n'empêche pas de s'interroger sur ce qui justifie la classification de l'artisanat parmi ces industries. A la différence de bon nombre d'activités catégorisées comme industries culturelles, l'artisanat répond à une double nécessité : celle des produits et de leur utilité (meubles, ustensiles) et celle pour l'artisan de gagner sa vie. Par là, il se distingue de l'art où l'œuvre produite n'a pas de fonction matérielle immédiate. Mais ce clivage, déjà démenti au cours de l'histoire de l'humanité, est aujourd'hui considéré comme obsolète. Nombre de productions et leurs auteurs pourraient sans peine être classés dans les deux catégories. L'artisanat utilitaire peut d'ailleurs lui-même représenter une expression culturelle de grande valeur. Il est vrai, en outre, que l'artisanat trouve son origine dans des traditions parfois séculaires et que, ancrés dans ces traditions, les artisans se sentent dépositaires d'un patrimoine culturel qu'il sont tenus de préserver. Il n'en demeure pas moins que, d'une génération à l'autre, ce patrimoine est constamment enrichi et adapté aux besoins présents de la société, et donc renouvelé.

Dans tous les cas, pour se situer dans cette catégorie d'industries, l'artisanat doit répondre à des critères, dont le contenu symbolique mais aussi l'import-



L'artisanat trouve son origine dans les traditions séculaires

tance du travail de création, la modernisation et le renouvellement constants des produits ainsi que la soumission aux règles de marchandisation, même si celle-ci est acerbement critiquée et jugée menaçante pour la créativité ⁽⁴⁾.

D'après l'UNESCO (1982) : « *Il y a industrie culturelle lorsque les biens et services culturels sont produits, reproduits, stockés ou diffusés selon des critères industriels et commerciaux: c'est-à-dire une production en grande série et une stratégie de type économique prioritaire sur toute visée de développement culturel* ».

L'artisanat marocain est-il une filière d'industrie culturelle ?

La réponse est d'emblée affirmative. Faire de l'artisanat une filière d'industrie culturelle constitue, sans être explicitement déclaré comme tel, l'objectif principal de notre politique sectorielle et le principe directeur de sa stratégie. Adhérant à la politique économique du gouvernement, qui œuvre, sous les hautes directives de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, pour l'intégration de notre économie nationale dans l'économie mondialisée et animé par la volonté d'investir la voie vers cette intégration qu'offre ce secteur éminemment dynamique du commerce mondial, le Secrétariat d'Etat chargé de l'Artisanat a adopté une stratégie intégrée visant à optimiser l'exploitation du potentiel économique que recèle le secteur de l'artisanat au profit de la croissance économique de notre pays et de son développement social et humain. Les objectifs quantitatifs ciblés par notre Département, traduisant cette nouvelle vision du secteur, consistent à :

- doubler le chiffre d'affaires de l'artisanat à contenu culturel ;
- décupler les exportations formelles ;
- générer 4 milliards de Dirhams de PIB supplémentaires ;
- créer 117 500 emplois, 300 entreprises (dont 15 à 20 acteurs de référence), et 15 000 micro-entreprises.

C'est dire notre conscience du potentiel de croissance et de développement que recèle le domaine. Assise sur une



Les nouvelles technologies au service des arts et traditions populaires

étude objective et approfondie du secteur, notre stratégie sectorielle s'articule autour de 10 axes principaux :

- la production ;
- la qualité et l'innovation ;
- la recherche et développement ;
- la promotion et la commercialisation ;
- la formation ;
- la structuration et la gestion du secteur ;
- la planification régionale ;
- les conditions de vie et de travail des artisans ;
- l'artisanat responsable ;
- la coopération internationale.

Ces axes dénotent le souci de couvrir l'ensemble des maillons de la chaîne des valeurs de l'artisanat, dans le but de doter le secteur de la capacité d'obtenir les avantages concurrentiels nécessaires pour pénétrer les marchés aussi bien intérieurs qu'extérieurs.

La complémentarité de ces axes est évidente, le dernier maillon de la chaîne étant tributaire de tous les autres. Et si l'innovation constitue pour l'artisanat une condition de survie dans le contexte économique actuel, mondialisé et fortement concurrentiel, elle demeure néanmoins inévitablement dépendante des autres éléments du dispositif.

L'innovation et le design ne suffisent pas sans un tissu productif diversifié, habilité et dynamique, sans des compétences, des savoirs et savoir-faire adaptés et constamment mis à jour, sans une maîtrise des techniques de production,

sans un réseau d'approvisionnement en matières premières, sans un dispositif de recherche permettant l'amélioration de la qualité des produits et l'innovation et apportant les solutions aux problèmes rencontrés, sans des infrastructures et des espaces de production convenables, sans des capacités d'investissement, sans des normes garantissant et certifiant la qualité des produits, sans un système de mesure et de suivi facilitant la décision, l'anticipation et la planification à partir de données fiables, sans la promotion d'une image du pays et des produits artisanaux, sans la prospection des marchés nationaux et internationaux ou sans un dispositif de marketing et de distribution permettant la pénétration des filières de commercialisation ; et j'en passe.

La plupart de ces aspects sont d'ailleurs évoqués par le Rapport 2008 de la CNUCED sur les industries culturelles, comme facteurs freinant le développement de ces industries dans les pays en développement. Il n'est donc pas surprenant que le Secrétariat d'Etat, comme le confirme son bilan d'activité en 2008, mène son combat sur tous ces fronts à la fois.

Au cœur de notre sujet, soulignons l'importance que nous accordons à l'innovation et à la modernisation de tous ces métiers d'artisanat et d'art dont regorge notre pays, convaincus de leur nécessité pour que ces métiers ne restent pas à la traîne par rapport aux évolutions de la

demande et du marché, et notamment ceux liés à l'export.

La créativité et le design représentent à nos yeux la pierre angulaire de la promotion de l'artisanat et la réponse aux difficultés de commercialisation du produit artisanal. Les artisans ont besoin de l'intervention du design pour assurer une viabilité économique à leurs produits et mieux rivaliser avec les produits et les pratiques de l'industrialisation moderne. En effet, le produit n'est commercialisable que si le consommateur le trouve attirant, autrement dit, si le savoir-faire traditionnel est adapté pour répondre aux changements du marché, aux besoins du consommateur, aux nouvelles tendances et aux préférences d'usage. C'est le rôle du designer de traduire avec discernement et sensibilité ces changements auprès des artisans qui sont souvent loin des nouveaux marchés.

A ce niveau également, le Département de l'Artisanat a adopté une approche intégrée, qui conjugue conception, formation, sensibilisation, reconnaissance et encouragement des créateurs, avec la protection de la propriété intellectuelle, afin d'intégrer la notion d'innovation et de créativité dans le secteur.

De nombreuses actions et mesures ont été initiées dans ce cadre. Se limitant à quelques exemples, on peut citer le projet de grande envergure, qui a consisté à mettre en place à Fès, en 2007, une maison dédiée au design et à l'artisanat au sein du Centre International pour la Promotion de l'Artisanat (CIPA). Parmi les objectifs assignés à ce projet, qui touche autant le renouvellement des produits artisanaux, à travers le design, que la consolidation des structures de production et de commercialisation, figurent l'enrichissement des formes et techniques mises en œuvre par les artisans de Fès, l'amélioration de la production et de la qualité des produits, le développement des points de promotion et de vente de l'artisanat tout au long des circuits touristiques, et ce, dans la perspective de renforcer le poids du secteur pour le rendre compétitif et à même d'investir de nouveaux marchés. Le premier workshop organisé dans cette structure a eu pour output la réa-



Marier le design et l'artisanat

lisation de prototypes artisanaux modernes, conçus par une équipe de designers marocains et néerlandais pour des filières transversales, comme la dinanderie, la poterie, le tissage, la broderie, la maroquinerie, la passementerie et la fabrication des peignes en corne. Ces prototypes ont fait l'objet d'une exposition au Maroc et aux Pays-Bas, en vue d'une commercialisation sur le marché national et à l'international, au bénéfice des artisans de la ville de Fès.

L'amélioration de l'offre par le design ne se limite cependant pas à Fès. Outre une multitude d'actions programmées dans le PDRA de cette région, des collections ont été créées par des designers de renom pour être mises à la disposition des artisans des filières de bijouterie à Tiznit, de marqueterie et de bijouterie en bois de thuya à Essaouira, en vue d'adapter leurs produits aux tendances du marché.

Par ailleurs, 2008 a vu l'organisation de trophées et l'attribution de prix dans le cadre des actions visant à encourager la création et à valoriser le savoir-faire des artisans. Elles ont concerné la marqueterie et la bijouterie à Essaouira, la céramique à Safi et le tissage traditionnel à Ouezzane.

Aussi, convaincu que, dans le contexte international hautement concurrentiel, la stimulation de l'innovation passe également par la défense des artisans contre une concurrence déloyale et par la reconnaissance de leur identité culturelle, le Secrétariat d'Etat œuvre à la signature de conventions de partenariat avec l'Of-

fice Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale en vue de l'enregistrement de marques collectives, de certifications relatives aux produits artisanaux (convention déjà signée concernant le tajine), à la réglementation de leur traçabilité et la certification de leur qualité, à la mise en place d'organes de mise en œuvre de ces mesures, mais aussi à la sensibilisation des artisans à l'importance de ces mesures.

L'ancrage de la culture de l'innovation et du design dans le secteur est certes un travail de longue haleine. Mais la voie est claire à présent et la décision de l'emprunter est ferme. Et si ces premiers pas ne nous permettent pas encore de quantifier l'impact de nos choix sur la part de ce secteur dans la croissance économique de notre pays, on peut affirmer que ce n'est que partie remise. En effet, grâce à l'outil stratégique dont nous nous sommes dotés (l'Observatoire de l'Artisanat), qui a pour mission de mener les enquêtes nécessaires pour nous fournir ces données, et par nos efforts de négociation avec les départements et institutions concernés, pour codifier et identifier le rendement propre du secteur afin de le rendre plus visible dans l'économie du pays, nous serons très prochainement en mesure de le faire. Ceci ne nous empêche pas d'annoncer, dès à présent, la naissance de l'artisanat comme nouvelle filière d'industrie culturelle.

(1) Selon le sociologue québécois Guy Rocher, 1969, 88.

(2) Définition de la culture par l'UNESCO, Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles. Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982.

(3) Chiffre à prendre avec réserve : les produits artisanaux n'étant pas identifiés dans les nomenclatures douanières et commerciales, il est difficile de mesurer leur impact et de démontrer leur rôle dans le développement économique et dans le commerce mondial.

(4) Selon Gaëtan Tremblay, de Université du Québec à Montréal, Canada « Lorsque le produit devient une marchandise, l'art disparaît. Le produit destiné à être acheté devant répondre à certains critères de mode, l'artiste perd son autonomie, il est contraint par les lois du marché à rentrer dans des cases, sinon il est exclu. On constate une tendance forte vers une uniformisation de la pensée et des idées véhiculée par les médias et c'est inquiétant pour la création ; l'originalité et l'art disparaissent ».



La culture au sommet des changements sociaux

Rosa TORRES RUIZ

*Ministre Régional de la Culture de la Junta de Andalucía
Traduit par Patricia Luque Menacho*

La Communauté Autonome d'Andalousie a mesuré l'attractivité de son patrimoine culturel, sur tous les plans. Ce faisant, elle investit pour satisfaire la demande, stimuler de nouveaux besoins, attirer les visiteurs étrangers, donner à sa propre jeunesse le goût des divers aspects de la culture régionale. Bien plus qu'une incitation, c'est une stratégie de développement déroulée au fil des années, ajustée aux attentes, créatrice de richesses et d'emplois autant que de plaisir et de bien-être.

La planète est en effervescence sur le plan des changements sociaux, politiques et économiques. La généralisation des technologies de l'information et de la communication, du métissage, de la lutte pour l'égalité des genres et la sensibilisation sur les problèmes environnementaux, ont conduit l'humanité à assimiler le fait que nous ne sommes pas dans une ère de changements, mais bien devant un changement d'ère. Le monde affronte une crise qui surpasse le milieu économique. Nous avons besoin d'un nouveau cadre culturel, de l'élaboration d'une nouvelle éthique pour un développement différent, comme le furent en leur temps l'imprimerie, la révolution industrielle ou l'électricité.

Face à ce scénario, en Andalousie nous sommes déjà depuis quelques années, convaincus que la culture est le ticket d'entrée sur la nouvelle scène des relations politiques et socio-économiques naissantes. Nous pensons ainsi car, dans cette conjoncture, la culture soutient deux piliers solides : d'un côté,

l'intangibilité de notre imagination en tant que collectivité - la mémoire du passé, du patrimoine, de l'art et de la beauté, de l'expression créatrice - et de l'autre, la puissante machine économique créatrice d'emplois qui suppose la mise en valeur des manifestations culturelles.

La participation du culturel dans la dynamisation économique est évidente dans des industries comme celle du tourisme : le loisir est une réalité dans les sociétés avancées, il joue un rôle dans l'accomplissement personnel et fait l'objet d'une planification soignée de la part des citoyens. Mais la culture engendre aussi une richesse en soi, par exemple, avec des investissements dans des espaces culturels, avec la réhabilitation et le maintien du patrimoine monumental et bibliographique, ou avec la génération et la promotion des arts plastiques, scéniques ou littéraires; la culture apporte au terrain socio-économique ce qui s'est déjà généralisé sous la dénomination d'industries culturelles.

En Andalousie, il existe environ 40 000 entreprises culturelles et de loisirs, ce qui représente 16 % du total de l'industrie andalouse, et c'est pour cela que le renforcement de cette industrie est devenu une priorité fondamentale dans la politique du Conseil de la Culture de l'actuelle législature. Notre Communauté Autonome a reçu en 2007 un total de 6,5 millions de visiteurs qui ont assuré avoir comme motivation principale la culture, ce qui correspond à une croissance de 3,1 % par rapport à l'année précédente



Flamenco, une culture vivante

et un total de 25 % de l'ensemble des touristes qui nous ont visités : un visiteur sur quatre vient donc pour notre offre culturelle.

De ce point de vue, les activités et les produits culturels génèrent de nombreux emplois et de nouveaux flux de richesses, c'est pourquoi ils constituent des facteurs clés pour le progrès. Notre production culturelle se chiffre à plus de 8 milliards d'Euros, et le nombre d'emplois engendrés par le secteur privé avoisine les 100 000. Compte tenu de ces résultats, les mesures appliquées par le Gouvernement d'Andalousie se concentrent sur l'appui des industries culturelles - avec incitations à l'emploi, à la modernisation des entreprises, ou avec le co-financement de projets - et sur la commercialisation et l'internationalisation de nos produits culturels, en promouvant la diversification de la production audiovisuelle, de la danse, de la musique et, tout spécialement, l'internationalisation du flamenco.

Naturellement, cette stratégie est soutenue par des ressources économiques, de sorte que le Gouvernement d'Andalousie a augmenté le budget pour la culture de plus de 60% sur les cinq dernières années, ce qui a conduit à ce que la participation dans le budget global de la Région dépasse le 1 %. Mais, outre les ressources, il y a aussi besoin de nouveaux instruments et de la création de nouvelles formes techniques, juridiques et de gestion. Un outil-clé a été le Plan Stratégique de la Culture de l'Andalousie (PECA), un document élaboré durant deux ans avec la participation de tous les protagonistes de la culture - du public au privé, du créatif à l'exécutif - qui a donné naissance à un plan d'action ainsi qu'à un contrôle des réalisations.

Le PECA établit une série de mesures par rapport aux industries culturelles et aux arts scéniques qui, de manière générale, prévoient :

- en matière de musique, la formation spécialisée d'interprètes et la promotion dans des festivals, des foires et des concerts ;

- la formation et la création d'un réseau de lieux d'exhibition, qui inclut des théâtres, des musées et des Universités pour la danse ;
- dans le cadre du théâtre, le soutien à l'auto-production et la co-production avec des entités privées et avec d'autres communautés autonomes ;
- la recherche d'un cadre intégral de gestion et la création d'un registre d'entreprises du secteur audiovisuel ;
- et, inévitablement des mesures spécifiques pour l'art du flamenco.

Le Statut d'Autonomie de l'Andalousie, réformé en 2007, établit le flamenco comme un élément singulier de la culture andalouse. Nous sommes donc mandatés de manière générale pour promouvoir des mesures :

- de formation et d'enseignement, de conservation et de recherche ;
 - de l'incorporation dans les circuits des marchés nationaux et étrangers ;
 - d'intégrations, sociale et touristique.
- Pour cela nous disposons de deux instruments puissants : le Ballet du Flamenco de l'Andalousie, dirigé par la prestigieuse artiste Cristina Hoyos, et l'Agence Andalousie pour le Développement du Flamenco, qui traite les relations avec les artistes, des "peñas flamencas", des communautés extérieures ou des Universités.

En guise de conclusion à ces initiatives nous célébrons chaque deux ans la Foire des Industries Culturelles de l'Andalousie (FICA), un rendez-vous en plein essor où la grande majorité des entreprises et des personnes relatives à l'activité culturelle exposent leurs projets, se rapprochent, passent des accords et élaborent des programmations, et poussent le secteur; c'est un point de rencontre où chaque édition voit grandir le nombre de participants et dans lequel nous sommes à l'écoute des expériences du reste de l'Espagne et de plusieurs pays du monde.

Je veux ajouter à ces considérations sur l'influence croissante de la culture sur le développement social, la mention d'autres mesures qui, bien différentes du domaine des industries culturelles, contribuent à l'emploi et à la dynamisa-



La Fondation des Trois Cultures - Séville

tion économique : les investissements dans des espaces scéniques, les musées et les enclaves monumentales.

A court et moyen termes sont ainsi planifiés les projets du Centre de Création Contemporaine de Córdoba, le Musée Ibérique de Jaén, le Centre Andalou de Danse - dans un ancien pavillon de l'Expo 92 de Séville-, la réforme du Palacio de la Aduana en Musée des Beaux Arts de Malaga et le nouvel Auditoire de cette ville, l'Espace Scénique de Grenade - projeté par le prestigieux architecte japonais Kengo Kuma-, les agrandissements des musées des Beaux Arts de Cadiz et de Sevilla, des musées archéologiques de Cordoba et de Séville, et d'autres investissements dans des biens patrimoniaux, comme l'action intégrale dans le Théâtre Romain de Cadiz à propos du Bicentenaire de la proclamation de la Constitution Espagnole de 1812.

J'aimerais conclure avec une initiative audacieuse et pionnière en Espagne que nous avons mis en place cette année : le « Bono Cultural 18 ». Il s'agit d'un bon d'achat d'une valeur de 60 Euros offert à tous les jeunes qui fêtent leurs 18 ans en 2009, valable pour des produits culturels ou pour les activités organisées par le Conseil de la Culture ou d'autres entités associées au programme.

Avec cela, nous essayons d'initier les jeunes à la culture, de créer de nouveaux publics et de promouvoir les industries culturelles. Comme vous pouvez le constater, en Andalousie, l'industrie et la culture ont beaucoup à voir.



CULTURE ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Réalités et perspectives dans le cadre de la mondialisation

Aziza BENNANI

Ambassadeur – Déléguée Permanente auprès de l'UNESCO

L'auteur est en situation d'avoir une double lecture : celle de la démarche suivie par son propre pays, le Maroc, mais aussi celle d'une vision mondialisée des enjeux et des pratiques, qui permet de tout relativiser mais aussi de retenir le meilleur des success stories de la planète. Fondée notamment sur les Conventions, Conférences et Déclarations, et sur les réflexions auxquelles est associée l'UNESCO, l'approche de l'Ambassadeur-Déléguée du Royaume insiste sur le rôle des Etats et sur leur implication nécessairement volontariste.

Il est désormais admis que la culture ne constitue pas un simple passe-temps. Elle joue un rôle important dans la création d'espaces de liberté, la promotion de l'inclusion et la cohésion sociale, la préservation de la diversité culturelle et la contribution au développement économique.

Le Rapport de la commission mondiale de la culture et du développement, intitulé «Notre diversité créative» (UNESCO - 1995), a permis de rompre avec la conception classique du développement et de prendre en compte sa dimension culturelle, autrement dit, de considérer la culture comme instrument de développement durable, comme domaine d'activité pouvant contribuer à réduire la pauvreté. Le lien ainsi établi entre culture et économie met en relief le rôle important de la culture dans le cadre des politiques de développement et souligne que le développement sans culture est une croissance sans âme.

Dans notre monde en mutation accélérée et dominé par les règles du marché, introduire le paramètre culturel dans le concept de développement exprime par ailleurs le souci d'humaniser la mondialisation.

Cette conception de la culture a été approfondie par le Sommet mondial du développement durable de Johannesburg (septembre 2002), qui a conclu à l'affirmation de la culture comme quatrième pilier du développement, aux côtés des trois autres piliers : économique, social, environnemental. Dans cette approche, le défi du développement durable consiste à concilier le développement économique et social, la protection de l'environnement et la préservation de la diversité culturelle.

Le nouveau concept de culture en a ainsi fait un enjeu important face aux impératifs économiques qui imposent leurs lois, ignorant la diversité culturelle.

Or, la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle (2001) stipule que la «diversité culturelle est pour le genre humain aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant». C'est désormais l'une des principales composantes de toute politique de développement durable et la notion même de politique culturelle s'en trouve élargie.

Sur la base des nouveaux critères, il revient à chaque pays de créer son modèle selon ses spécificités propres. Pour ce faire, il peut s'appuyer notamment sur les recommandations du rapport «Notre diversité créatrice» et de la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles (Stockholm - 1998), ainsi que sur l'appareil normatif universel (Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle - 2001, Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel - 2003, Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles - 2005).



Le Siège de l'UNESCO à Paris

Jusqu'à une date récente, l'Etat était considéré comme le principal responsable de la politique culturelle, de la gestion du patrimoine culturel -dans ses différentes catégories-, de la promotion de nouveaux éléments de la culture (arts plastiques, cinéma, littérature, audiovisuel...) et des différentes initiatives en relation avec la culture.

La dichotomie entre les composantes culturelles, «cultures de la tradition» et expressions culturelles résultant de la créativité des individus, des groupes et des sociétés, s'accroît de plus en plus en raison de l'impact des règles du marché et de la révolution numérique. Aussi, même si la formulation de la politique culturelle reste principalement du ressort de l'Etat depuis la fin du siècle dernier, s'est imposée la nécessité de redéfinir ce rôle -notamment celui du département public chargé de la culture- ainsi que les relations que l'Etat doit entretenir avec les différents protagonistes : Régions, organisations et entreprises privées, artistes, intellectuels, animateurs culturels...

L'Etat est appelé à rechercher les stratégies et les pratiques culturelles capables de créer les conditions nécessaires pour libérer la créativité culturelle sous toutes ses formes, promouvoir les capacités créatrices nationales et encourager la création d'industries culturelles.

Toute politique culturelle doit impérativement prendre en compte le contexte internationalisé des échanges et l'impact des marchés mondiaux sur les cultures nationales : cohabitation multiculturelle, compétition accrue et souvent déséquilibrée, bouleversement des modes de production et de diffusion de la culture, mutations accélérées de l'économie et de la culture, diverses possibilités nouvelles...

Les industries culturelles ayant une tendance à l'homogénéisation, tant au niveau national qu'international, il est nécessaire de veiller à la préservation des spécificités locales (trésors culturels

des régions et des communautés, sites culturels, tourisme culturel, festivals...).

Au Maroc, plusieurs initiatives, dont celles des différentes Agences régionales de développement, sont conscientes aujourd'hui de cette exigence. Le Forum d'Imerqane, organisé par l'Agence de l'Oriental sur «Le patrimoine en partage», en est une illustration.

La diversité culturelle et le patrimoine matériel et immatériel de l'ensemble des groupes sociaux et des communautés culturelles constituent une source inépuisable pour alimenter la créativité au niveau local et national, sans se retrancher toutefois dans la différence, mais en s'ouvrant aux autres cultures pour interchanger avec elles et s'enrichir à leur contact. Ceci requiert l'investissement dans la modernisation des infrastructures, la formation professionnelle et technique...

Actuellement, nous assistons au Maroc à une grande vitalité de différents secteurs culturels, comme la peinture, la musique, le cinéma..., qui contribuent au développement économique national. Ces secteurs ont besoin de mécanismes de soutien afin de contribuer à la promotion de la diversité culturelle nationale, tout en s'enrichissant au contact des autres cultures et aussi pour être compétitifs au niveau régional et international.



Tournage au Maroc : une activité d'une grande vitalité



L'UNESCO appuie l'économie culturelle

Les industries culturelles sont les vecteurs contemporains de la culture intégrées dans des activités économiques. Leur diffusion s'opère par le biais de réseaux de commerce internationaux. En raison de la mondialisation, il existe désormais une profonde interaction fonctionnelle entre les activités économiques et les activités culturelles. De ce fait, les biens et les services culturels, à la fois des éléments du patrimoine culturel et des biens à valeur marchande servent en même temps la culture et le développement.

On ne saurait donc considérer les produits culturels comme des marchandises quelconques et les soumettre aux seules règles du marché, ce qui conduirait à l'hégémonie des cultures détentrices de ressources et de mécanismes de soutien et capables de diffusion et de distribution, en raison de l'impact des marchés mondiaux sur la créativité.

C'est ce qui a conduit d'ailleurs à l'élaboration de la convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (2005) qui reconnaît pour la première fois, en droit international, la nature spécifique des biens et des services culturels, en tant que porteurs d'identité, de valeurs et de sens, et donc essentiels pour la cohésion sociale.

Au Maroc, à l'instar des pays en développement, il existe un grand déséqui-

libre, d'une part, entre la production et la consommation et, d'autre part, au niveau de la compétition sur les marchés internationaux.

Pour cette raison, toute politique culturelle doit s'appuyer, au niveau national, sur la coopération entre public et privé et s'ouvrir en outre à la coopération et à la solidarité internationale. C'est là un élément nouveau de la Convention de 2005 qui encourage le renforcement des expressions culturelles de tous les pays et le soutien des pays émergents pour développer leurs industries culturelles.

Pour pallier les effets croissants de la révolution numérique et des forces économiques internationales auxquels sont de plus en plus confrontées ces industries, ces pays ont intérêt à créer des réseaux régionaux afin de soutenir conjointement la promotion de leurs potentialités endogènes respectives et se situer dans une position moins désavantageuse sur les marchés mondiaux, par rapport aux pays développés.

Il est donc du ressort des Etats d'œuvrer dans ce sens et d'adopter les mesures de soutien pour développer des PME culturelles, équilibrer le marché, garantir la diversité des répertoires et

renforcer les maillons indissociables d'une chaîne, à savoir la création, la production, la distribution/diffusion, l'accès, la jouissance des expressions culturelles véhiculées par les activités, les biens et les services culturels, afin que les industries culturelles puissent s'insérer dans le processus de mondialisation.

Les jeunes, principaux consommateurs de la culture et principaux récepteurs des modes de culture mondialisés, doivent être les premiers bénéficiaires des nouvelles politiques culturelles qui doivent prendre en compte leurs besoins notamment en matière d'éducation, de formation et d'emploi.

Il ressort de ce qui précède que les politiques culturelles doivent opérer une mise à niveau afin de permettre que leur production dans le domaine des biens culturels ait un impact important sur le secteur de l'économie.

Une politique culturelle novatrice, dynamique et ciblée, adaptée aux exigences du marché planétaire, peut permettre de développer une activité économique au service de la création culturelle, la protection de l'identité propre et la création d'emploi et de richesse.



L'Oriental des Festivals : la jeunesse est mobilisée



Relation entre savoirs et patrimoine culturel et leur valorisation pour développer les industries culturelles.

Driss KHROUZ

Directeur de la Bibliothèque Nationale du Royaume du Maroc

Le patrimoine sous ses multiples formes irrigue les savoirs, il en est même une source privilégiée. Le patrimoine et l'ensemble des activités qui donnent accès à sa connaissance sont donc des piliers de la dignité des hommes et, pour tout dire, des pratiques démocratiques et tolérantes où l'estime de soi comme le respect de l'autre vont se conjuguer. Les industries culturelles ont donc aussi cette noble mission.

Le patrimoine est incontestablement une composante essentielle dans la formation et le développement culturel d'un pays. Le patrimoine tel qu'il est prospecté, connu, interrogé et valorisé contribue dans une large mesure à la personnalité des citoyens. Les liens entre savoirs et patrimoines culturels ne peuvent être bien analysés et bien compris qu'en fonction des besoins du marché.

Le marché n'est pas une donnée immuable. Il est ce que les expressions des besoins satisfaits en font à travers la demande. Il est aussi ce que les utilisateurs potentiels n'expriment pas ; soit parce qu'ils n'ont pas les ressources financières pour le faire, soit par manque d'information, de formation, ou encore parce que leur mode de vie ne correspond pas à ce besoin.

Le savoir et le patrimoine concernent des biens et des symboles matériels et immatériels. Leur industrialisation n'est pas qu'une question d'argent. Elle a des dimensions juridiques liées à la propriété intellectuelle, industrielle et des

dimensions scientifiques et technologiques liées notamment à la maîtrise des savoirs dans des domaines comme les fouilles archéologiques, le décodage des signes, la codification des signes du passé et à la maîtrise des technologies de restauration, de sauvegarde, de conservation et de numérisation. Les industries culturelles ne sont pas que des marchandises, elles ne peuvent en aucun cas être ramenées aux seules questions de prix, de coût et de valorisation financière.

Les investissements nécessaires sont

d'autant plus lourds et massifs que le retour sur investissement est très faible en terme de rentabilité financière ; en tout cas pas à court et moyen termes. Parce que ce sont des biens et des services collectifs par excellence, leur rendement est d'abord social, culturel et politique.

Qu'ils soient gérés par l'Etat, ou concédés en gestion externalisée, ils n'en restent pas moins une propriété de la collectivité, intangible, inaliénable et soumise à l'usure du temps et aux aléas des comportements de l'homme.



Un accès privilégié aux sources patrimoniales

Comme pour l'enseignement et l'éducation, le patrimoine culturel est une source privilégiée des savoirs. Outre la contribution directe à la formation des élites, des cadres et des agents pour sa mise en valeur, la connaissance du patrimoine culturel et sa valorisation permettent à une société de se construire.



Bibliothèque Nationale du Maroc : un équipement à la taille des enjeux

C'est plus l'histoire, la citoyenneté et les relations avec les autres que les savoirs - irrigués par le patrimoine culturel - permettent de développer. Que ce soit les monuments, les bibliothèques, les langues nationales, les arts rupestres, les musiques, les danses, les chants, les arts culinaires, les costumes, les tissages, les artisanats... toutes les formes de patrimoine sont l'émanation de savoirs multiples, complexes et de plus en plus sophistiqués.

Les technologies modernes d'information, de communication et de conservation, font que de plus en plus de composantes du patrimoine sont mises à contribution pour la promotion des savoirs, leur analyse et partant leur duplication et leur reproduction pour leur transmission, diffusion et divulgation.

Leur dématérialisation a considérablement réduit les barrières à leur diffusion et à leur communication. Les destinataires, lecteurs, chercheurs, commerçants et producteurs indépendants en acquièrent de plus en plus d'autonomie. Internet et les bibliothèques numériques créent de plus en plus de situations nouvelles, inédites auxquelles les mécanismes en place ne répondent que partiellement.

La mise en ligne en libre accès de documents patrimoniaux, qui sont ou non du domaine public, pose de nouveaux problèmes. Il y a le problème de la propriété juridique, il y a des problèmes de téléchargement et il y a la capacité de déverser des millions de photos, d'ima-

ges et de livres, libres à l'accès.

La bibliothèque numérique de Google soulève l'ensemble de ces problèmes à la fois et de façon massive. Les réactions que cette opération soulève sont assez significatives de la nature des postures - positives ou négatives - qui apparaissent dès qu'il s'agit du fameux triptyque : savoirs - patrimoine - développement industriel.

Cette articulation entre patrimoine culturel, savoir et développement des industries culturelles se pose aujourd'hui en termes de valeurs, d'économie et de cohésion sociale pour un pays. Une société qui ne valorise pas son patrimoine en l'entretenant, en le connaissant, en le faisant connaître, s'ampute d'une partie importante de son être. Le pluralisme culturel et civilisationnel du Maroc est bel et bien ancré dans l'ensemble des composantes de son patrimoine matériel et immatériel.

Par les industries culturelles, le patrimoine est incontestablement une source importante de revenus et de création d'emploi.

La consolidation des valeurs d'éthique que permet le patrimoine valorisé approprié est un vecteur essentiel de cohésion sociale. Les dimensions spatiales, informationnelles et humaines que les industries culturelles donnent aux savoirs liés au patrimoine se déclinent dans les vertus politiques. Pour le Maroc, cette articulation peut accompagner la dynamique globale d'ouverture de la société

marocaine sur les acquis et les savoirs universels, gages de la modernité, à travers la connaissance des autres sociétés et cultures, leur reconnaissance, et donc leur respect.

Le travail de reconstitution et de valorisation de la mémoire collective ne peut être fécond et épanouissant que s'il aide des sociétés - où l'âge médian est de 20 ans - à plonger dans leur passé pour fortifier leur personnalité et s'ouvrir sur l'avenir. Éviter les pièges de l'identité nostalgique, rancunière et sclérosée est l'une des vertus d'une connaissance interrogative, disponible et ouverte des autres et de soi. Les énormes capacités que permettent aujourd'hui les technologies de collecte de savoirs peuvent permettre des sauts civilisationnels énormes.

La personne humaine étant, nous en sommes convaincus, plus que jamais, le moteur d'un développement économique et social harmonieux et épanouissant, il ne peut y avoir de savoir et de travail productif sans une culture numérique épanouissante. Elle passe par le partage des expériences et l'écoute des autres. Le bonheur, le développement, le bien-être... n'existent pas en soi : ils existent dans le respect de la différence des autres.

Si les supports numériques peuvent servir à quelque chose aujourd'hui, c'est bien à apprendre à l'homme qu'il ne vaut que dans ses relations avec les autres dans des environnements de plus en plus larges et de plus en plus distincts de ses repères habituels.

La numérisation et l'apprentissage démocratique doivent aller de pair. La base de la démocratie c'est la liberté, la responsabilité, le respect des autres mais aussi le respect de soi. Cela passe par la restitution à la personne humaine de sa dignité.

Une personne analphabète est une personne diminuée, atrophiée, humiliée. Le droit humain commence par là. Le patrimoine porté par des savoirs valorisés par la technologie peut en être une belle matrice.



CULTURE ET DÉVELOPPEMENT

Conclusions de l'expérience d'Assilah

Mohammed BENAÏSSA
*Président de la Municipalité d'Assilah
Secrétaire Général de la Fondation du Forum d'Assilah*

Les Moussems culturels d'Assilah sont une singularité. L'auteur parle encore d'« expérience » alors que la manifestation est quasi-institutionnalisée, ce qui prouve la capacité, sinon la volonté, de faire vivre la formule tout autant que la passion intacte des animateurs. Moteur de développement local, source de mobilisation des populations, les Moussems d'Assilah influencent la ville bien au delà de chaque clôture. Ils ont créé un état d'esprit, changé les comportements, poussé à l'action et à l'initiative. Modèle ou référence ?

Je suis souvent interpellé par des journalistes, des intellectuels et des responsables associatifs, et quelques fois par des acteurs participants et des responsables gouvernementaux, sur le « secret » du succès des Moussems culturels d'Assilah, lié au fait qu'ils ont misé dès leur lancement sur le lien entre l'activité culturelle et la contribution à l'effort de développement à l'échelle locale. En vérité, ces questions auxquelles j'accorde toute mon attention là où elles me sont posées, me causent une certaine « gêne » malgré ma conviction de la sincérité des intentions de ceux qui les posent et de la pureté des raisons qui les sous-tendent.

Je présume que les éloges qu'ils adressent à cette expérience ainsi que leur admiration sont sincères et qu'elles procèdent de leur enthousiasme pour toute action culturelle. Peut être évoquent-ils aussi de cette manière leur crainte pour cette expérience, leur désir de connaître les motifs de sa pérennité et la manière

de la protéger contre tout faux pas. C'est sans prétention et avec humilité, que j'assure, dès le départ, qu'il n'y a pas de plafond pour mesurer le succès d'un projet ou d'une initiative culturelle visant à dynamiser l'action de l'individu et à l'inciter à développer son intelligence, aiguïser ses talents et faire valoir ses capacités créatrices, constamment renouvelées, apparentes et cachées, dans une perspective dont la vision ultime est l'intérêt de l'acte culturel.

Je voudrais souligner ici que les expériences culturelles subissent (et sont inévitablement influencées par) l'environnement culturel et le contexte social dont elles sont issues. Leur développement et leur murissement dépendent également de l'ampleur du sacrifice des individus et de leur disponibilité au détriment de leurs intérêts personnels. Outre cette condition obligatoire, l'on peut ajouter qu'il existe un consensus sur des critères indispensables avant le lancement de tout projet similaire.

Je ne sais s'il y a réellement une « recette » spéciale, à propos du projet culturel d'Assilah, à mettre à la disposition des gens qui la sollicitent avec insistance, convaincu comme je le suis que cette expérience est devenue une propriété commune de tous les marocains et de leurs institutions actives dans le domaine de la pensée et de la culture, d'où ils peuvent puiser ce qui leur convient et ce qui pourrait constituer pour eux des repères pour implanter des projets similaires dans leurs environnements locaux respectifs.

J'imagine que le succès d'initiatives de cette nature est tributaire d'une perception consciente des mécanismes qui maîtrisent les mouvements de la société locale, candidate à accueillir toute expérience en mesure de la transformer. Cela a été le premier pas et le premier jalon dans le plan d'édification du projet culturel « Zailachi ».

Je ne vous cacherais pas que le groupe restreint qui a pris en main le démarrage

du projet a été influencé par des expériences petites et grandes que certains de ses membres ont vécu de près hors du Maroc, dont ils ont tiré quelques fondements de permanence, et ce qu'on pourrait appeler l'art de contourner les contraintes et les subterfuges pour contrecarrer les difficultés et les obstacles...

A Assilah, nous avons réfléchi, mes amis et moi, à la situation de la ville telle qu'elle est. Nous avons conçu des petits chantiers réalisables en vue de changer l'aspect de la ville, qui était fort déplaisant. Nous avons écouté les habitants, instauré un dialogue, et nous sommes entré en discussion ininterrompue jusqu'à ce jour avec eux. Une partie du défi qui nous a rassemblé et unifié depuis plus de trois décennies a été relevé, grâce à un effort tripartite de la Fondation, de la Municipalité et des habitants.

Nous avons énuméré et listé à l'origine les aspirations urgentes de la ville susceptibles d'assurer un décollage économique, au sens modeste du terme. Nous avons abouti à une vérité évidente, à savoir que tout changement dans les structures intellectuelles et les mentalités, ainsi que dans les comportements sociaux, doit être la base issue de la conviction des habitants, répondant à leurs attentes et assurant leur participation ; un changement qui reflète leurs

ambitions. D'où la nécessité de prendre en compte leurs avis et ne jamais les négliger, quelle que soit la manière avec laquelle ils l'expriment.

Les habitants sont tout simplement capables de faire échouer ou gêner tout projet, avec les outils de résistance qui leur sont propres, surtout s'ils ressentent que l'« élite » dresse des barrières pour les éloigner.

Nous n'avons omis, au stade de la sensibilisation au projet, aucune catégorie pouvant nous apporter un appui. Nous avons expliqué à tout le monde que le projet culturel aura des retombées positives sur leur mode de vie et transformera le visage de leur ville à court terme et que, de ce fait, ils ont un rôle à jouer dans ce partenariat ouvert, soit directement, soit en permettant à leurs enfants de prendre part à des chantiers porteurs.

Nous avons commencé par nous préoccuper de la propreté de la ville et de la protection de l'environnement local, ce qui a entraîné immédiatement la réalisation de deux objectifs parallèles et interdépendants : développer la perception de la valeur de l'esthétique chez la jeunesse et l'inciter à entrer en compétition pour inventer les meilleurs moyens pour atteindre l'objectif.

Grande fut notre surprise en constatant sur le terrain les résultats de notre pari



Les enfants réunis en atelier de peinture

sur les hommes de l'avenir, qui ont assimilé la portée de faire apparaître leur ville sous un aspect riant et agréable. Cela nous encouragea par la suite à inviter un certain nombre d'artistes plasticiens marocains⁽¹⁾ à participer, avec les enfants, à un chantier de peintures murales que nous avons voulu être une entreprise créatrice au plan esthétique, sans précédent dans l'histoire des villes marocaines, dont le capital est l'intelligence humaine et où ont communiqué et communié les artistes aux capacités reconnues avec des créateurs encore méconnus mais en quête d'une voie pour exprimer les sensations nobles et pures et la vision spontanée de la beauté, de la couleur, et de la vie, qu'ils ressentent au plus profond de leur âmes.

Nous n'avons pas réalisé les peintures murales qui, je le pense sincèrement, ont résumé avec force la symbolique de l'expérience culturelle d'Assilah, pour initier les enfants à la peinture, leur apprendre à tenir un pinceau et à distinguer entre les couleurs, aux côtés d'artistes de renom. En fait, nous avons visé en premier lieu à inculquer les valeurs pédagogiques pour ancrer la vertu du travail collectif dans l'esprit de ces enfants et leur engagement à préserver la propreté de l'environnement par le biais de la protection des peintures murales.

Les peintures murales nous ont permis de mesurer le degré d'acceptation par les habitants et leurs réactions à leur égard après que des couleurs enlacées eurent couvert les murs et



La haute couture marocaine trouve aussi sa place à Assilah

les façades de leurs habitations et de leurs modestes locaux. Ici, on est en droit de signaler la vision des sociétés traditionnelles à propos de la peinture et de la photographie.

Le dialogue et la communication ont convaincu les habitants à travers les autres canaux (la participation à la gestion de la ville) de l'intérêt de ce qu'ils ont vu pour la première fois dans leur ville, ce qui les a motivé à réfléchir à la manière de prendre part à cet effort d'embellissement qui a donné à la ville, au fil du temps, éclat et splendeur. Les habitants ont ainsi couvé les peintures des grands et des petits et en sont devenus les protecteurs. Nous avons donc gagné la confiance des grands et les petits ont été vivement intéressés par ce qu'ils ont vu dans leur ville.

Naturellement, aucun projet visant l'intérêt général, quelle que soit sa taille, ne peut réussir si les conditions de volontariat et de sacrifice sans limite ne sont pas réunies chez ceux qui en sont les instigateurs, pour assurer sa pérennité et son évolution sans anticipation précipitée des résultats et sans brûler les étapes. Le changement n'est jamais chose aisée, quelle que soit la société. Cependant, les bonnes volontés et les valeurs d'abnégation et d'écoute, constituent toutes des facteurs d'entraînement.

Je pense que nous avons, à Assilah, marché sur les traces de ces orienta-



Quatuor Afghan en représentation

tions. Nous nous sommes ouverts sur toutes les sensibilités et tous les acteurs. Certains nous ont rejoint et ont partagé nos soucis ; d'autres se sont éloignés de nous sans nous gêner. Quant à ceux qui nous ont accordé peu de crédit et se sont montrés peu amicaux à notre endroit, ils ont fini dans l'oubli et seule la bonne action a survécu.

Parfois, je me pose une question sincère : le projet a grandi et de longues années nous séparent de son lancement, à la fois difficile et agréable, alors comment sommes-nous arrivés à ce que nous avons réalisé ? A la fin des années 70 du siècle dernier, nous ne pensions guère, dans l'état où était

notre pays, que l'expérience d'Assilah pourrait s'étendre et constituer une expérience pilote, démontrant ainsi le bien-fondé de la priorité accordée à la culture sur le développement, mais aussi leur interdépendance et leur simultanéité, que traduit une expression plus politique : « il y a entre eux une relation dialectique ».

J'ai souligné dans cet article l'expérience des peintures murales. Nous savons qu'elle prend place parmi de nombreuses autres accueillies par Assilah et son Moussem culturel, qui ont eu, elles aussi, leurs effets et retombées sur des générations de jeunes et de grands parmi les habitants de la ville. Nous savons aussi « la contagion » qui a touché d'autres endroits par la médiation de ceux qui se sont rendus aux Moussems d'été d'Assilah.

Sans m'attarder à dénombrer les difficultés auxquelles nous fûmes confrontés, ni mettre en exergue les réalisations qui nous ont comblé de joie et nous ont fait oublier les peines des petits combats, je voudrais finir par ce que je considère comme les conclusions de l'expérience d'Assilah, dont pourrait s'inspirer celui qui voudrait ou non les appliquer à la lettre.

La première de ces conclusions porte sur l'apport du haut patronage royal dont a bénéficié le projet Assilah « la culture en faveur du développement ». Sa Majesté Mohammed VI, que Dieu L'assiste, a été le premier visiteur du Moussem culturel international d'Assilah en 1978 en tant que Prince Héritier. Cette sollicitude et ce soutien sont restés ininterrompus du temps de feu Sa Majesté le Roi Hassan II, et se prolongent avec le règne de son successeur, Sa Majesté le Roi Mohammed VI, qui a toujours largement comblé de Sa générosité et de Ses encouragements ce processus culturel et créateur international.

Ce projet est né avec la vague d'ouverture démocratique après la glorieuse marche verte, l'annonce de la décentralisation dans les affaires communales et l'instauration de pratiques démocratiques à travers les institutions.



Concert du Mac Tenor Band

Le Maroc bouillonnait de vitalité entre alliés et détracteurs. La manifestation d'Assilah est venue pour proposer un nouveau style de pratiques culturelles fondées sur l'ouverture à l'autre, la prise en compte d'avis opposés et l'utilisation de l'acte culturel dans l'action de développement associatif. Nous avons invité dès le départ les différentes catégories de l'élite à la participation aux chantiers d'arts plastiques et aux forums, sans distinction d'appartenance politique, idéologique ou religieuse. Ce comportement était novateur dans l'espace culturel marocain de la fin des années 70.

La deuxième conclusion consiste en la mise en valeur des capacités de la ville et de ses habitants dans les médias, sur le plan national et international, en poussant l'administration à accorder son attention aux infrastructures de base de la ville (en l'occurrence l'édification d'un nouveau port de pêche), à garantir l'eau et l'électricité aux habitants, à restaurer des monuments historiques, à entretenir les routes et les espaces verts. Tout cela a boosté l'activité commerciale dans la ville et ouvert des perspectives touristiques aux échelons national et international, mais aussi généré des recettes pour les commerçants, les agences de voyage, les restaurants et cafés ainsi que le reste des services, particulièrement l'hébergement pour les visiteurs. Par la suite les Zaïlachs ont investi dans la construction des



L'ensemble Madeeh wa Samaa



Waad Bouhssoune et Leila El Kouchi en spectacle

hôtels, la restauration de leurs demeures pour se préparer à recevoir les visiteurs qui se rendent à Assilah chaque été.

La troisième conclusion sur laquelle je voudrais insister est que le développement utile est celui qui est mesuré en termes de qualité et non seulement en termes de quantité. Les réalisations matérielles n'ont pas d'importance si les gens ne sont pas convaincus de leur intérêt et de la nécessité de les entretenir et de les sauvegarder. Dans ce cadre, les expériences de développement dans un certain nombre de pays du tiers monde nous renseignent sur les causes de l'échec ou, de façon plus édulcorée, de leur incapacité à réaliser les objectifs qui leur sont tracés.

Je ne trouve d'autre cause à l'issue du développement dans ces sociétés, sauf à rappeler qu'elles ont peut être mis en avant exagérément l'approche technocratique et accordé un intérêt absolu aux infrastructures matérielles de base, considérant qu'elles constituent, de leur point de vue, la clé du développement, son soutien et son pilier, au détriment du facteur culturel et des capacités morales des hommes, de leur participation et de leur système de valeurs. Le développement durable, de notre point de vue, doit être équilibré entre le développement de l'homme et le développement de son environnement, pour garantir la

sauvegarde des acquis à travers le souci de la citoyenne et du citoyen à l'entretenir et le promouvoir. L'Initiative Nationale pour le Développement Humain, fruit du génie de Sa Majesté le Roi, que Dieu Le protège, est venue pour mettre l'homme au centre de tous les choix de développement adoptés par les Hautes Orientations Royales.

Il n'a jamais effleuré l'esprit des responsables du projet culturel d'Assilah, que celui-ci est transposable dans un autre environnement. Le projet a été conçu en fonction des problèmes de la ville, de ses soucis et de ses attentes en une période déterminée. C'est pourquoi, lorsque nous sommes sollicités, nous nous contentons de décrire ce que nous faisons et nous sommes heureux que d'autres projets nous aient emboîté le pas.

Il peut sembler que nous ayons gagné une partie du pari, à ce que nous ont dit et répété les nombreux amis d'Assilah, à l'intérieur comme à l'extérieur, et à ce qu'ils ont écrit ou dit dans différentes tribunes.

C'est pour nous, de toutes les manières, une obligation que de rendre hommage à ceux qui nous ont soutenu et encouragé. Qu'ils en soient remerciés.

(1) Les artistes ayant participé à la réalisation des peintures murales de l'ancienne ville (avril 1978) sont Mohammed Melihi, Farid Belkahia, Mohammed Kacimi, Abderrahman Rahoul, Miloud Abied, Abdallah Hariri, Saad Hassani, Hossein Miloudi, Mohammed Chabaa, Mohammed Lahmidi et Moussa Zekni.



PATRIMOINE CULTUREL ET DÉVELOPPEMENT DU TOURISME Le cas du tourisme spirituel

Faouzi SKALI

Fondateur du Festival des Musiques Sacrées et Soufies de Fès

Redonner des vies, présentes et futures, aux expressions des cultures venues du passé, créer des cadres et des contextes appropriés pour les épanouir et en offrir le bonheur de la (re)découverte, telles sont quelques unes des démarches auxquelles s'est exercé l'auteur en traduisant sur le terrain un imaginaire fécond mis au service d'une solide connaissance des cultures du Maroc.

Sous cet angle, l'Oriental est un vivier, un humus autant qu'un terreau fondateur : que cent fleurs s'épanouissent ! Plus prosaïquement, une offre culturelle régionale d'aujourd'hui reste encore à inventer.

Le patrimoine culturel et sa capacité de mise en valeur, associée à une communication efficace et intelligente, constituent des atouts majeurs pour le développement d'un tourisme culturel durable. Celui-ci peut présenter alors le double avantage de préserver les ressources d'une mémoire et d'un imaginaire collectifs, mais aussi de susciter une rentabilité économique significative. Non seulement, bien sûr, par des retombées directes, mais aussi par la valorisation de l'image qui s'attache désormais à toute une Région et qui peut devenir la fenêtre d'entrée d'un intérêt plus général au delà du secteur du tourisme proprement dit.

Mais, pour arriver à un tel résultat, il faut avoir une vision et une approche d'ensemble qui manquent souvent cruellement ; les administrations, les

autorités et les métiers concernés étant souvent dispersés, sans liens et coordination véritables. Certes, on a bien essayé de créer, au niveau des Régions, une coordination d'ensemble, mais elle reste bien plus administrative et théorique que réellement efficace. C'est précisément là me semble-t-il qu'il s'avère déjà nécessaire d'introduire un nouvel outil-concept, celui de l'intelligence, ou plus simplement, de l'entreprise culturelle.

Une instance non bureaucratique, fonctionnant de préférence comme un opérateur privé, en pleine intelligence avec l'ensemble des acteurs d'une Région, doit, si elle en a la compétence, pouvoir apporter cette vision de synthèse et cette capacité d'action, de gestion et de communication, qui vont permettre de diffuser et de crédibiliser une image sur la durée (qui reflète évidemment une réalité tangible, construite sur le terrain).

L'approche est ici stratégique et sa force, y compris celle de son impact auprès d'un large public, national et international, réside dans sa capacité à construire une cohérence, à tisser des liens entre différentes productions culturelles.

La construction d'un tourisme culturel durable doit également avoir la pré-



La musique, un ferment du tourisme culturel



La musique andalouse, nourriture spirituelle d'un imaginaire patrimonial

occupation de ne pas tomber dans l'écueil de l'instrumentalisation du patrimoine culturel dans le seul but d'une rentabilité économique à court terme, compromettant par là même la crédibilité et la durabilité d'un tel projet. L'économie doit être ici au service de la culture et non l'inverse. Et c'est paradoxalement ce qui préserve le réel intérêt économique de cette forme de tourisme, qui s'installe d'une manière durable et prend une valeur croissante dans le temps.

Un patrimoine matériel, préservé et valorisé peut reconstruire une mémoire, mais l'utilisation orchestrée des arts vivants, patrimoines dits immatériels, doit raconter, telle Shéhérazade, une histoire à épisodes et rebondissements, sorte de « story telling » au niveau d'une Région, dont le but premier est de surprendre par le dynamisme d'une créativité sans cesse renouvelée.

Le tourisme spirituel est un exemple tout à fait emblématique de cette possibilité d'association entre patrimoines matériel et symbolique pour faire revivre et nourrir l'imaginaire historique et culturel de toute une Région. Allier racines et projections dans l'avenir, donner le sens d'une épopée collective et partagée entre générations. C'est évidemment un travail de longue haleine et, dans chaque Région du Royaume, les exemples d'une histoire spirituelle collective ne manquent pas. D'autant qu'il ne s'agit pas là seulement de

spiritualité, mais aussi d'histoire culturelle, politique et sociale, aussi récente que lointaine, se confondant parfois avec les mythes et les légendes populaires.

Une entreprise culturelle aura pour but de contextualiser des récits, de créer des parcours, de faire redécouvrir des patrimoines littéraires, poétiques, artistiques. De créer - pourquoi pas ? - de nouvelles formes de pèlerinage, comme par exemple, dans l'Oriental, autour du sanctuaire de Sidi Yahya

qui, fait exceptionnel, est considéré comme un personnage de sainteté par les trois communautés abrahamiques du Maroc, musulmane, juive et chrétienne.

Mais l'histoire récente de cette Région est aussi marquée par ces personnages charismatiques - tel El Mokhtar Boutchich - qui ont su défendre leur pays tout en restant fidèles à une belle tradition d'universalité et d'humanité. Plusieurs sanctuaires sont, dans le même esprit, reliés aux montagnes des Beni Snassen, dont le travail d'entreprise culturelle consistera à revaloriser par des créations événementielles, une histoire qui peut avoir un sens pour un public venu de là et d'ailleurs.

Il ne s'agit que de quelques graines jetées au hasard. Mais toute entreprise culturelle commence par là. Les anciens avaient une capacité remarquable à transmettre des histoires. Les générations nouvelles doivent réinventer d'autres moyens et trouver de nouvelles formes pour les raconter, et bien évidemment, au-delà des cercles traditionnels habituels, les partager.



De nouveaux moyens pour raconter le patrimoine d'aujourd'hui



TOURISME DURABLE ET DÉVELOPPEMENT CULTUREL RÉGIONAL Nouveaux métiers, nouveaux projets

Jean-Philippe MOUSNIER
Sociologue

Expert en intelligence économique et en développement durable

A en croire l'auteur, il n'y aura bientôt plus de tourisme que durable. Au delà de l'éthique, le sociologue rappelle qu'un projet touristique est aussi (d'abord ?) un investissement, qui se conçoit dans la durée et intégré à une stratégie globale de développement, où l'intérêt général trouve son bénéfice. Ceci justifie le soutien des pouvoirs publics qui contribuent ainsi à sa faisabilité comme à sa rentabilité. Ces liens garantissent donc logiquement le caractère durable et redistributif. L'Oriental en sera-t-elle le modèle ?

La part de la culture dans le développement régional est croissante. L'importance du tourisme international dans les échanges économiques oblige les décideurs régionaux, publics comme privés, à regarder de très près toute la richesse potentielle du patrimoine local pour mieux le valoriser, l'entretenir, l'ouvrir à de nouveaux publics.

Le tourisme dépassera le pétrole, en richesse produite, dès 2015 ⁽¹⁾, et les destinations touristiques se lancent dès aujourd'hui dans une concurrence acharnée pour « capter » et « fidéliser » les visiteurs. Simultanément, experts ⁽²⁾ et observateurs engagés dans l'action touristique commencent à tirer le signal d'alarme : le tourisme de demain risque de ne plus ressembler à celui d'hier et, à côté du tourisme de masse bien connu (dépasser le million de visiteurs reste la clef pour entrer dans le « club » des destinations internationales reconnues, donc recherchées en priorité), apparaît une demande de plus en plus forte de

tourisme culturel, durable, éthique, naturel, centrée sur deux thèmes : nature et culture. Plus de touristes qui dépensent moins, ou moins de touristes qui dépensent plus : le choix entre le modèle de Marrakech et celui de Fès, ou une troisième voie qui serait celle de l'Oriental !

Si une certaine confusion demeure sur ces appellations un peu trop faciles et sur ce qu'elles recouvrent vraiment, leur croissance est claire ⁽³⁾ : aujourd'hui près de 15% de la demande et 40% dans cinq ans ! La question se pose donc des grands choix de développement touristique pour les 10 ans à venir. La Région met-elle sa priorité et ses budgets sur le seul développement du tourisme de masse, ou cherche-t-elle, tout en développant les équipements et infrastructures répondant aux besoins du tourisme populaire ⁽⁴⁾ (station balnéaire, hébergement intermédiaire, activités sportives et festives,...) à se positionner dès maintenant sur le second segment, celui du tourisme culturel durable ? Il faut cesser

d'opposer ces deux grandes familles de tourisme et chercher plutôt à les faire cohabiter sur un même site, un même lieu.

La Région de l'Oriental est une extraordinaire vitrine de toute cette réflexion stratégique sur les choix de développement touristiques régionaux. Les trois caractéristiques de l'Oriental sont claires :

- retard des équipements et infrastructures permettant d'accueillir un nombre élevé de touristes ;
- extraordinaire diversité et richesse patrimoniale d'une des plus belles régions du Maroc (plages méditerranéennes de Saïdia, oasis irriguées de Figuig produisant les plus belles dattes Aziza, montagnes majestueuses de Beni Snassen, végétation luxuriante des plateaux de la Moulouya, mines industrielles de Zellidja, sites archéologiques du bassin de Ksabi ou de l'oued d'Isly, sans oublier les casbah et médina chargées d'histoire, la musique gharnatie, les traditions orales du conte et du chant,...) ;

- l'importance des priorités définies par Sa Majesté le Roi, que Dieu Le protège, pour rattraper en cinq ans le retard accumulé et faire de ce chantier un des plus grands défis du Royaume.

Le défi, mais aussi la chance de l'Oriental, c'est justement d'être le laboratoire des grandes régions touristiques méditerranéennes pour affiner ce nouveau modèle 2020. L'Oriental peut maintenant prendre une place de leader sur cette nouvelle stratégie de juxtaposition de deux demandes spécifiques clairement différenciées, mais à mettre en cohérence :

- attirer un million de touristes marocains, MRE et internationaux, principalement d'Espagne, de France et d'Italie, mais aussi de Chine ou d'Argentine, pour assurer le rayonnement de la Région et rentabiliser tous les investissements ;
- simultanément, se positionner comme une Région pilote en matière de tourisme culturel durable, pour préparer la mutation de demain et mieux valoriser la totalité de sa richesse patrimoniale.

Dans cette stratégie, les industries culturelles deviennent des acteurs essentiels. Le développement des investissements culturels doit suivre le rythme effréné des investissements dans les équipements et infrastructures destinés au tourisme de masse. Cela veut dire rendre le culturel rentable et redonner à l'économie sa dimension culturelle et artistique. Un musée peut avoir la même rentabilité qu'un hôtel 5 étoiles ⁽⁵⁾. Souvent, c'est la dimension culturelle qui fera la différence entre deux sites touristiques ! La culture devient un symbole régional ou national pour le Maroc et permet enfin de mettre en valeur l'ensemble du patrimoine. Le champ des industries culturelles est immense et touche, à travers les festivals, les musées, les circuits, les expositions, le logement chez l'habitant, les échanges interculturels, l'artisanat, le commerce de proximité, les supports imprimés et numériques, des domaines aussi différents que :

- le patrimoine bâti (maisons, musée, monuments, friches industrielles...);
- l'histoire (enseignement, archéologie, bibliothèque,...);

- les sciences et techniques (artisanat, métiers d'art, ingénierie,...);
- le tourisme (transport, capacité hôtelière, animation,...);
- la tradition (contes, chants, danses...);
- l'art contemporain (galeries, salles des ventes, fondations, musées,...);
- le patrimoine immatériel (identité, mémoire, droit d'auteur, internet,...).

Ce sont ces industries culturelles qui accompagnent et rendent possible cette mutation profonde de la société civile



Nouveaux projets, parfums d'antan

marocaine, rendant compatibles tradition et modernité et définissent les meilleurs niveaux de rapprochement entre une logique purement économique (rentabilité, investissement, profit,...) et une logique intégrant une dimension culturelle (sens, valeur, rareté, transmission,...).

L'expérience des pays du bassin méditerranéen les plus anciens montre aujourd'hui qu'un grand site touristique (musée, monument, médina, plage, nature,..) doit savoir attirer et fidéliser trois publics différents pour assurer sa notoriété et son équilibre économique ⁽⁶⁾ :

- une population locale de proximité qui s'appropriera le site, en fera la publicité directe, et saura orienter tous les visiteurs (ce bouche-à-oreille est le complément indispensable du marketing et donne même lieu à des formations / informations des relais d'opinion locaux, jeunes, taxis, commerçants, femmes...);
- une population nationale venue de tout le pays pour voir et montrer «sa» Région, ou la station la plus récente, la plus moderne, la plus accueillante, fière de ce site mettant en valeur le dynamisme de son pays, où elle revient pour la montrer aux enfants, aux amis, et transmettre les valeurs ou les images reçues ;
- des visiteurs internationaux attirés par le caractère exceptionnel du site, des collections rassemblées, de l'architecture, de la beauté du paysage, de la qualité de l'eau, de la gentillesse de la population... qui fait la réputation internationale et permet au site d'entrer dans ce club très fermé des «destinations touristiques internationales recherchées en priorité».

Les seuils correspondant à ces trois niveaux de publics diffèrent d'un projet à l'autre, mais le niveau international commence à partir d'un million de personnes dans l'année. Le troisième niveau renouvelle et alimente les deux premiers : on vient ici parce que « les autres » y viennent !

Il faut faire très attention quant à cette population internationale de plus en plus convoitée, choyée, à l'apparition de labels ⁽⁷⁾ qui ont pour but de l'aider à faire son choix parmi toutes les destinations de même nature ; ces labels suivent l'évolution des demandes, des attentes et même des besoins non encore formulés pour « mettre aux normes internationales » les multiples offres existantes ou à venir. Certains labels commencent à prendre de l'importance et risquent fort de devenir incontournables : ICOMOS, France Tourisme, Mohonk Agreement, Murartmuseum ⁽⁸⁾, Critères Mondiaux du Tourisme Durable, Equalto ⁽⁹⁾, Label Bleu. Nous présentons en encadré deux grilles de critères pour montrer l'écart entre l'exigence de ces labels et la pratique actuelle du terrain !

L'obligation des industries culturelles est aujourd'hui de prendre en compte ces labels encore naissants pour les intégrer

dans leur cahier des charges et faire en sorte que leur projet y réponde pour demain. Ces labels touchent toutes les dimensions du projet : la qualité du sable, la transparence de l'eau, la pureté de l'air, l'hygiène des plats, le sourire et la qualité du service, la satisfaction de l'utilisateur et le suivi des réclamations...

Les destinations (balnéaires, culturelles ou urbaines) qui n'auraient pas intégré certains critères dans leur développement risquent d'être très vite disqualifiées et marginalisées. Or, ces labels intègrent tous de façon plus ou moins différenciée trois exigences majeures de qualité : l'excellence, l'attractivité, la durabilité, autour desquelles ils sont organisés. Ils peuvent servir de cahier des charges et de plan d'action pour nombre de projets existants ou à venir.



Un produit, une culture, un marché

Tous ces labels décrivent le besoin de mieux intégrer dans un même site, un même projet ou un même territoire, le culturel et l'économique ; l'économique a besoin de la dimension culturelle internationale pour se développer, et la culture peut tout à fait devenir rentable sans se prostituer. Certains labels, plus proches du développement durable (ou du commerce équitable) ⁽¹⁰⁾ vont plus loin et interpellent les sites ou les projets sur leur impact économique et social réel, non pour le promoteur mais pour la population locale ⁽¹¹⁾. Comment sont redistribuées les richesses créées ?

Combien d'emplois de proximité créés ou pérennisés, de micro-entreprises solidaires, de réseaux de sous-traitants ou de fournisseurs créés ?

Synthèse de la Charte LABEL FRANCE TOURISME : Engagement pour la Qualité

Qualité d'information et de communication

Toute action pour promouvoir la structure, et offrir au client potentiel un premier contact convivial, rassurant et attractif.

- Promotion organisée
- Utiliser la communication et celle des organismes institutionnels locaux.
- Présence actualisée sur Internet
- Site propre ou présence sur site partagé.
- Informations à jour, notamment sur la région et les alentours.

- Accueil téléphonique compétent
- Information téléphonique précise
- Répondeur en cas d'absence

Le message d'accueil est clair, précis, informe des horaires d'ouverture et renvoie le cas échéant au site Internet.

- Envoi personnalisé d'information
- Tout courrier ou courriel, est clair précis, rapide s'il vient en réponse à une demande. Joindre lettre d'accompagnement, avec coordonnées complètes.

Qualité d'accueil

Le client est reçu par un personnel formé et compétent, à son écoute.

- Affichage des horaires d'ouverture, de manière visible, propre et lisible.
- Espace d'accueil intérieur, avec informations utiles actualisées, y figurant de façon lisible et visible.
- Documentation touristique régionale
- Accueil personnalisé

L'accueil doit être aimable, courtois, avec les formules de politesse adaptées, à l'arrivée comme au départ. La facturation sera claire et précise.

- Personnel d'accueil compétent
- Présentation soignée. Ce personnel doit être disponible, attentif, qualifié.
- Prise en compte de la satisfaction
- Support à disposition du client pour inscrire son niveau de satisfaction.

Qualité de l'environnement

Les abords et l'extérieur doivent donner une bonne image, mettre en confiance le client et le conforter dans son choix.

- Signalétique adaptée
- Facilité d'accès à l'établissement
- Stationnement organisé, avec parking, ou bien des informations sur les possibilités de stationnement.
- Bon aspect extérieur des locaux
- Entretien des abords immédiats, propres et bien tenus, si possible arborés, suffisamment éclairés et sécurisés.
- Aire de repos extérieure.

Qualité des prestations

S'organiser pour le bien-être du client et rester attentif à ses attentes.

- Locaux accueillants et confortables
 - Lieux d'accueil harmonieux
- Tout espace de vente doit être attractif, propre et ordonné, produits bien présentés et prix visiblement affichés. La présentation doit être soignée.
- Vente ou réservation assistée
- Optimiser les temps d'attente. Renseigner, conseiller et répondre au client de façon aimable, précise et complète, et parler au moins une langue étrangère.

- Toilettes accessibles
 - Hébergement confortable et restauration soignée
 - Valorisation des ressources locales et fidélisation du client
- Promouvoir la ville et ses environs, inciter le client à la découverte, voire à revenir. Proposer des prestations annexes (vente par correspondance, informations sur la présence dans un salon, réduction chez des prestataires partenaires, carte de fidélité...).

PREMIERS CRITÈRES MONDIAUX DU TOURISME DURABLE

Des normes volontaires aident à répondre à la demande des consommateurs pour des produits et services qui auront un impact positif sur les communautés et l'environnement.

Le 6/10/2008 (Barcelone, Espagne) : Ted Turner, président et fondateur de la Fondation des Nations Unies, annonce les tout premiers critères mondiaux de tourisme durable. Les nouveaux critères ont été élaborés pour offrir un cadre commun permettant de guider la pratique émergente du tourisme durable et pour aider les entreprises, consommateurs, ONG et établissements d'enseignement, à s'assurer que le tourisme favorise les communautés locales et l'environnement, plutôt que de les endommager.

« N'entame pas le capital, utilise uniquement les intérêts qu'il te rapporte », a expliqué M. Turner. « Hélas, jusqu'à présent, le secteur du tourisme et les touristes n'avaient pas de cadre commun leur permettant de savoir s'ils respectaient cette maxime. Mais les Critères mondiaux de tourisme durable (CMTD) vont changer cela. Il s'agit d'une initiative où tout le monde est gagnant : bonne pour l'environnement et bonne pour le secteur mondial du tourisme. »

« Le tourisme est l'un des secteurs qui affiche une forte croissance et un puissant contributeur au développement durable et à la réduction de la pauvreté », a indiqué Francesco Frangialli, secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies. « Plus de 900 millions de touristes internationaux ont voyagé l'année dernière et l'OMTNU prévoit 1,6 milliard de touristes d'ici l'année 2020. Afin de minimiser les répercussions négatives de cette croissance, la durabilité devrait s'imposer comme un impératif pour toutes les parties prenantes au tourisme. »

Plus de 4 500 critères ont été analysés et

plus de 80 000 personnes, notamment des défenseurs de l'environnement, des leaders du secteur, des autorités gouvernementales et des organismes des Nations Unies, ont été invitées à les critères sélectionnés.

« Les consommateurs méritent qu'on leur propose des normes généralement acceptées qui permettront une certification authentique des pratiques durables des hôtels et des stations touristiques, mais aussi des entreprises de tourisme. Ils permettront aux touristes d'être confiants pour véritablement soutenir les initiatives écologiques et respecter l'environnement. Ils aideront également les entreprises d'avant-garde qui méritent d'être reconnues parce qu'elles ont pris les devants et pensent à l'avenir. »

Les critères se concentrent sur quatre axes en raison de leur rôle crucial :

- optimiser les avantages socio-économiques pour les communautés locales ;
- réduire les impacts négatifs sur le patrimoine culturel ;
- réduire le préjudice que subissent les environnements locaux ;
- enfin, planifier la durabilité.

Le Partenariat CMTD développe des supports éducatifs et des outils techniques afin d'épauler hôtels et tour-opérateurs dans la mise en œuvre des critères.

« L'initiative vise à mettre le secteur sur le chemin d'un tourisme véritablement durable, un chemin qui se fait l'écho du défi de notre temps : la promotion et la fédération d'une économie mondiale écologique qui prospère sur les intérêts plutôt que sur le capital de nos actifs naturels », a conclu Achim Steiner, secrétaire général adjoint des Nations Unies et directeur exécutif du Programme des Nations Unies pour l'Environnement.

Source : www.sustainabletourismcriteria.org

Quels effets sur la pauvreté, l'éducation, l'accès aux soins, des populations locales les plus fragiles, et comment intégrer cette dimension vitale dans l'économie du projet ?

Un projet touristique culturel durable peut-il enclencher, dans la ligne de l'Observatoire National du Développement Humain ⁽¹²⁾, une dynamique vertueuse qui fasse interagir la satisfaction du touriste, son éveil, son envie de partager, donner et recevoir, avec le niveau de vie de la population locale la plus démunie, la plus fragile, la plus éloignée. Certains pays mettent en place un véritable observatoire régional qui informe les autorités et les acteurs économiques des effets réels d'un projet touristique ou culturel.



Un renouveau du commerce local

Le critère de durabilité permet enfin de poser un regard global sur le développement régional intégré et de changer certains jugements trop rapides sur la non compatibilité des deux perspectives : un beau projet culturel peut et doit être rentable, mais aussi équitable et éducatif.

On mesure l'importance du travail des industries culturelles et la complémentarité des métiers artistiques qu'elles mobilisent sur chaque projet important. Ces métiers de l'intelligence culturelle, de l'ingénierie culturelle, s'articulent autour de trois grandes familles :

- la création culturelle, à composante artistique ou patrimoniale ;
- la valorisation culturelle, à composante économique et marketing ;
- la médiation culturelle, à composante sociologique et sociale.

> Éclairages

L'industrie culturelle apparaît alors comme une chaîne de valeurs, un processus continu de création de valeur, de l'idée de l'artiste ou du conservateur, jusqu'à la réputation de la ville qui a su développer un musée ou un tourisme rayonnant sur la population locale. Tous les métiers, les savoirs et les expériences prennent leur place et contribuent à cette chaîne de création de richesse ; il faut redéfinir l'inventaire (pas seulement actuel) du patrimoine régional pour lui permettre d'englober toutes les sources de création de valeur. Cela veut dire qu'un projet artistique, touristique ou culturel, a un cycle de vie comme tout projet industriel, qui implique que l'on s'intéresse dès la conception (selon les principes directeurs des normes ISO 9000 ou du modèle EFQM) à l'ensemble de ce cycle :

- conception ;
- réalisation ;
- mise en œuvre ;
- vieillissement ;
- évolution-modernisation ;
- puis retrait (ou recyclage).

La prise en compte de ce cycle, et en particulier la phase essentielle de l'accompagnement et de l'anticipation du vieillissement, reste étrangère à la réflexion touristique et culturelle actuelle. Pourtant, c'est elle qui donne au projet sa réalité économique et sociale, sa durabilité ; ce sera demain le premier critère des fonds d'investissement et des banques pour investir dans un projet (au même titre que l'Investissement Socialement Responsable et son pendant, la notation sociétale des entreprises privées cotées !).

La rentabilité du projet repose sur sa durabilité, qui résulte en grande partie de l'« éco-conception » de son cycle de vie. Les décideurs régionaux y sont de plus en plus sensibles, mais reste à trouver et former les experts capables de travailler sur cette dimension nouvelle avec les porteurs de projets ⁽¹³⁾.

Edgar Morin, au Festival de la culture soufie à Fès, en avril dernier, rappelait dans les murs du Musée Batha ⁽¹⁴⁾ :

« les crises et ruptures de la société actuelle remettent en tout premier plan le concept de modernité, ... ce concept

nous oblige à penser autrement les modèles économiques et sociaux sur lesquels nous avons construits ces 50 dernières années... demain, et aujourd'hui déjà l'économique et le social s'interpénètrent et des progrès techniquement extraordinaires mais rendus socialement inacceptables ne verront plus le jour, sous peur de révoltes et de révolutions... »

Sur un plan très opérationnel, il est possible de résumer cette évolution des métiers et des projets de l'industrie culturelle en redéfinissant le contenu des études d'impact qui devraient prendre de plus en plus d'importance et devenir l'une des pièces maîtresses de la prise de décision politique ou industrielle. Les architectes et les environnementalistes ont tout de suite saisi l'intérêt d'inclure l'étude d'impact dans



la phase de conception de tout projet important. Le tourisme doit faire de même et investir sur des formations sérieuses à ces nouvelles méthodologies. Dans sa définition la mieux formalisée, l'étude d'impact permet d'esquisser la vision globale du projet sur 5 et 10 ans en étudiant tour à tour cinq dimensions-clefs :

- les modifications que la mise en œuvre du projet (musée en ville, station balnéaire, festival, salle des ventes ou galerie d'art contemporain, souk artisanal, parc d'attraction, site archéologique,...) va opérer sur l'organisation sociale, économique et environnementale de la Région, sur son histoire, sur sa réputation ;
- le niveau et le mode de participation de la population locale, des autorités et des

élus, à chaque phase du projet (préparation, conception, mise en œuvre, accompagnement...) et à son fonctionnement ;

- le mode et le niveau de répartition des retombées économiques du projet sur les différents acteurs publics et privés, étrangers ou nationaux, sur la création de valeurs ;
- l'impact du projet sur le rayonnement artistique et culturel international ou national de la ville ou de la Région, sa notoriété, son image ;
- l'impact réel du projet, à 5 et 10 ans, sur le développement global des équipements et du tissu urbain, sur les migrations, sur la redistribution des richesses créées pour de la Région, l'anticipation des crises ou des déséquilibres prévisibles et les scénarii de correction des injustices les plus flagrantes.

Tel est le défi que le progrès lance à la Région de l'Oriental, tel est le périmètre du cadre dans lequel les industries culturelles doivent agir pour apporter une réponse globale et ambitieuse aux attentes du tourisme international de demain. Ceci suppose un immense programme de formation, d'accompagnement et de certification. Mais la durabilité des premiers succès obtenus sera le meilleur argument pour convaincre les décideurs encore hésitants. Je suis persuadé que l'Oriental deviendra, dans les deux ans, le laboratoire du tourisme international culturel et durable de demain...

(1) www.cctd.eu/La-connaissance/Ressource-en-ligne/Articles/Le-tourisme-durable

(2) www.pub.world-tourism.org:81/epages/Store.sf/?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1384/SubProducts/1384-1

(3) www.sustainabletourismcriteria.org

(4) www.tourismesolidaire.org/fr/letourismeequitabileetsolidaire/lesdefinitions.html

(5) www.murartmuseum.com

(6) [www.unat.asso.fr/Media/Agenda%2021%20et%20tourisme%20durable\(1\).pdf](http://www.unat.asso.fr/Media/Agenda%2021%20et%20tourisme%20durable(1).pdf)

(7) www.unwto.org/ethics/principles/en/principles.php?subop=3

(8) www.murartmuseum.com

(9) www.cctd.eu/Outils/EQUALTO

(10) www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=188

(11) www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_update_april_en_excerpt.pdf

(12) www.ondh.ma

(13) www.jpמושnier.eu

(14) www.festivalculturesoufie

Critères mondiaux du tourisme durable

Les critères globaux permettent une compréhension commune du tourisme durable et sont le minimum que tout business touristique devrait aspirer à atteindre. Ils reflètent quatre priorités :

- planifier efficacement la durabilité ;
- maximiser les avantages pour les communautés locales ;
- valoriser le patrimoine culturel ;
- réduire les effets sur l'environnement.

Les critères sont une part de la réponse aux défis globaux du programme des Nations Unies «Objectifs de développement du Millénaire». La réduction de la pauvreté et la durabilité de l'environnement sont les principales questions transversales abordées. Dès 2007, une coalition de 27 organisations - Le Partenariat Mondial pour les Critères du Tourisme Durable - s'est réunie pour élaborer des critères, afin de :

- servir de feuille de route pour les entreprises et les encourager à choisir les vrais programmes de tourisme durable ;
- aider les agences de voyage à choisir les programmes de tourisme durable ;
- aider les consommateurs à identifier les offres du tourisme durable ;
- fonder l'information des médias ;
- aider à la certification ;
- constituer un socle de départ ;
- orienter les organismes de formation.

A- Démontrer l'efficacité d'un management durable

- L'entreprise a un système de management de la durabilité à long terme.
- L'entreprise agit en conformité avec toutes les lois et règlements en vigueur.
- Le personnel reçoit une formation sur les pratiques environnementales, socio-culturelles, de santé et de sécurité.
- Satisfaction du client évaluée et mesures correctives prises, si nécessaire.
- Outils promotionnels exacts et complets.
- Conception / réalisation de bâtiments et infrastructures :
 - respecter les exigences des zones protégées et le patrimoine naturel et culturel, ainsi que les droits fonciers ;

- utiliser des principes localement appropriés de construction durable ;
- assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux.

Informations sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel, et explication du comportement approprié lors des visites de zones naturelles et des sites culturels.

B- Maximiser les avantages pour la communauté locale et minimiser les impacts négatifs

- Soutien actif au développement social et l'infrastructure communautaire, (dont éducation, santé et assainissement).
- Des résidents locaux sont employés, y compris aux postes de direction. Une formation est offerte selon les besoins.
- Des biens et services locaux issus du commerce équitable sont achetés.
- Soutien aux produits de petits entrepreneurs locaux, basés sur la nature et la culture locale (nourriture et boissons, artisanat, arts vivants, produits agricoles).
- Code de conduite pour les activités menées dans les communautés autochtones et locales, élaboré avec elles.
- Lutte contre l'exploitation commerciale (dont enfants et adolescents).
- Recrutement équitable des femmes et des minorités locales, notamment aux postes de direction.
- Protection juridique des salariés et employés payés au salaire minimum.
- Les activités ne remettent pas en cause la fourniture des services de base pour les communautés voisines.

C- Maximiser les avantages pour le patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

- Code comportemental pour visiter les sites culturellement ou historiquement sensibles, réduisant les impacts négatifs.
- Objets historiques et archéologiques non vendus, échangés ou affichés, hors conditions légales.
- L'entreprise contribue à protéger les biens et sites culturels locaux, et préserve l'accès pour les résidents locaux.
- Utilisation du patrimoine culturel en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales.

D- Maximiser les avantages pour l'environnement et minimiser les impacts négatifs

- Conservation des ressources :
 - politique d'achat favorable aux produits respectueux de l'environnement ;
 - achat limité de consommables et produits jetables, et recherche d'alternatives ;
 - consommation d'énergie limitée, sources indiquées, mesures visant à réduire la consommation adoptées, énergies renouvelables savorisées ;
 - consommation d'eau limitée, sources indiquées, et mesures restrictives adoptées.
- Réduction de la pollution :
 - émissions de gaz à effet de serre mesurées, réduites ou compensées ;
 - eaux usées traitées de manière efficace et réutilisées si possible ;
 - plan de gestion des déchets, avec objectifs quantitatifs pour réduire les déchets non réutilisés ou recyclés ;
 - utilisation de substances dangereuses minimisée et tous les produits chimiques utilisés correctement manipulés ;
 - pollution réduite (bruit, lumière, ruissellement, érosion, composés détruisant la couche d'ozone, et autres contaminants) ;
- Conservation de la biodiversité, des écosystèmes et des paysages :
 - les espèces sauvages sont uniquement récoltées dans la nature, consommées, affichées, vendues, ou échangées dans le cadre d'une activité réglementée qui veille à leur exploitation durable ;
 - aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont gardés uniquement par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et en prendre soin ;
 - l'entreprise utilise des espèces locales pour l'aménagement paysager et rejette les espèces exotiques invasives ;
 - l'entreprise soutient la biodiversité, notamment les aires naturelles protégées et les zones de haute biodiversité ;
 - la faune ne doit pas subir d'effets négatifs et toute perturbation des écosystèmes naturels génère une remise en état ou bien une mesure compensatoire.

Source : www.sustainabletourismcriter
(Traduction non officielle par mpcom)



CULTURE ET DÉVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES Cas du Centre Cinématographique Marocain

Nour-Eddine SAÏL
Directeur Général du Centre Cinématographique Marocain

L'homme incarne l'évolution moderne du cinéma marocain. Par les responsabilités assumées, la longévité de son action, son influence personnelle sur les milieux professionnels autant que sur les parties prenantes des évolutions les plus décisives, l'auteur explicite le rôle multidimensionnel du CCM. Au départ sorte de tirelire automatique de co-production, le CCM va rapidement, et par évolutions successives, devenir un véritable outil de politique culturelle, mais aussi économique comme moteur et même co-pilote du développement du secteur.

Depuis quelques temps déjà, le cinéma est la matière principale de l'actualité non seulement artistique mais également sociale, culturelle et politique. Des films sortis début 2009 suscitent des polémiques, drainent les foules dans les salles et font réagir y compris dans l'enceinte parlementaire.

Le cinéma s'épanouit et montre un nouveau visage en termes de production mais aussi en termes de renouvellement de génération avec l'arrivée de jeunes cinéastes. C'est ce que l'on peut qualifier de dynamique nouvelle du cinéma marocain qui fait que le film marocain est aujourd'hui considéré par nombre d'observateurs comme la première forme d'expression de l'imaginaire collectif de la société marocaine.

On peut en toute légitimité parler du Maroc comme puissance cinématographique émergente.

Quels sont les outils de cette dynamique et quels en sont les principaux résultats ?

Le CCM, un outil stratégique

Le Centre Cinématographique Marocain est un établissement public doté de la personnalité morale et jouit de l'autonomie financière. Il a été créé le 9 janvier 1944 ; il a été restructuré en 1977. Le législateur lui a fixé la mission de promouvoir l'industrie cinématographique



Le cinéma, vecteur d'image pour le Maroc

au Maroc. Parmi ses prérogatives également, veiller à l'application de la législation et de la réglementation concernant tous les métiers du secteur. Dans ce sens, il est chargé de délivrer :

- les autorisations de tournage de films ;
- les cartes professionnelles ;
- les visas d'exploitation des films ;
- les autorisations d'exercice aux producteurs et distributeurs (Cinéma, Vidéo, DVD, VCD), aux exploitants de salles de cinéma et aux clubs vidéo.

Le CCM dispose d'un Complexe Cinématographique comprenant principalement un laboratoire et un auditorium pour le traitement et les travaux de sonorisation de films, ainsi qu'un ensemble de matériels de tournage et autres matériels. Il dispose également d'une Cinémathèque pour conserver le patrimoine cinématographique national et international.

Depuis le début des années 80, le CCM supervise et développe en outre une po-

litique d'aide à la production cinématographique nationale.

L'aide à la production nationale

Dans un monde de plus en plus globalisé et où l'industrie du cinéma connaît une forte concentration au niveau de la production et de la circulation des films, l'aide publique à la création cinématographique devient un enjeu stratégique. L'expérience marocaine, encore jeune, a démontré la pertinence du choix de cette démarche : notre pays est en mesure aujourd'hui de proposer des images marocaines au public marocain produites par des marocains. L'existence du fonds d'aide est un facteur décisif dans ce sens. Il a pour finalités de :

- dynamiser les différentes branches du secteur cinématographique ;
- favoriser la création d'emplois qualifiés sur le territoire national ;
- valoriser l'identité marocaine dans les médias et au cinéma

Cette forme d'aide publique a connu une évolution à travers trois grandes étapes. La première formule d'aide a vu le jour en 1980 ; elle consistait en une prime automatique à la production. Elle était pratiquement la seule ressource de financement de films. Elle a permis, entre 1980 et 1989, la production de 42 longs métrages et 34 courts métrages. Le montant global du soutien financier accordé durant cette période a atteint 16 685 000 Dirhams.

Cette formule connaîtra des modifications et des corrections qui vont introduire la deuxième étape historique de l'aide au cinéma marocain, qui couvre la période 1990-2003. Les changements vont toucher aussi bien les modalités d'octroi de l'aide, avec l'arrivée du système de la sélection, et surtout l'augmentation du montant global de l'aide à la production. Cela va permettre en une décennie la production de 83 longs métrages et 63 courts, pour une enveloppe globale de 160 millions de Dirhams.

Cette période va être marquée par une importante évolution du cinéma marocain dans son rapport au public local et

à travers sa présence dans les manifestations cinématographiques internationales ; elle va connaître l'élaboration d'accords de co-production et d'échanges avec de nombreux pays ; des structures marocaines de production cinématographique vont voir le jour pour accompagner cette nouvelle réalité.

Cette évolution, tant professionnelle que culturelle, va appeler l'introduction de nouveaux changements dans le dispositif d'aide au cinéma au Maroc. A partir de 2004, la profession du cinéma au Maroc va adopter le système de l'avance sur recettes. L'aide aux films est désormais soumise à l'établissement d'un contrat de remboursement type afin d'assurer le maximum de transparence dans la gestion et aussi de permettre aux sociétés de production de passer à un niveau professionnel plus sérieux. Avec ce système, nous avons assisté à l'octroi d'enveloppes records à titre d'avance pour un film (plus de cinq millions de Dirhams). Dans l'ensemble, le nombre de films ayant bénéficié de cette avance entre 2004 et 2008 est 57 longs métrages et 39 courts métrages. Le montant total attribué s'élève à 185 millions de Dirhams.

Un impact multiple et diversifié

Cette dynamique de la production va se traduire par des caractéristiques développant un environnement global où le cinéma assume une double fonction d'industrie d'entraînement et d'atout permettant le rayonnement du pays et de son image. Le Maroc est aussi confirmé par ce biais comme destination privilégiée pour les productions cinématographiques internationales qui ont réalisé en 2008 un chiffre d'affaires proche du milliard de Dirhams... des régions entières, à l'instar de Ouarzazate, voient leur développement et leur essor associés au cinéma.



Des sites de tournage exceptionnels

Au niveau local, le cinéma marocain a réussi la performance de se positionner parmi les leaders du marché du film. Des films marocains occupent, depuis quelques années déjà, les premières places au box office et, en 2008, le cinéma marocain est parvenu pour la première fois de son histoire à occuper la deuxième place au box office par nationalité ; des positions jadis considérées comme domaine réservé des films émanant de Hollywood, de l'Inde ou de l'Egypte. Rien que pour le début de cette année 2009, les films marocains ont dépassé l'ensemble des entrées réalisés par tous les films marocains en 2008. Ce retour du public est accompagné d'un regain d'intérêt public et culturel pour le cinéma.

C'est ainsi que le nombre de festivals et de manifestations a atteint en 2008 près de 50 rencontres créant une dynamique locale qui touche aussi bien les niveaux culturels, sociaux et économiques. De Dakhla à Martil, en passant par Zagora, Er-Rachidia, Zerhoun... des villes, des villages retrouvent le sens de la fête et de la dynamique culturelle grâce au cinéma, grâce aux films marocains. Il faut souligner à ce propos le rôle de locomotive que joue le Festival International du Film de Marrakech, initié par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, et qui a permis à notre pays de se doter d'une véritable vitrine et d'un carrefour d'échanges et de rencontres.



Culture, développement et territoires

Taoufiq BOUDCHICHE
Économiste, Directeur de la Coopération Internationale
Agence de l'Oriental

Ce début de XXI^{ème} siècle est marqué par une grande (re-)découverte : l'être humain n'est finalement pas réductible à son rôle économique. Son développement personnel est un fondement du développement. Et voici que l'on réinstalle dans le projet sociétal global tous ces facteurs humains qui rendent à l'individu la prise en considération de son identité, de sa culture et de sa créativité. Mieux, la sphère culturelle, désormais mesurée aussi dans son impact économique, s'avère peser très lourd : il y a consensus pour parler d'économie culturelle et même d'industrie culturelle. Un renouveau ?

Aux côtés du capital naturel, humain et social, la culture comme ressource pour le développement fait l'objet d'une attention de plus en plus importante de l'économie du développement.

Plusieurs organismes internationaux dédiés au développement, tels que la CNUCED, l'OCDE, la Banque Mondiale ou le PNUD, lui ont consacré ces dernières années des travaux importants d'analyse et de conceptualisation.

Les notions de capital social et culturel comme facteurs de développement émergent. Ils se réfèrent aux aspects de la vie sociale et culturelle qui permettent aux gens d'agir ensemble, de créer des synergies et de forger des partenariats afin de créer l'environnement nécessaire à la création de richesses.

Les auteurs du rapport sur l'Afrique de l'Ouest 2007-2008 de l'OCDE (p. 99), no-

tent que « *en adjoignant au capital social, le capital culturel (protection des identités et promotion de la diversité culturelle) et le capital humain (éducation, santé, etc.), on se situe pleinement dans une perspective de développement durable : améliorer le bien être des personnes présentes comme des générations futures, en protégeant et en accroissant le stock de capital disponible sous ses différentes formes, par l'accroissement des potentialités individuelles et sociales* ».

Le capital culturel, vu sous l'angle économique, renvoie aux créations aussi bien matérielles (monuments, sites, œuvres, etc.) qu'immatérielles (traditions orales, folklores, rites, coutumes, etc.) élaborées au fil de l'histoire. La pluralité des expressions culturelles est au cœur du capital culturel.

Est également associée à la notion de capital culturel, celle d'économie créative telle qu'elle ressort par exemple, du rap-

port 2008 de la CNUCED sur le même sujet, établi dans le cadre des préparatifs de la onzième session de la Conférence ministérielle de la CNUCED. On peut lire notamment dans ce rapport que « ... chaque société a sa réserve de capital culturel intangible qui s'articule autour de l'identité et des valeurs d'un peuple...le XXI^e siècle est marqué par une reconnaissance croissante de la convergence de la créativité, la culture et l'économie qui est à la base de la notion émergente d'économie créative ».

Au cœur de cette « économie créative », se trouvent les industries créatives, qui représentent un vaste domaine hétérogène (arts et métiers traditionnels, édition, musique, arts visuels, arts de la scène, cinéma, télévision, radio, nouveaux médias et création).

Le rapport de la CNUCED souligne, en outre, que la valeur mondiale des exportations internationales de biens et

services créatifs a atteint 424,5 milliards de US Dollars en 2005, ce qui représente 3,4% de l'ensemble des échanges mondiaux avec une croissance annuelle moyenne de 8,7 % entre 2000 et 2005. Dans l'ensemble de l'Union Européenne, le chiffre d'affaires des industries créatives a atteint 654 milliards d'Euros en 2003 et employant plus de 5,6 millions de personnes.

Certains pays en développement, comme la Chine, ont tiré avantage de cette progression importante du marché mondial des biens et équipements culturels (ordinateurs, appareils photographiques, radio et matériel audio-visuel) lequel est passé de 51 milliards de US Dollars en 1995 à 274 milliards de US Dollars en 2005. A cette date, la Chine était considérée comme étant devenue le premier producteur et exportateur de produits créatifs à valeur ajoutée. Mais la plupart des autres pays en développement ne tirent pas pleinement parti des potentialités offertes par leur économie créative, ce qui suppose des politiques publiques multisectorielles et multidisciplinaires. Par exemple, selon la CNUCED, la part de l'Afrique dans les échanges mondiaux de produits créatifs reste marginale avec moins de 1 % des exportations mondiales.



Le développement remet en scène les patrimoines immatériels

Au Maroc, la prise de conscience est également grandissante concernant la valorisation du patrimoine culturel comme facteur de développement, en particulier aux plans régional et local. La diversité culturelle du Royaume, son histoire millénaire, les multiples influences qui le traversent, représentent un capital économique inestimable pour favoriser l'émergence d'industries créatives.

Depuis quelques années, le soutien par exemple, à l'organisation de festivals culturels de musique ou de cinéma dans plusieurs régions du Royaume (Assilah, Fès, Marrakech Essaouira, Agadir, Oujda, etc.) ont permis d'engranger au plan local une dynamique économique non négligeable (tourisme local, commerce et artisanat, communication et événementiel).

Le développement d'industries créatives liées au potentiel culturel nécessite des politiques publiques volontaristes car elles supposent une synergie entre plusieurs secteurs et départements ministériels. Sont par exemple cités dans le rapport de la CNUCED les domaines d'intervention suivants : développement régional, soutien à la création de PME, financement bancaire de PME, propriété intellectuelle, urbanisme, commerce international, technologies et communications, art et culture, tourisme, éducation et formation et recherche, appui aux artistes, protection sociale.

Plus que pour tout autre secteur, le développement des industries créatives, mérite une approche territoriale car c'est dans les territoires que le capital social et culturel se constitue à travers les valeurs et l'identité du territoire en question, qui se rejoignent pour créer l'environnement nécessaire à enclencher des processus de création de richesses. Nous pouvons le noter de manière évidente dans les secteurs traditionnels à fort contenu culturel, tels que le tourisme ou l'artisanat, mais également dans les politiques industrielles innovantes visant à croiser implantation de nouvelles filières industrielles à forte valeur ajoutée et potentialités territoriales. La mise sur pied des parcs industriels et technologiques dans des zones ciblées sont issues de ces nouvelles approches territoriales de développement destinées à stimuler les effets d'agglomération et l'innovation dans les filières de production choisies.

Des courants de pensée de l'économie territoriale moderne (voir à ce propos Olivier Crevoisier, La pertinence de l'économie territoriale, working paper, mai 2008, GRET) tendent aujourd'hui à affirmer que l'innovation, longtemps associée à l'innovation technologique, dépasse aujourd'hui cette lecture restrictive : « l'innovation technologique doit être dépassée car elle est de plus en plus tirée par des éléments non technologiques, par les dynamiques socio-culturelles. L'industrie du cinéma est devenue le premier

> Éclairages

poste d'exportation aux Etats-Unis. Les ressources culturelles sont de plus en plus mobilisées dans de très nombreuses productions (sports, médias, habillement, agro-alimentaire, santé, tourisme et loisirs, etc.). Cela implique l'élargissement de la notion d'innovation. Certains préconisent d'élargir la notion d'innovation territoriale à toutes ses dimensions (Moulaert et Sekia 2003) ».

En outre, la mondialisation a introduit une réflexion approfondie sur les interactions entre dynamiques locales et dynamiques internationales. Dans sa remarquable synthèse (op. cité), Crevoisier indique à ce sujet que « l'une des questions fondamentales est comment s'articulent d'une part, des dynamiques montantes issues de manière endogène de communautés locales ou pluri-locales, et d'autre part les dynamiques descendantes du capitalisme industriel et financier ; par exemple la mise sur pied d'une foire destinée à vendre les produits du terroir dans une région française est en effet étroitement liée aux réglementations nationales, européennes et internationales, ainsi qu'aux politiques publiques présentes à ces différentes échelles. En somme les dynamiques actuelles sont largement multi-locales et multi-scalaires. Séparer les échelles pourrait conduire à négliger l'extraordinaire croissance des interactions à moyenne et longue distances, qui en plus du local, caractérisent notre époque et dont il faut bien rendre compte ».

Par conséquent, les stratégies de promotion du secteur de la culture, celui-ci compris comme l'une des composantes essentielles des industries créatives ou industries culturelles, doivent être conçues dans le cadre d'approches territoriales innovantes afin de stimuler les éléments non technologiques liés au capital social et culturel d'un milieu donné. Autrement dit, il convient d'imaginer les voies et moyens de promouvoir l'identité culturelle, le patrimoine, les valeurs civilisationnelles, les liens socioculturels comme les ferments d'une stratégie d'innovation et de production de richesses au sein des territoires, stratégies qui doivent positionner ces mêmes territoi-

res au sein des contextes nationaux et internationaux.

Dans le cadre de ces stratégies, et pour exemple, l'identité culturelle d'un territoire est aujourd'hui au service d'intérêts économiques divers. Elle constitue un véhicule d'image autour duquel se construisent également des éléments essentiels de l'attractivité économique des territoires. L'identité culturelle devient ainsi source de « marketing territorial » produisant « de la différenciation et de l'avantage comparatif ». Cette instrumentalisation doit néanmoins être manipulée avec précaution, car la culture, au-delà de toutes les instrumentalizations au profit du développement économique et de la cohésion sociale, doit rester essentiellement ce qui donne du sens à notre « vivre ensemble ».

Enfin, il convient de rappeler que le secteur culturel est aujourd'hui le lieu de nouveaux enjeux « géoculturels » en raison de leur importance politique et stratégique, lesquels sont appelés à constituer sur le même pied d'égalité que les enjeux géopolitiques et géoéconomiques un « axe de gouvernance mondiale » comme cela a été inauguré par la Convention de l'UNESCO destinée à préserver la diversité culturelle de l'humanité menacée par la globalisation marchande générée par la mondialisation. Selon, cette Convention, la culture ne peut être considérée

comme une « banale marchandise » livrée à la concurrence internationale et, par conséquent, les Etats et Gouvernements ont décidé que les produits culturels fassent l'objet d'un traitement singulier et spécifique, notamment, dans les négociations commerciales internationales telles qu'elles se déroulent au sein de



Les zelliges marocaines : un produit d'exportation confirmé

l'Organisation Mondiale du Commerce.

Cette reconnaissance à l'échelle internationale de la spécificité des biens culturels, démontre aussi, peut-être, une présence de plus en plus admise du capital culturel et du capital social, à la fois sur le capital naturel mais aussi sur le capital économique, parmi les ressources pour le développement.



LES NTIC

Socle fondateur d'industries culturelles dans l'Oriental

Hassan HARTI
Directeur I.T. Consulting

Les NTIC vont révolutionner les industries culturelles... aussi. De fait, aucune dimension de l'activité économique, et d'ailleurs humaine en général, n'échappe à cette refondation comme le rappelle l'auteur. Mais les NTIC sont aussi, en elles-mêmes, une vraie révolution culturelle. A la clé, « L'Oriental numérique » est le seul concept qui semble capable d'installer définitivement la Région dans ce siècle. Stratégie, programmes et projets sont déjà en place.

« Les TIC peuvent avoir un effet bénéfique sur l'enseignement, la santé, la gouvernance et le commerce. Elles modifient radicalement les rapports et les liens sociaux et économiques en offrant aux particuliers, aux entreprises et aux gouvernements les moyens de bâtir des sociétés et des économies plus productives, plus ouvertes à tous et plus favorables au développement. Or, pour l'instant, force est toujours de constater, malheureusement, que ceux qui auraient le plus besoin des avancées découlant de cette révolution sont aussi ceux qui ont le moins accès aux nouvelles technologies. »

L'Organisation des Nations Unies est fermement décidée à aider les pays en développement à tirer pleinement parti des possibilités de stimuler et de favoriser le développement qu'offrent les TIC.»

Kofi A. Annan, Secrétaire Général de l'Organisation des Nations Unies.

Extrait du rapport de la Conférence des Nations Unies sur « Le Commerce électronique et le Développement », Genève - 2003

En 2003, l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique) publiait un rapport qui analysait le lien entre les NTIC, la croissance économique, la productivité et les performances des entreprises. Ce dernier « confirme le fait que les NTIC sont un moteur de croissance qui accroît la productivité générale et crée des activités à fort potentiel (haut-débit, télécoms, e-commerce) en accélérant le rythme de l'innovation. Au niveau des entreprises, gain de parts de marché, élargissement de la gamme de produits, personnalisation des services, innovation, réduction des stocks, etc. contribuent à une amélioration générale de la productivité et des performances, à condition d'accompagner les investissements par la formation des équipes et une réorganisation de l'entreprise. En effet, l'impact des NTIC sur les entreprises dépend aussi de la qualification de la main d'œuvre, de la capacité d'adaptation des organisations, d'une stratégie de marché claire... En fait, plus l'adoption des NTIC dans les entreprises est ancienne, mieux elles

sont susceptibles d'en tirer parti... »

La production des pays asiatiques liée aux TIC avoisine 10% du PIB

Loin d'être un discours diplomatique ou une analyse théorique, la contribution des TIC dans le développement économique et social se confirme dans de nombreux exemples.

L'Inde : une illustration caractéristique

Loyola Joseph, de la Foundation of Occupational Development ⁽¹⁾, a créé India Shop, un site commercial qui permet aux cybercommerçants locaux de vendre les produits d'artisanat de Chennai à des clients du monde entier. En plus d'améliorer les conditions de vie et la notoriété des artisans locaux, India Shop fait gagner de l'argent aux artisans de centaines de villages alentours en faisant la promotion de leurs produits, et perpétue également des traditions séculaires comme la confection des saaris et la sculpture de divinités hindoues. Ce succès est à l'origine de la créa-

Continent		Rang
Amérique	USA	1
	Mexique	31
Europe	Danemark	2
Asie	République de Corée	5
	Israël	24
	Emirats Arabes Unis	42
	Turquie	60
Océanie	Australie	6
Afrique	Ile Maurice	52
	Afrique du Sud	58
	Egypte	99
	Tunisie	121
	Algérie	123
	Ghana	133
	Maroc	138

UN Global E-government - Rapport de 2005
From E-government to E-inclusion

Classement mondial des E-government par continent en 2005

tion de plusieurs entreprises similaires tel que Internet Bazaar, un cybercentre commercial -financé par le gouvernement indien- qui fait la promotion d'artisans et de produits artisanaux de toute l'Inde.

India Shop a aussi servi de modèle à une nouvelle entreprise commerciale à domicile, qui emploie des femmes et leur apporte un revenu en gérant un supermarché virtuel. Chacune reçoit en CD-ROM un catalogue des produits ménagers de base comme le sucre, le

thé, le savon et la lessive. Elles prennent les commandes de leurs voisins et envoient les demandes d'achats groupés par courrier électronique à un entrepôt local, puis réceptionnent, trient et redistribuent les achats à leurs clients.

Typiquement, Chennai, Région du Sud de l'Inde, frappée d'isolement, d'analphabétisme et de manque d'infrastructures tout comme la Région de l'Oriental, est sortie de cet état grâce aux NTIC qui lui ont permis de surmonter ces obstacles.

Ainsi, l'Inde est aujourd'hui devenu le plus gros exportateur mondial de services liés aux TIC et le principal marché pour la délocalisation des systèmes de gestion. Depuis 2006, le secteur des TIC représente plus de 5,4 % du PIB. Le montant des seules exportations de logiciels dépasse celui des investissements étrangers directs et la part des services dans les exportations totales du pays est passée de 18 % en 1995 à plus de 37 %.

La Chine : 300 milliards de US Dollars d'export liés aux TIC.

Ces TIC jouent également un rôle déterminant dans l'expansion de l'économie chinoise : la Chine se spécialise dans la production de biens liés aux TIC, qui a augmenté de manière spectaculaire entre 2000 et 2005. La valeur ajoutée du secteur a dépassé 7,5 % de son PIB en 2006 et le secteur des TIC représente plus de 34,4 % du total des échanges du commerce extérieur du pays. La

Rang mondial	Pays
1	USA
2	Danemark
3	Suède
4	Royaume Uni
5	République de Corée

UN Global E-government - Rapport de 2005
From E-government to E-inclusion

Les E-gouvernements classés les 5 meilleurs au niveau mondial en 2005

Chine est devenue le plus gros exportateur mondial de produits liés aux TIC. En 2006, ses exportations atteignaient près de 300 milliards de US Dollars.

D'autres pays ont fait bon usage des TIC pour leur développement économique et social et de nombreuses autres régions du monde témoignent de ce désenclavement réussi grâce à une capitalisation sur les NTIC :

- l'Andalousie, par son plan de développement de la société numérique ASI Plan 2007-2010, ambitionne de déployer les TIC pour le développement de la société de l'information, de l'entreprise numérique et de la filière TIC, d'une administration locale électronique et des infrastructures de la société de l'information ;
- la République Dominicaine édifie un réseau de 135 Centres Technologiques Communautaires couvrant l'ensemble des municipalités du pays de manière à permettre à chacune des communautés locales d'être partie prenante au processus de développement économique, social et surtout culturel du pays, les CTC contribuant à l'essor des acti-



Exportation des services informatiques : le monde à portée de clic

Pays	Rang
Inde	1
Chine	2
Malaisie	3
Egypte	6
Mexique	11
Ghana	15
Tunisie	17
E.A.U.	29

The 2009 A.T. Kearney Global Services Location Index

Classement des pays en offshoring TIC

vités culturelles mais aussi à valoriser le patrimoine culturel local des différentes municipalités où ils sont implantés ;

- le Portugal a mis en place son programme NTIC Madeira Digital pour améliorer les conditions d'accès à l'information, à la connaissance, à la qualité de vie des habitants de Madère et de ceux qui visitent la région, renforçant ainsi la créativité et l'innovation des organisations régionales ;

- la Pologne, via le projet lkonk@, a équipé les petites villes et villages d'une douzaine de régions d'accès internet gratuits et a formé ses citoyens aux outils informatiques et multimédias pour palier les effets de la fracture numérique ;

- l'île de la Réunion s'est soucié de ses établissements de santé en mettant en place, à la demande, un réseau d'imageries médicales, ainsi que les équipements nécessaires à cet échange de données.

Cette liste d'exemples est loin d'être exhaustive.

Les NTIC, opportunité idoine pour l'Oriental

À l'instar de nombreuses régions du monde, l'Oriental peut faire partie de ces grandes réussites. La vision est établie, la stratégie élaborée, et le plan d'action peut mobiliser les NTIC et les déployer pour sortir du clivage social et de l'image d'isolement.

L'objectif est de profiter des potentialités et de remédier aux difficultés constatées. La Région est pourvue de grandes capacités économiques et socioculturelles encore peu exploitées et surtout freinées par des obstacles majeurs qui, gérés correctement, pourraient s'effacer au profit d'une nouvelle dynamique régionale. Les NTIC sont effectivement un socle fondateur du développement pour la Région de l'Oriental, tant d'un point de vue économique, social que culturel.

Soutien Royal appuyé par de nombreux leviers et projets nationaux

La Région bénéficie de nombreux programmes suite au discours de sa Majesté le Roi Mohammed VI, le 18 mars

2003, acte fondateur de la vision et de la stratégie de développement de la Région de l'Oriental.

Citons entre autres le programme de développement des Espaces d'Accès Communautaires, le programme Nafida qui vise à encourager l'accès des enseignants aux NTIC en mettant à leur disposition des moyens technologiques, le Fonds National de Mise à Niveau destiné à subventionner partiellement les prestations de conseil et d'assistance technique aux entreprises, le programme GENIE pour améliorer l'accès aux NTIC dans les écoles publiques, le contrat-progrès APEBI, le partenariat Public Privé (PPP) qui vise à créer 33 000 emplois dans le secteur des NTIC d'ici à 2012 et PACTE, Programme d'Accès généralisé aux Télécommunications, qui doit permettre l'accès aux dits services à toute la population marocaine sur son lieu de travail ou de résidence.

Les TIC, pour relever les défis socio-économiques dans l'Oriental

Nombreuses sont les opportunités que les TIC peuvent favoriser : population majoritairement jeune (60% des 2 millions d'habitants ont moins de 30 ans), région riche en énergie, terres agricoles, multilinguisme bien ancré (arabe, français, espagnol) emplacement géographique proche et ouvert sur plusieurs pays de la Méditerranée, nombreux

échanges, tant en termes de services, que de transport routier, maritime ou encore ferroviaire...

Mais les menaces guettent aussi l'Oriental : émigration marquée des jeunes diplômés et actifs (on estime à plus d'un million les personnes issues de l'Oriental installées à l'étranger), échanges commerciaux pénalisés par la fermeture des frontières et les politiques protectionnistes, investissements attirés par des régions et pays plus attractifs et mieux équipés, clivage inter-régional fortement marqué entre Nord et Sud et éloignement par rapport à tous les autres centres décisionnels du Royaume... autant de dangers que les TIC peuvent atténuer si elles sont convenablement exploitées.

«L'Oriental, territoire numérique», stratégie pour développer les TIC

Cette stratégie volontariste va promouvoir l'utilisation et l'appropriation des TIC, par tous les acteurs de la Région. Ce sont autant les individus que les entreprises et les administrations qui doivent hausser le niveau d'utilisation des TIC. Le secteur économique des TIC, les consommateurs intermédiaires (administration et autres secteurs économiques et sociaux) et les consommateurs finaux (particuliers, entreprises, export) sont la cible de la stratégie adoptée. La stratégie a permis une vision parta-



L'Oriental échappera à la fracture numérique

➤ Éclairages

gée et un consensus relatif aux orientations stratégiques pour le secteur des TIC ainsi que le cadre nécessaire pour sa mise en œuvre dans la Région.

La vision retenue vise à faire de l'Oriental une véritable « région numérique ». Deux objectifs stratégiques majeurs ont été arrêtés :

- oeuvrer fortement à la réduction des deux fractures numériques, intra-régionale et inter-régionale, qui existent ou qui apparaîtront ;
- faire des TIC un axe majeur de développement économique et social de la Région.

4 axes de progrès et 14 programmes d'actions

La stratégie a défini les choix stratégiques, la politique de développement des TIC dans la Région et les actions structurantes assurant le cheminement vers la société de l'information et mettant les TIC au service du développement durable de l'Oriental. Ces actions s'articulent autour de 4 axes stratégiques :

- Aménagement numérique des territoires.

Pour permettre l'évolution vers l'Oriental numérique doté des infrastructures, des connexions permanentes, généralisées à tous les territoires, à des prix attractifs, aux services actuels ou à venir de l'Internet, avec un haut débit.

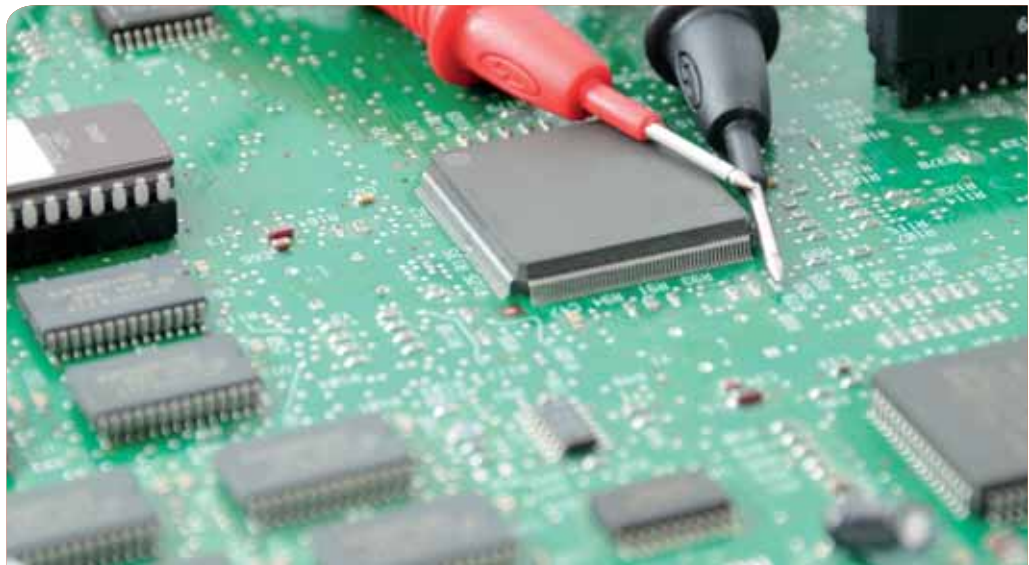
- Généralisation et amélioration des accès et des usages.

Pour généraliser l'accès aux services Internet et augmenter le taux d'équipement des citoyens et des entreprises.

- Promouvoir le développement du contenu numérique.

Consistant à produire un contenu utile, ciblé, multilingue et normalisé et à le mettre à la disposition du citoyen, des visiteurs, de l'entreprise et de l'Administration locale de la Région.

- Soutenir la filière industrielle des TIC. Mise à profit des stratégies nationales déjà en cours visant le développement et la croissance des entreprises de la filière TIC, aussi bien les secteurs producteurs de TIC (fabrication d'ordinateurs, de matériel informatique, TV,



L'implantation de la filière industrielle favorise l'installation des TIC

radios, téléphone, etc.), que les secteurs distributeurs de TIC (commerces de gros de matériel informatique, etc.) et les secteurs des services de TIC (télécommunications, services informatiques, services audiovisuels, etc.).

Parce que ces objectifs ne pourront être atteints qu'en associant toutes les composantes de la Région dans le cheminement vers la société de l'information, et en mettant les TIC au service du développement durable de l'Oriental, la stratégie a défini les structures de gouvernance représentatives devant accompagner la réalisation et le pilotage du portefeuille très important des programmes et projets décidés.

Démarche éprouvée, résultats certains

Les NTIC sont indéniablement une plateforme incontournable du développement économique, culturel et social. Partant des forces et des faiblesses des régions et des pays, la capitalisation des capacités intra-

communautaires au travers de la mise en place des NTIC doit aider au développement. Les illustrations citées n'en sont qu'une infime représentation à travers le monde.

La Région de l'Oriental relèvera un véritable challenge par la concrétisation de cette stratégie, par l'établissement des programmes concrets et par la mobilisation des ressources et moyens à la hauteur de ses ambitions.

Si ces conditions sont réunies, les NTIC, socle fondateur d'industries culturelles dans l'Oriental, permettront à cette Région de devenir l'une des plus riches et des plus prometteuses du Maroc de demain.

(1) Food India : ONG basée à Chennai, Sud de l'Inde.



Pour l'Oriental, la société numérique reste un objectif



Un plan de 5 ans pour dynamiser la lecture dans l'Oriental

Abdelkader RETNANI
Éditeur et Consultant auprès d'organismes internationaux

L'auteur, connu pour être une figure emblématique du livre au Maroc, projette quelques initiatives concrètes qui pourraient durablement stimuler la lecture, susciter l'envie de lire et faciliter l'accès au livre. Une politique volontariste est donc possible, qui impose une action de terrain, un investissement, et qui mise en particulier sur la jeunesse. Il faut désormais rompre avec les constats d'aujourd'hui.

Dans tout le Royaume du Maroc, qui compte plus de 30 millions d'habitants et couvre plus de 700 000 km², on ne trouve, en ce début du troisième millénaire, qu'une quinzaine de «vraies» librairies – dont une seule dans la Région de l'Oriental.

Certes, un certain nombre de kiosques ou boutiques diffusent aussi, avec les journaux, stylos et cigarettes, quelques livres (souvent de type «romans de gare», dictionnaires, recettes de cuisine, guides, etc.) mais ces ventes sont pour eux accessoires. Rien n'est donc fait, dans ces commerces, pour fouetter l'envie de lire qui existe pourtant, notamment parmi la jeunesse, les étudiants, et les cadres.

Oujda recèle pourtant, rappelons-le, l'Université Mohamed 1^{er}, et regroupe, ainsi que les autres villes de l'Oriental (Nador, Berkane, etc.) de nombreux diplômés. Notons que, outre l'arabe et le français, l'Oriental pratique également d'autres langues, comme l'amazigh rifain et l'espagnol : quatre atouts

linguistiques valent mieux qu'un ! Compte tenu de ces données et de la politique générale du gouvernement, en particulier du Ministère de la Culture, il devrait s'imposer qu'un plan spécifique «Lecture et livre» soit lancé, sur 5 ans, en faveur de l'Oriental, Région qui est, avec la Région du Sud, la moins favorisée du Royaume en ce domaine.

On pourrait, par exemple, créer dans l'Oriental, entre 2010 et 2015, avec l'aide des pouvoirs publics, quatre ou cinq «librairies-pilotes» avec formation préalable de libraires bilingues à Rabat, Casablanca ou Tanger. Ils bénéficieraient de

stages de lecture et de conseils commerciaux (gestion, comptabilité, Internet, etc.), puis d'un suivi technique et culturel pendant au moins les deux premières années de leur installation. Ce suivi aurait lieu sous la responsabilité de l'administration ou d'experts



Le Salon du Livre Paris, France

> Éclairages

libraires en activité mandatés officiellement pour ce faire. Le concours de certaines institutions étrangères pourrait être sollicité à cette occasion, notamment pour les langues française et espagnole.

Le coût global de quatre librairies pourrait nécessiter un investissement public initial de l'ordre d'un million de Dirhams, investissement qui peut générer au moins la création d'une dizaine d'emplois. Les responsables et élus locaux (Wilayas, Communes, etc.) auraient naturellement un rôle concret à jouer, par exemple pour la mise à disposition de locaux. Ce serait un bon test de leur bonne volonté, de leur motivation et de leur intérêt.

Il serait temps aussi qu'à l'échelle nationale, des opérations soient lancées pour pousser les enseignants de l'enseignement primaire à inciter leurs élèves à lire en arabe, puis en idiomes autres. Si des financements peuvent être trouvés, peut-être avec l'appui d'organisations internationales (UNESCO, ALESCO) ou d'instituts culturels étrangers, une bonne initiative serait de lancer des opérations ponctuelles du type «Un écolier, un livre !» sur le modèle de ce qu'a déjà expérimenté la maison d'édition casablancaise pour enfants Yanbo-el-Ki-



Bibliothèques et librairies incitent à la lecture

tab. Le minibus à livres du Ministère de la Culture serait sollicité, ainsi que les éditeurs marocains.

Pour les élèves du cycle secondaire et des Facultés, l'incitation aux lectures pourrait se faire avec l'appui effectif d'essayistes, d'écrivains, d'artistes marocains, dont certains originaires de l'Oriental. Il ne faudrait pas se limiter aux livres classiques de littérature mais annexer aussi des thèmes comme le sport, la gastronomie, le patrimoine, l'histoire de la Région, moyens attrayants de

susciter des lecteurs et de les amener ensuite vers des ouvrages purement littéraires, historiques, linguistiques, etc.

Le champ à labourer est immense et exaltant. La pâte ne demande qu'à lever et elle lèvera si les enfants sont incités à la lecture dès le primaire, si l'administration ne ménage pas son aide technique et financière, si les éditeurs nationaux font montre d'un peu de générosité et enfin si les médias nationaux veulent bien assumer une bonne couverture de cette nouvelle « politique du livre dans l'Oriental ».



Le livre pour enfants mobilise dès le plus jeune âge

L'Agence de l'Oriental a un rôle spécifique à jouer dans un tel dispositif. Il serait nécessaire que l'Agence établisse un partenariat avec les autorités et les élus de la Région et joue un rôle particulier dans cette campagne en faveur du livre et de la lecture, par exemple en créant sous sa propre égide, une Semaine itinérante du livre qui toucherait successivement les principaux bassins de population de l'Oriental : Oujda, Nador, Berkane, Figuig, etc. Ces manifestations, impliquant enseignants, élèves, étudiants, auteurs, éditeurs, etc., permettraient de sensibiliser la jeunesse aux attraits de la lecture, notamment lors de séances de dialogue avec des écrivains d'aujourd'hui.



REGARDS SUR LA CULTURE DANS L'ORIENTAL

Panorama des dynamiques locales et régionales

Mohamed ELKADOUSI

Directeur Régional du Ministère de la Culture dans l'Oriental

Comme il advient dans ses prérogatives, la Direction Régionale du Ministère de la Culture œuvre à créer et entretenir l'intérêt pour tous les aspects du patrimoine et de la tradition dans l'Oriental. Son Directeur, admiratif de la richesse et de la diversité des cultures de la Région, en dégage quelques priorités.

L'Oriental, territoire immense et zone frontalière, avec une histoire assez particulière et souvent mouvementée - espace de transit, de confrontations et d'échanges - a souvent souffert tout au long des décennies écoulées, du déficit de son rayonnement culturel, dû notamment à :

- la rareté des activités culturelles, notamment celles pouvant se révéler attractives auprès du grand public ;

- le manque flagrant d'infrastructures culturelles et artistiques, à même de promouvoir un réel développement culturel de la Région ;

- la rareté des actions de valorisation de son patrimoine, si riche et si diversifié, constitué en partie par sa diversité ethnique, ses modes de vie, ses monuments et sites historiques.

Ces facteurs ont participé – sans le moindre doute – à handicaper le secteur culturel pour jouer son rôle en matière

d'intégration des différentes composantes de la Région et de rayonnement de l'image de l'Oriental. Ce facteur culturel qui - une fois mis en valeur - est précisément considéré comme l'un des agents les plus puissants de la construction régionale à plusieurs niveaux : ethnique, social et économique.

Dans la Région de l'Oriental, la culture retrace l'histoire de l'homme : un regard sur sa culture rapproche des traditions héritées du passé, une vision panoramique sur son territoire témoigne de sa présence très ancienne (ses langues, ses occupations quotidiennes, ses façons de fêter des occasions déterminées, ses traces architecturales, sa créativité artistique, ses cultes, ses moments de loisirs).

Parler de la culture dans l'Oriental c'est parler d'un monde mouvant : tenant compte d'un territoire très large qui dispose d'un patrimoine matériel et immatériel diversifié, une richesse qui n'a cessé de se développer au fil de l'histoire, malgré les conséquences des grandes mutations civilisationnelles, et des dégradations physiques qui ont fait suite aux grands événements, confrontations et conflits au fil du temps. Les



La Médina d'Oujda



Dar Sebti

arts, les expressions populaires, ont réussi à persister, à travers un arsenal multicolore de traditions, de coutumes, de modes de vie sous leurs facettes de l'habillage, des arts culinaires, des festivités... qui, malgré les aspects distincts qui les caractérisent, viennent prendre leur place pour s'ajuster les uns aux autres, se compléter, contribuer à la constitution d'une même plateforme, d'un territoire commun : celui de l'Oriental. Diverses contributions civilisationnelles à l'édification de cette œuvre en témoignent.

Le tissu patrimonial de l'Oriental, constitué de sites et monuments historiques, de chants et danses folkloriques dont les genres «laalaoui», «reggada», «laarfa», «bardia», «missouri», «nhari»... en sont l'exemple, de costumes traditionnels chez l'homme comme chez la femme, de musique gharnatie, de chants Amazigh, d'arts culinaires particuliers, de façons de fêter les moments de loisirs et les occasions religieuses. Ce patrimoine jouit d'une richesse qui fait de lui une opportunité - s'il est pris en charge dans un projet de développement intégré - de contribuer au développement économique et social de la Région.

De nos jours, à partir des directives et orientations portées par le Discours Royal du 18 mars 2003, la Région de l'Oriental connaît un développement multisectoriel, mené par différents acteurs et la culture ne fait pas l'exception : des efforts inlassables se déploient pour l'enracinement

des coutumes traditionnelles, la préservation des traditions patrimoniales dans leurs multiples facettes, ainsi que pour susciter et soutenir la créativité artistique, et pour encourager l'élargissement du cercle de la lecture publique.

En ce sens, et à partir de la conviction des différents acteurs et décideurs locaux, régionaux et nationaux, des multiples fruits que pourrait rapporter l'investissement dans le domaine culturel, et d'une stratégie profondément réfléchie

sur le concours matériel et moral de différents partenaires engagés dans la promotion de la culture, tels que le Ministère de la Culture, les départements gouvernementaux concernés, les autorités régionales, l'Agence de l'Oriental, le Conseil Régional et d'autres instances... On peut recenser les réalisations les plus saillantes touchant aux aspects suivants :

- le renforcement de l'infrastructure culturelle et artistique, telles que les bibliothèques, les médiathèques, les points de lecture, les maisons et centres de culture, les galeries d'art, les salles polyvalentes, les conservatoires de musique, les musées thématiques et les espaces informatiques... dans les plus grandes localités de la Région (Oujda, Nador, Jerada, Berkane, Figuig, Zayou, Aïn Beni Mathar, Taourirt, Layoune, et d'autres..) qui traduisent la volonté politique et visent la proximité du grand public et en particulier du monde rural et des quartiers périphériques qui souffraient d'un déficit en matière d'encadrement culturel ;
- la réhabilitation de l'ancienne médina d'Oujda, qui a longuement souffert



Galerie d'art à Oujda

et mûrement élaborée, un ensemble d'actions touchant aux différents domaines culturels sont identifiées, dont la mise en œuvre s'appuie essentiellement

d'oubli, de marginalisation et d'agressions qui ont touché son architecture, ses monuments, ses portes et ses remparts, en vue de lui réattribuer son rôle



Mise en scène de la tradition

culturel et son rayonnement civilisationnel et de retrouver son attractivité touristique, par sa séparation d'avec les extensions qui sont venues la flanquer sur plusieurs côtés au long des dernières décennies, son aération et son embellissement ;

- la programmation et la réalisation participative d'événements culturels

touchant aux arts populaires (dont les plus marquants sont les festivals internationaux du rai, de la musique ghar-natie et des arts oasiens à Figuig), aux rencontres régionales du théâtre, de la créativité littéraire en langues arabe et amazigh, aux expositions d'arts plastiques... en vue d'encourager la créativité dans toutes ses dimensions et d'installer l'identité culturelle à la Région ;

- la réhabilitation de l'oasis de Figuig - espace de vie et d'histoire commune et lieu d'intérêt culturel et touristique - qui continue à s'exercer sur toutes ses composantes, permettra à cet espace de jouer pleinement sa vocation touristique à travers la restructuration et la rénovation de ses ksour, une fois la procédure de son classement au patrimoine mondial achevée.

La nécessité paraît capitale de faire de la culture -à partir d'une vision globale et d'une étude d'impacts prévisibles se basant sur une large contribution des différents partenaires- un domaine prometteur. Pour cela, le 18 mars 2009, une journée d'études a été organisée par la Direction Régionale du Ministère de la Culture de l'Oriental, portant sur le thème :

« Elaborer une approche intégrée de l'action culturelle dans l'Oriental ».

L'ambition était d'établir -en collaboration avec les différents acteurs dans les domaines culturels- une feuille de route capitalisant sur les acquis et ouvrant un espoir mesuré sur le futur.



Vue panoramique de l'oasis de Figuig



LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION ET DES MÉDIAS Etat des lieux dans l'Oriental

Chourouq NASRI
Professeur à la Faculté des Sciences et Lettres Humaines
Université Mohammed 1^{er} d'Oujda

La communication et les médias sont des univers où coexistent d'étonnantes grappes de compétences très diverses, réunies en sociétés qui produisent du contenu, ou mettent en œuvre un contenant, où bien encore réalisent les deux. L'émergence locale de ces secteurs est un indice du développement régional, économique autant que culturel. Il y faut tout à la fois des capitaux, des compétences disponibles, et une volonté politique.

La Région de l'Oriental n'a pas encore réuni ces trois composantes.

Le paysage médiatique de l'Oriental se caractérise par un déficit alarmant. Qu'il s'agisse de la presse quotidienne, des magazines, des médias en ligne, de la télévision ou de la ra-

dio, du chemin reste à parcourir. L'offre de la presse écrite et électronique est extrêmement limitée. Le secteur de la presse quotidienne est dominé par quelques journaux régionaux. C'est dire que la presse locale doit faire

face à la concurrence des grands journaux nationaux et des sites d'information internationaux. Les journalistes de la Région se retrouvent ainsi condamnés à la précarité. Dans le paysage audiovisuel, la SNRT constitue quasiment la seule véritable institution. La Région de l'Oriental ne dispose que de deux stations de radio, dont l'une est entièrement dépendante de l'opérateur public.

Ce manque est paradoxal au moment où une volonté politique forte de développer la Région ouvre la voie à des projets dans différents domaines. Nous entrons dans une ère nouvelle, celle de la mondialisation. Pourquoi parler de mondialisation ? Dans une large mesure, parce que la mondialisation ne doit pas être conçue uniquement en termes de libéralisation du commerce international. Pour un pays comme le nôtre, elle signifie aussi l'intégration de notre société dans le nouvel environnement mondial.



Dans l'Oriental, les moyens de production sont insuffisants ou inexistant

Notre devoir est de saisir cette chance et ce en relevant le défi du changement. Or, mondialisation et politique de fermeture dans le domaine des médias ne font pas bon ménage.

Le développement de la Région de l'Oriental est un projet à la fois politique, économique et culturel. Les médias ne sont pas simplement quelque chose qui coûte ; ce secteur peut aussi apporter énormément au rayonnement de notre Région et à son économie. Il faut donc se donner les moyens d'aborder cette époque nouvelle en offrant un soutien à la presse écrite et à l'industrie audiovisuelle. La Région doit ainsi proposer à ses habitants, tant en matière de presse qu'en matière de services audiovisuels, un paysage médiatique pluraliste.

Ceci peut se faire avec l'aide de l'Etat, dont le rôle est de défendre le pluralisme et l'indépendance de la presse. L'aide financière aux producteurs audiovisuels et aux éditeurs de presse mettra en lumière une politique qui aspire à améliorer la quantité et la qualité des médias traditionnels et audiovisuels, ou encore des nouvelles technologies de la communication. Pour être de son temps et combler le retard, il faut favoriser la compétitivité et donner leur chance à une génération de jeunes journalistes. Le secteur médiatique pourrait ainsi être un gisement de nouveaux emplois. Mais les projets du gouvernement ne suffisent pas à remplir les lacunes du secteur médiatique. Des investisseurs audacieux, prenant des risques et faisant une large part à la culture et à la création sous toutes ses formes, seront les architectes d'une Région moderne. Un mode de financement indépendant créera en effet les conditions d'un véritable épanouissement pour les médias.

La réforme du paysage médiatique va de pair avec la réforme de l'enseignement supérieur. Pour répondre aux besoins du contexte socio-économique, l'Université doit redéfinir ses orientations. Elle doit mettre en œuvre une politique privilégiant la création de



Des studios locaux encore trop légers

nouvelles filières visant à préparer des professionnels dans le domaine des médias et de la communication. Ce sont eux qui dessineront demain un nouveau visage pour notre Région.

Les médias jouent un rôle décisif dans la circulation du savoir et dans la formation de l'opinion publique. Il faut donc qu'ils soient soumis à une éthique : exactitude de l'information et vérification des sources. Or, la plupart des journaux de la Région sont dirigés par des personnes qui n'ont reçu aucune formation journalistique. Pour favoriser une information de qualité, les rédactions doivent être composées de journalistes qui ont suivi leurs études dans des écoles spécialisées de journalisme et de communication.

Les médias sont à la fois une forme culturelle et sociale. Ils offrent un espace de distraction, d'information et de liberté, qui peut jouer un travail de transformation en profondeur sur les mentalités. En analysant et en critiquant la réalité sociale, les journalistes tracent de nouvelles voies pour la société. L'encouragement de la diversité d'information et du pluralisme d'opinion entraînera aussi un changement de la donne culturelle. Communication et culture ne peuvent être dissociées. Les médias sont un lieu d'interaction

entre ces deux univers. D'une part, ils contribuent à la diffusion des idées et du savoir, et d'autre part, ils peuvent influencer la façon de penser les créations artistiques.

Les médias ont également un rôle décisif dans le fonctionnement de la démocratie à condition de casser les monopoles publics et d'instaurer la liberté de la presse et des ondes en laissant jouer la concurrence. Garantir l'exercice de la liberté de communication, c'est sans doute rapprocher la classe politique et les citoyens. L'émergence de nouvelles chaînes de télévision et de radios affranchies de la tutelle de la SNRT aura certes un impact sur l'avenir des métiers du journalisme, mais il provoquera surtout une réforme du paysage démocratique du Maroc et contribuera à son ouverture sur le monde extérieur.

Les nouvelles technologies de l'information sont une autre infrastructure essentielle à la modernité. L'univers journalistique a été profondément marqué par l'intrusion de l'internet. Dans un contexte où la règle est celle de l'internationalisation des échanges, il faut tenir compte de la capacité croissante de ce nouveau vecteur de communication. Dans les pays développés, on voit les grands groupes de presse passer des accords avec les acteurs des technologies informatiques. Ils ont sans doute compris que le renouveau du paysage technologique constitue un facteur crucial pour édifier une société qui privilégie l'accès libre à l'information et au savoir. Les synergies entre la culture, la liberté d'expression et le développement personnel seront sans doute renforcées grâce aux médias en ligne.

La communication peut être considérée comme une condition de la modernisation. Une société soucieuse de produire son identité nationale doit être attentive aux rapports entre identité, culture et communication. Le processus de développement de l'Oriental n'a de chance d'être efficace que s'il réunit ces composantes.



PATRIMOINE ET CULTURE, VALORISATION ET CRÉATION DE RICHESSES Le cas de l'Oriental

Abdelkader BEZZAZI
Professeur, Université Mohammed Premier d'Oujda

L'anthropologie, la sociologie, la psychanalyse, la sémiotique : quatre lectures parmi bien d'autres sciences pour approcher des notions comme la culture, le patrimoine, la tradition, le territoire, etc. Interroger ces notions, c'est d'abord renforcer leur sens autant que leur présence inexpugnable au sein de tout projet de développement régional ; c'est aussi explorer la possibilité d'en faire des alliés objectifs.

L'opportunité d'apporter une contribution sur ce thème m'inquiète. Mais je lui dois aussi ce plaisir d'être soumis à cet exercice redoutable de synthèse et d'argumentation... Que pourrai-je dire en m'efforçant d'interroger la complexité de ces notions : culture, patrimoine, territoire, richesses, sachant qu'il ne s'agit pas d'en parler séparément, mais de tenter de voir en quoi elles sont liées et comment la valorisation et la création les font émerger, chaque fois renouvelables à l'intérieur des dynamiques qui les sous-tendent ? Compte tenu de ce carrefour d'idées où la circulation impose quelques précautions, je dois délimiter ce thème pour ne pas sembler prétentieux, mais, surtout, pour tenter d'esquisser une ligne de réflexion qui ne soit pas trop éclatée. De plus, il me faut tenir compte d'un espace dont le paysage culturel est composé de facettes largement hétérogènes mais, aussi, dont la complexité traduit une relative homogénéité : l'Oriental.

L'observation des sources culturelles procède, souvent, par segmentation en

objets observables ; chaque approche utilise des outils conceptuels qu'elle juge opératoires selon les angles qui l'intéressent.



La culture socialise par le patrimoine

Les horizons qui en résultent sont généralement :

- soit une réduction des champs culturels à quelques cas de figures au profit d'un « intellectualisme » qui utilise des concepts dont il essaie de démontrer la force opératoire, ce qui peut présenter le risque de perdre de vue l'essentiel de l'objectif, car, au cœur des paramètres les plus pertinents dans un processus de progrès, d'évolution, de changement et de transformations, la culture intervient comme un tout (un ensemble) à travers les articulateurs de ses sources, les raisons de ses émergences, les pratiques qu'elle enseigne et les indicateurs de reconstitution d'un passé qui ouvre des possibilités d'anticipation sur l'avenir de la société ;
- soit une tentative d'appropriation de l'ensemble des expériences observatrices des sources culturelles, en essayant de ne pas tomber dans la prétention de tout savoir et de tout expliquer, avec le risque de faire valoir des grandeurs de contenus affirmés vrais sous le rapport d'un tiers actant ⁽¹⁾, à moins que l'idée de cette approche ne soit d'essayer d'ob-

server ces sources culturelles en tentant d'identifier les points de capitonnage des différents savoirs et des différentes méthodologies afin de déterminer les liens qui justifient les principes donnant vie à cet ensemble, à ce tout qui est ce patrimoine, mettant ainsi l'accent sur sa force pour orienter, gérer et donner du sens à l'ensemble des phénomènes par lesquels nous entretenons des relations au monde (nul ne peut être Argus, ce Prince qui, selon la légende, avait cent yeux et conservait cinquante yeux bien ouverts pendant qu'il dormait) ;

- soit une reconnaissance des complexités méthodologiques pour réunir l'ensemble des aspects des sources culturelles sur le plan sémantique, en veillant alors à ce que les différents niveaux de l'observation ne perdent pas de vue ce principe qui vise les isotopies mises en relation pour rendre compte de l'identité culturelle collective, où il est possible de saisir les degrés de cohérence (ou d'incohérence) du sens (orientation) du devenir social.

Les transformations au sein de ce processus sont liées aux empreintes de la culture, qui se manifestent comme traces inévitables dans les programmes de création. Dans le cas contraire, le risque serait que ces orientations ne s'appuient que sur une « déonticité » imposée par des déterminations qui naissent en dehors de toute considération des aspects culturels ; c'est exactement le cas lorsqu'un programme ne vise que l'aspect matériel et lucratif à terme immédiat dans le cadre d'un projet de développement.

Le terme-clef vient d'être prononcé ! La question inévitable est : comment la recherche dans ce domaine peut-elle « outiller » les savoirs disciplinaires sur le patrimoine culturel, de sorte que ces savoirs servent les stratégies de développement ⁽²⁾ au sens large du terme ? D'une part, l'on sait que le retrait de ces savoirs, soit sous l'effet d'une « intimidation », soit par « pudeur » de la culture traditionnelle face aux poids des nouveaux styles qui semblent, comme dirait E. Landowski, « informatiser la société » ⁽³⁾, risque de perturber les efforts des acteurs non



Les nouveaux styles semblent «informatiser la société».

avertis sur l'implication de la culture et ses effets sur le développement : faut-il justifier ce point ?

La culture joue le rôle de « socialisation » ; c'est ce qui attribue au groupe les traits de société par le recours à ce patrimoine comme ensemble qui n'admet aucune négociation, ni abstraction de l'une de ses sources, même lorsque, par exemple, telle pratique culturelle semble obsolète, désuète ou « parasitaire ».

Ce qui précède tente d'avancer l'idée qu'aujourd'hui, les observateurs intéressés par les affaires culturelles sont amenés à réexaminer les définitions de ce domaine puisque, de toutes les manières, sans la culture, il ne peut y avoir de création de richesses : le progrès est lui-même toute une culture qui exige une réflexion basée sur les cultures. C'est dire qu'aux débats argumentés des problèmes de la « société en transformation » ne devrait pas se substituer un discours de séduction sous l'effet de ces nouveaux termes de « marketing ».

La culture offre les outils qui servent de support pour la création. Il me semble que ceci peut constituer les prémisses de l'ensemble des formes d'intervention des acteurs quand ils savent interroger la culture pour saisir comment obtenir d'elle les chemins les plus sûrs ou les moins périlleux pour atteindre les complexités fertilisantes du changement, du progrès, de l'évolution au profit de l'homme. Il ne s'agit pas pour ces acteurs de constater ou d'expliquer comment les sources culturelles fonctionnent en elles-mêmes (ce qui est déjà un énorme travail qui - sauf erreur - n'est pas encore constitué comme tradition de recherche au sein de nos Universités). Il s'agit de prendre pour témoin le terrain social et de montrer comment la culture y est un facteur de taille pour la création des richesses. La société se donnera, ainsi, les moyens de dénoncer symboliquement, et donc culturellement, les éventuels abus des tendances qui risquent de contrarier ses spécificités et ses particularités définitives de la col-

lectivisation de ses membres (en tant qu'identités individuelles). Elle pourra aussi assurer la visibilité des fonctions prises en charge par les différents acteurs sociaux. Ceci doit avoir un rapport avec la notion de territoire, volet qui mérite d'être approfondi.

Les types d'approches qui semblent envisageables, convergent vers les possibilités de dégager les fonctions socialement connotées dans l'univers culturel par les traditions orales (contes, chants, proverbes...), les pratiques culturelles (accueil, manières de table, rapports à l'espace habité, approches éducatives...), les croyances populaires (techniques de thérapie et de guérison, rapports avec l'au-delà...), etc.

Les fonctions d'une logique de développement qui, généralement, s'annoncent sous la couleur de la nouveauté, semblent antithétiques par rapport aux premières, héritées des traditions. Dans cette configuration, franchement labile, il est hors de question de juxtaposer ces deux types de fonctions, mais de « *les penser ensemble dans la perspective globale d'un développement territorial intégrant culture et économie, associant des investissements publics et privés dans une même exigence de rentabilité et de patrimoine* » (4).

Le travail du penseur est de délimiter le degré du caractère antithétique de ces fonctions toutes deux connotées socialement : il ne s'agit pas d'opposer les vieilles et les nouvelles générations, mais de montrer les points de branchement sur la ligne des transformations qui se réalisent, parfois, de manière si sournoise que ni les anciennes générations ni les nouvelles ne se voient dotées des outils de détection de ces transformations. Comment réfléchir aux meilleurs moyens de transposer les savoirs et les traces de ces savoirs dans la vie sociale, telle que cette vie se trouve pleinement impliquée dans l'ensemble des enjeux du développement ?

Transposition, conversion, adaptation, remodelage, récupération, réinvestis-

sement, tous des termes qui n'auront qu'une seule visée : rapprocher, connecter, rassembler les savoirs culturels en un tout-patrimoine pour s'en servir tout en le servant dans ce cadre : les transformations visent le développement et la création de richesses. Ceci est probablement l'une des bases d'une logique de développement du territoire.

Quelques exemples du patrimoine culturel de l'Oriental vont tenter d'étayer ces quelques idées. Le progrès, vu sous l'angle des changements qu'il présuppose, implique généralement des difficultés à en accepter les contenus. Dans ce cas, il est important que le sentiment d'appartenance à la communauté et d'attachement à la terre natale, soit un facteur qui fasse adhérer les individus au développement et à la création. Dans l'Oriental, la culture est tout à fait sensible à cette voie éducative. Ainsi ce sentiment d'appartenance est-il délicatement soumis à l'appréciation de l'observateur pour peu qu'il s'intéresse à quelques figures du genre de celles qui signifient le « cimentage » par le voisinage, les liens de parenté, les formes de partage telle que l'hospitalité en tant que pratique qui relève du sacré, le devoir-protéger sa progéniture et son troupeau, et toutes les structures qui en assurent un réel réseau de valeurs culturelles.

Les enseignements traditionnels qu'offrent les valeurs investies dans les objets mis en circulation, selon des contrats implicites, sont autant d'exemples qui valorisent le principe de solidarité au sein de la communauté : *twiza* (travail accompli collectivement (solidarité) au profit d'un membre de la communauté), *tiwsi*, *l-hdiya* (cadeau offert à l'occasion d'une fête ou d'un événement heureux), *tamtumt*, *l-xmira* (levain)..., assurent la pertinence de cette dimension. Il suffit d'en saisir les valeurs pour les transposer en un langage adaptable aux nouvelles visions culturelles.

Ainsi, comment revisiter la valeur des liens sociaux entre les membres qui ont tendance à s'installer dans une individualisation de leurs univers de vie sociale, tout en se ressuscitant quotidiennement dans la nécessité d'être avec ceux qui les entourent ? Le voisinage, autrefois structuré par les liens de parenté dans les villages du massif des Aït-Snassen, se transforme en alignements de constructions gérées, dans les villes, par des affinités professionnelles (cas de tel quartier, des enseignants de tel établissement, par exemple) ou par des références d'appartenances à telle tribu ou, encore, par tel point d'accroche à un moment de l'histoire de la cité... Ces données ne sont pas innocentes : les valeurs qui géraient autrefois le voisinage ne sont plus les mêmes et, pourtant, l'élément



La musique gharnati, l'un des ciments du sentiment d'appartenance

que la culture maintient est qu'il faut qu'il y ait quelque chose qui relie, à des degrés différents, les âmes de la cité.

Ce qu'il faudrait que les institutions-instances du pouvoir public introduisent dans ce tissu, ce sont les enseignements de la culture qu'il faut retenir comme force ou pouvoir sans référence à des modèles autres que ceux des enseignements mêmes de la culture. Les pistes de la création pourraient être renforcées par cette dimension éducative : l'obligation pour chaque individu de s'assumer comme résultat des déterminations culturelles qui lui sont en même temps internes et externes. Dans ce cas, s'écarter de ce qui assure à la communauté son indivisibilité, implique systématiquement l'auto-expulsion... Les droits de l'individu ne peuvent être ni réclamés ni autorisés sans cette référence à la communauté.

Le bien public est ressenti comme propriété dont chacun est responsable, si bien que ses retombées sont au service de tous.

Ce principe de « tessérizations » réciproques, ensemble de contre-marques, a pour fonction d'interdire à chacun de nuire à l'autre puisque nuire à l'autre est, d'abord, un acte destructeur de soi-même : personne n'ira jusqu'à s'auto-détruire, à moins qu'il ne s'agisse d'un cas qui demande à être soigné. Les marabouts veillent, entre autres, sur ce type de cas. En fait, tout semble collectivement prévu en ce sens pour que l'individu qui transgresse les lois de la communauté garde en souvenir – son éducation le lui rappelle – la nécessité (obligation) de partir, de son propre gré, là où il n'a aucune possibilité de retour (ad ihjer tammurt : quitter le pays pour ne jamais y revenir).

L'individu est juge de lui-même au nom de la règle suivante : personne n'a le droit de mettre en danger l'organisation de sa communauté : « *Le prix est si élevé qu'il est presque tentant de se demander si, culturellement, il est possible d'imaginer un système pire que celui où l'individu s'exclut lui-même de son milieu (la jmaâ) lorsqu'il s'écarter des normes de conduite*



Savoir d'où l'on vient ...

collective » (5).

L'instance hiérarchique, dont le pouvoir est irréversible, est la communauté, qui se protège tout en protégeant ses membres : devant les possibilités d'émancipation, chaque individu prend soin de ce qui se construit pour la bonne cause de l'évolution et du bien-être de la collectivité. La territorialité est si bien tracée que nul ne peut y être admis s'il ne respecte pas les règles culturelles fondatrices de cette communauté. Tout vient de là : création, conditions de développement, sauvegarde des richesses, éducation, nécessité de savoir d'où l'on vient pour savoir où l'on va, etc.

Pour ne pas conclure...

1- La multiplicité des modèles théoriquement générateurs de richesses, rencontre souvent des impondérables dont l'origine, la raison ou la cause, peuvent ne pas être saisies (parfois y compris par les analyses les plus fines). Paradoxalement, on peut être en mesure de calculer les ressorts internes d'un projet créateur de richesses -avant même sa mise en route- de manière si exacte que le souci des risques se verrait affaibli. Pourtant, si l'humain n'est pas placé au cœur de toutes les facettes prometteuses – d'après la calculabilité objectivante – d'une logique de développement, il ne peut y avoir de création de richesse.

Ainsi la culture intervient-elle dans les modèles de développement au mo-

ment même où il pourrait sembler qu'elle n'y soit pas aussi fondamentale que certaines autres conditions essentiellement matérielles. C'est justement parce que la culture n'intervient jamais comme condition indépendante dans la machine génératrice de développement ; elle intervient à chaque niveau du processus, non pas de manière ponctuelle, passagère ou partielle, mais de façon à traverser tout le processus à tout moment de génération et de création, aussi bien comme outil de travail que comme force de vérification des résultats attendus.

La culture a tous les moyens de se constituer comme facteur qui rattrape le développement par son autorité sur le devenir social. Les significations de son épaisseur résident, justement, dans la nature des différents liens à l'intérieur des paramètres du développement.

2- Les enjeux illustrés par les débats autour de la manière dont une société « se pense », s'assume, se représente et s'interroge sur son devenir, sont autant de repères qui impliquent d'autres questions :

qui sommes-nous ? ...

que voulons-nous et que pouvons-nous faire collectivement ?

Ainsi, la culture, au sens large, évolue pendant qu'elle éclaire et oriente les rapports homme/monde. Il n'y a pas de raison que l'effort analytique ne puisse pas éclairer ces rapports pour percevoir, de manière scientifique, les répliques qui s'annoncent comme réactions (ou réponses provisoires) à ces questions que chaque société doit (devrait ?) se poser.

(1) *Oriental marocain : des portes du désert à la Méditerranée*, Anako, 2003, p.p. 97-98

(2) Voir Michel Balat, *Des fondements sémiotiques de la psychanalyse*, L'Harmattan, 2000

(3) Voir Marcel Mauss, *Essai sur le don*, Anthropologie et sociologie, PUF, 1980.

(4) Voir Abdelkader Bezzazi, *La tamtamt (levain) : usages et valeurs*, Passerelles, N° 24, p.p. 163-168.

(5) *Oriental Marocain : des portes du désert à la Méditerranée*, op. cit. p. 99,



Infrastructures culturelles de l'Oriental État des lieux d'une Région en pleine mutation

Abdelmalek FIZAZI
Consultant auprès de l'Agence de l'Oriental

Les infrastructures culturelles héritées d'avant l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental sont en quantité et qualité insuffisantes, comme l'étaient bien d'autres équipements régionaux. La renaissance de l'Oriental, construite sur une vision géostratégique ambitieuse, n'est pas qu'économique : sa dimension sociale comporte un volet culturel qui participe de l'attractivité régionale en contribuant au « bien vivre » dans la Région. La mobilisation des institutions vient ici à la rencontre de la dynamique associative pour fertiliser un potentiel et des initiatives que ne demandent qu'à s'épanouir.

La situation des infrastructures et des équipements culturels modernes (centres culturels et salles polyvalentes, bibliothèques, médiathèques, musées, monuments et sites, inventaire du patrimoine, théâtres, cinémas) de la Région de l'Oriental, est pratiquement similaire à celle des autres équipements et infrastructures de la Région.

Après avoir souffert d'un handicap patent, la Région a entamé depuis le nouveau règne, et plus particulièrement depuis les discours fondateurs de Sa Majesté le Roi, du 18 mars 2003 et celui du 18 mai 2005 - respectivement « l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental » et « l'Initiative Nationale pour le Développement Humain » (INDH) - un certain nombre de chantiers pour équiper les centres urbains, et même certains centres ruraux, en infrastructures culturelles afin de faire face à la demande toujours plus pressante d'une population où le tissu

associatif est particulièrement actif. La culture est considérée dans ces textes fondateurs comme un besoin nécessaire à satisfaire. Il faut donc lui fournir les infrastructures pour abriter ses activités et impulser ses créations. Parler de la situation des infrastructures et équipements culturels dans la Région de l'Oriental implique forcément d'examiner le degré d'importance de la présence du département ministériel chargé de la culture dans cette Région. « *Service Culturel Régional de la Culture, Délégations Provinciales et Préfectorale des Affaires Culturelles : une existence administrative, mais une présence lacunaire* ». C'est ainsi qu'un chercheur définit de façon laconique (dans une thèse du 3ème cycle en Urbanisme et Aménagement du territoire) la présence du département en charge de la culture dans la Région de l'Oriental.

En effet, ça n'est qu'en 1978 seulement que le Ministère des Affaires Culturelles prend pied dans l'Oriental, à Oujda.

Auparavant, tout l'Oriental dépendait des services culturels régionaux de Fès ! Un Arrêté ministériel du 22-02-1978 porte alors création du « Service Culturel Régional de l'Oriental » à Oujda. Mais cela ne veut pas dire pour autant que cette présence est effective et comporte tout ce dont les services régionaux doivent disposer pour appliquer une politique culturelle. A l'encadrement humain insuffisant et de faible qualification, s'ajoute la faiblesse des budgets. Cette remarque et cette situation resteront récurrentes encore longtemps du fait d'un déficit structurel que la Région ne comblera pas de sitôt.

La même étude ajoute : « ...leur champ d'action était très vaste. Mais, dans la réalité, ces services n'ont jamais été très fonctionnels ».

La situation va perdurer, malheureusement, même quand, à partir de 1983 (Décret n°2.28.708 du 13 janvier 1983) et 1986 (Arrêté n°87.546 d8-10-1986



Le village des artisans à Oujda

portant création des Délégations Provinciales du M.A.C., B.O. 3884 du 8-4-87), la Direction Régionale de la Culture dans la Préfecture d'Oujda et les Délégations de Nador et de Figuig seront mises en place.

La même étude ajoute le commentaire suivant : « la réalisation d'un si vaste réseau de représentations provinciales du Ministère des Affaires Culturelles (à cette époque) relevait de l'utopie vu les difficultés financières auxquelles faisait face le département de la culture ». La création de ces délégations et leur programmation, apparaissent comme une fin en soi, quand on considère le peu de moyens financiers et la faiblesse de l'encadrement humain dont elles disposaient devant des missions, aussi importantes et aussi urgentes, que la lecture publique, l'inventaire et la restauration du patrimoine historique, archéologique et immatériel ; sans oublier l'animation culturelle nécessaire pour construire et consolider une urbanité mise à mal par l'importance de l'exode rural et la faiblesse du niveau d'éducation.

Ce constat est d'autant plus vrai que la création des Délégations de Figuig et de Nador n'est réalisée dans les faits respectivement qu'en 1994 et 1997 !

Ces Délégations Préfectorale et Provinciales devaient normalement comporter les équipements suivants :

- des maisons de la culture, ou des complexes culturels ;
- des bibliothèques et/ou des médiathèques ;

- des musées des galeries d'art pour les expositions.

Qu'en est-il dans les faits ? Et comment se présente la répartition des infrastructures culturelles dans la Région ?

La présence à Oujda de l'Université, celle du Centre Culturel Français, ainsi que de la Faculté Pluridisciplinaire de Nador, ont un poids et un impact certains dans la vie de la Région grâce aux activités et animations qu'ils procurent tout au long de l'année et par le biais de l'encadrement de la vie urbaine qu'ils assurent à la capitale régionale et à la métropole du nord de l'Oriental qui se développe sur la façade méditerranéenne de la Région.

Le bref aperçu que nous donnons ci-après concerne les infrastructures et les équipements opérationnels dans la Préfecture d'Oujda et les Provinces de la Région. Leur impact ne peut être quantifié dans un tel survol. Une évaluation plus élaborée est actuellement réalisée dans le cadre d'une étude menée à la demande du Ministère de la Culture et de l'UNESCO.

A l'instar de nombreux aspects qui caractérisent l'Oriental, celui des infrastructures et des équipements culturels reflète une insuffisance flagrante doublée d'une répartition très inégale, comme on peut le constater à travers cet aperçu sur la Région.

Préfecture d'Oujda

La Préfecture d'Oujda et sa capitale régionale concentrent plus du tiers des bibliothèques de la Région (10 sur 27). Oujda en compte six, dont une seule atteint les normes internationales avec 8 203 titres et 10 688 ouvrages. Elle compterait un millier d'adhérents permanents d'après les responsables locaux.

Le Conservatoire est logé dans le jardin et « au musée » Lalla Mariam. Il reste très largement insuffisant (80 à 90 élèves pour 4 cours : piano, guitare, violon et luth). Des associations culturelles (dix) qui s'intéressent au patrimoine gharnati assurent un certain enseignement et contribuent à la sauvegarde de ce patrimoine, dont Oujda reste un foyer important dans l'espace maghrébin.

Le musée, institution indispensable de toute urbanité, qui contribue à la structuration de l'espace urbain, est absent dans toute la Région. A la différence des capitales administratives des autres Régions du Royaume, autrefois chef-lieu des Provinces dans l'ancienne organisation administrative, Oujda n'a pas vu la création d'un musée régional, ni pour montrer sa richesse archéologique, ni pour mettre en valeur sa diversité culturelle au sein d'un musée d'arts et traditions. Le « musée Lalla Mariam » n'est malheureusement pas un musée.

Aujourd'hui, pas moins de quatre musées sont projetés à Oujda. Il faut souhaiter que ces musées soient à la hauteur de la richesse de l'Oriental et des ambitions qui portent la Région pour faire face au développement tous azimuts qu'elle a entamé.

En projet ou en voie d'achèvement, Oujda compte : une grande médiathèque, une grande salle polyvalente, une galerie d'art, un musée d'art contemporain, un conservatoire de musique, ainsi que six projets de l'INDH pour réaliser des bibliothèques et des salles multimédia, dont celles de Hay Nour, Hay Nahda et Hay Najid parmi d'autres quartiers. Ces dernières infrastructures ont l'avantage d'être neuves, conçues dans ce but spécifique, et d'avoir reçu un personnel formé dans la gestion d'unités culturelles.



Bibliothèque régionale d'Oujda

Province de Nador

Malgré la faiblesse des équipements culturels, cette Province reste dynamique grâce à l'importance de l'action des nombreuses associations non gouvernementales qui intègrent pratiquement toutes des aspects culturels dans leurs programmes et leurs activités. On y compte cinq bibliothèques « municipales » (à Zaïo, El Aroui, Midar, et Tafarcit) et une bibliothèque appartenant à une association.

A Nador, la Délégation de la Culture possède un fonds d'ouvrages, mais la bibliothèque n'a pas encore été transférée dans un local dédié. Un Complexe Culturel est opérationnel à Nador depuis l'été 2007. Il a inauguré son activité par une manifestation majeure qui a vu s'y tenir une partie des activités du Festival Imerqan des cultures immatérielles méditerranéennes. Il permet à la ville de Nador de disposer d'un équipement polyvalent qui lui faisait gravement défaut.

Le musée que mérite la ville manque. Nador possède cependant un musée consacré à une personnalité « historique » de la Région : le musée du Maréchal Ameziane financé par une fondation privée.

Un projet de musée existe chez des universitaires particulièrement actifs et dévoués pour encadrer les jeunes et les sensibiliser à leur patrimoine. Ce projet semble prêt d'aboutir. Il s'intéresserait à la riche préhistoire et au milieu écologique de la partie nord de la Région.

Province de Bouarfa

Excentrée, cette Province connaît une activité et une vie culturelle surtout grâce au dynamisme du milieu associatif, particulièrement à Figuig. Les bibliothèques (9) se répartissent entre Figuig (3), Bouarfa (2), Bouanane (2), Ain Chouater(1) et Bni Tadjit(1). Figuig accueille un projet,

Dar at Takafa, en partenariat avec le programme MEDA. Ce centre culturel polyvalent est achevé et en grande partie équipé.

Province de Jerada

Localité anciennement minière, Jerada a bénéficié de son ancienne situation pour se doter d'un complexe culturel polyvalent, où se trouvent aussi bien une bibliothèque, une salle qui peut faire office de théâtre, un conservatoire de musique, une salle d'exposition et des ateliers.

Jerada compte une activité théâtrale remarquable où se perpétue la tradition du « théâtre ouvrier ». Elle pourrait regagner son ancien dynamisme avec du soutien et un budget idoine pour financer le dynamisme des associations.

Jerada développe un projet de « musée de site minier » unique au Maghreb. Ce musée, auquel l'Agence de l'Oriental est associée avec le Ministère des Mines et celui de la Culture, vise à réaménager l'ancienne friche industrielle et à créer une infrastructure culturelle à l'instar de ce qui s'est fait dans le Nord de la France ou en Pologne et dans d'autres pays où, l'activité minière venant à cesser, il était primordial de sauvegarder le patrimoine qu'elle avait légué et de préserver la mémoire de générations de mineurs et de cadres qui avaient contribué à la richesse nationale.

Provinces de Berkane et de Taourirt

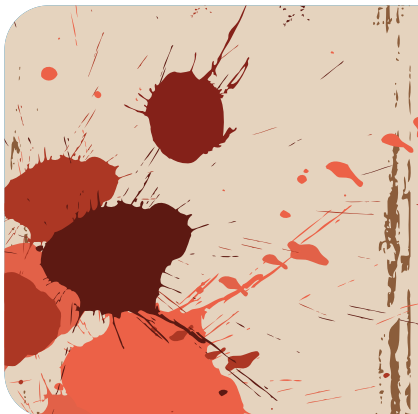
Ce sont les Provinces « sinistrées » pour ce qui concerne les équipements culturels. Elles comptent chacune une bibliothèque municipale qui s'ajoute à celles des établissements d'enseignement.

Berkane dispose bien d'un embryon de conservatoire de musique mais on est très loin de ce qui devrait exister dans des villes ou anciens gros villages qui ont produit tant de hauts cadres du Royaume ... et continuent de le faire.

Si la Région ne possède pas d'infrastructure spécifique pour abriter des troupes de théâtre (les représentations théâtrales se jouant dans les rares salles de cinéma encore ouvertes), les auteurs et dramaturges de l'Oriental ont par contre toujours contribué à cet art et à son enrichissement à l'échelon national. Les complexes culturels actuellement achevés ou en voie de l'être permettront de combler cette lacune, et offriront à la créativité des jeunes talents un lieu où s'exprimer.

La floraison des associations et leur dynamisme, s'ils ne comblent pas le déficit de la politique culturelle officielle et le manque d'encadrement qu'elle fournit, permettent aux populations de la Région de bénéficier d'activités culturelles et artistiques pérennes. Les événements majeurs en sont les festivals locaux et régionaux qui ont acquis une certaine notoriété et en sont à près de leur dix-huitième ou dix-neuvième édition, comme le Festival de Saïdia ou celui du Gharnati.

Cependant, au vu de l'action (et parfois fois même de « l'activisme ») du milieu associatif, on ne peut se contenter d'un tableau aussi peu positif. Il faut reconnaître les efforts des structures dédiées à ce secteur, malgré les moyens limités. Agissant dans le cadre de partenariats avec les conseils élus et avec des sponsors publics ou privés, ils parviennent de plus en plus à améliorer leurs offres de services, en quantité et en qualité, et ce d'autant plus que l'armature des infrastructures culturelles s'améliore, et que l'encadrement s'étoffe.



ARTS PLASTIQUES

Les oubliés de l'Oriental ?

Abderrahmane ZENATI
Ecrivain, artiste peintre

Quand le grand défi des infrastructures est en passe d'être gagné, quand l'Oriental s'affirme toujours plus attractive, les hommes de culture, et d'abord les artistes, nous rappellent que nous apprécions aussi des plaisirs nés de la contemplation des œuvres conçues dans l'imaginaire des créatifs. Mais quand l'artiste doit vivre de son art, il lui faut un contexte d'exposition, un cadre de contact avec ses publics, un contexte de distribution commerciale qui lui donne une vraie opportunité de séduire. Le renouveau touristique exacerbe bien sûr cette attente.

L'art est universel. Il n'a aucune religion, aucune patrie, aucune langue, car les langues momifient les choses et les êtres dans une historicité qui finit par en corroder l'essence... L'art, sous toutes ses

formes, exprime le mal de l'homme, le mal d'un pays... les maux du monde.

Dans la Région de l'Oriental, les vocations artistiques et les moyens d'expression sont multiples et diversifiés : hom-

mes et femmes, issus des écoles des Beaux-Arts ou admirables autodidactes, créent, réalisent et exposent à l'occasion leurs productions au grand bonheur des amateurs. Ainsi, à Saïdia, les expositions en plein air, « l'art dans la rue », attirent des collectionneurs avertis et des spectateurs intéressés, tant marocains qu'étrangers, notamment européens.

Ces expositions, véritables « marché de l'art » dans les domaines de la peinture et du livre est, depuis quelques années, en expansion de valorisation absolue, avec une progression des ventes en hausse.

Nombreux sont les nationaux et les étrangers qui considèrent l'Oriental comme un immense bouillon de culture permanent et un vaste atelier de peintres confirmés aux styles différents et spécifiques.

Sa Majesté le Roi Mohammed VI porte un intérêt tout particulier à l'art et aux artistes du Royaume en général et à ceux de l'Oriental en particulier.



L'Oriental : un vaste atelier pour peintres confirmés

> Éclairages

À Oujda, Berkane, Nador, Jerada, Taourirt et Figuig, la création fructueuse des œuvres des maîtres inspirés de la palette et des plumes convaincues apportent une contribution importante au développement culturel de l'Oriental.

À l'heure de l'ouverture de notre pays sur d'autres espaces culturels et économiques importants au plan mondial, les artistes de l'Oriental voient d'un bon œil la grande mutation et le plan de développement à la fois audacieux et ambitieux lancé dans la Région...

L'avenir est donc des plus prometteurs pour les artistes, avec l'apport hautement bénéfique de l'Agence de l'Oriental, qui s'implique dans les manifestations culturelles et dont l'action produit son impact sur l'afflux touristique si nécessaire au développement de cette Région émergente. L'heure est effectivement plus que jamais propice à conquérir les autres places de la culture mondiale et les différents marchés de l'art à travers les continents.

L'un des objectifs, par ricochet, des artistes de l'Oriental, consiste à attirer davantage de touristes, de collectionneurs d'œuvres d'art, et autres investisseurs.

Cependant, les artistes de notre Région continuent souvent de souffrir d'aléas administratifs : malheureusement, certains responsables inconscients et insensibles à l'art refusent à l'artiste son droit moral à exposer ses œuvres. Ce fait, manifestement injuste, bloque souvent l'inspiration et le « marché de l'art » dans l'Oriental. Or, ce même marché constitue, par lui-même, un enjeu économique et un des éléments décisifs stimulants et importants.

Il est impératif que le dynamisme de la création dans l'Oriental soit entretenu, et les droits des artistes préservés, afin d'encourager la création et d'assurer le maintien du rôle des créateurs. Toute réflexion sur l'art dans la Région implique la prise en considération prioritaire du statut des artistes du fait que la plupart d'entre eux, pour ne pas dire tous, vivent de leur art et sont souvent confrontés à un man-



Le tourisme nouveau crée un marché nouveau

que de capacité matérielle, au risque de freiner toute inspiration prometteuse génératrice d'une action efficace.

Oujda vient de se doter d'un complexe culturel, d'un théâtre et de deux galeries. Ces infrastructures sont appelées à promouvoir et valoriser l'art de l'Oriental dans sa diversité d'expression et d'encourager la recherche sur la création régionale. Avec ces édifices il faut multiplier les expositions et revisiter l'histoire de l'art de l'Oriental dans son ensemble pour réhabiliter, reconnaître et revaloriser des pans entiers de notre patrimoine culturel resté dans l'oubli. Le souci est de réconcilier la peinture avec le public marocain en mettant la lumière sur la beauté, la sensibilité et l'expression de la couleur et du dessin, sur lesquels a pesé pendant très longtemps un discrédit pseudo-religieux injustifié.

Il faut absolument soutenir et encourager les artistes de l'Oriental à développer leurs imaginations et à poursuivre leur création artistique, c'est un atout majeur pour l'évolution permanente de la Région, pour le changement des mentalités et pour l'éducation artistique de nos concitoyens.

À l'heure actuelle, il faut déplorer l'inexistence d'un véritable musée d'art plastique à l'échelon régional, ou d'une autre infrastructure à même de conserver et de

transmettre l'expression picturale d'une génération à une autre.

À titre d'exemple, n'est-il pas regrettable de ne pouvoir contempler aucune œuvre des artistes de l'Oriental disparus et rien de ceux qui sont encore en vie. Pour que le grand nombre de touristes attendus à Saïdia ne bronze pas idiot, il est temps de songer à créer une offre culturelle, notamment en ouvrant des galeries et musées dans cette désormais célèbre cité balnéaire qui fait l'orgueil du Maroc Oriental.

L'art contribuera ainsi à construire la notoriété et la belle image de l'Oriental, Région de grande histoire et très probablement de grand avenir, lui assurant ainsi davantage de rayonnement culturel et de développement économique...

Tous les artistes et les hommes de culture de l'Oriental souhaitent ardemment être entendus par les instances concernées.



Les arts plastiques vivent dans les villes