DIAGNÓSTICO DE IDENTIFICACIÓN

Promoción de la equidad de género a través del fortalecimiento de las cooperativas de mujeres de la provincia de Chefchaouen, Marruecos

Entidades que lo han elaborado

AIDA

ATED

Contenido

INTRODUCCIÓN 3
ANÁLISIS DEL CONTEXTO 4
Marco Global 4
Situación socio-económica en la zona de Intervención 5
Situación de degradación ecológica en la provincia 5
Mapa de la zona de Intervención; de las cooperativas y asociaciones 6
DIÁGNOSTICO PARTICIPATIVO 7
Cooperativa Femenina de Al Mahroun 7
Cooperativa de Azilane 10
Cooperativa Femenina de Tejidos Talassemtane 13
Cooperativa Femenina de Tejidos Akoumi. 17
Cooperativa Femenina de Tejidos de Khazana. 19
Asociación de Guías Turísticos de la ciudad de Chauen 21
Asociación de Albergues Rurales de la Provincia de Chauen 23
Análisis de alternativas 28
Análisis de Riesgos 30
CONCLUSIONES 32
Anexos 33

INTRODUCCIÓN

Durante un encuentro realizado entre el comité directivo de la Asociación ATED y el delegado de AIDA en Marruecos en el mes de diciembre de 2020, se decidió de forma conjunta buscar mecanismos y oportunidades para apoyar a las cooperativas de la región, que según las informaciones que estaba recibiendo el equipo de ATED se encontraban en una situación económica deplorable debido a los efectos de la Pandemia COVID-19 en la zona.

A estas informaciones sobre la situación de las cooperativas se sumaban, además, las conclusiones de dos importantes estudios que han sido elaborados por la Asociación ATED recientemente, como son el *Informe sobre la situación Medioambiental de la Provincia de Chauen* (2019, http://assated.com/wp-content/uploads/2020/10/rapport-FR.pdf), y el *Estudio de identificación de las actividades económicas ligadas al emprendimiento femenino* (2020, anexo al presente informe), cuyas recomendaciones han sido igualmente tenidas en cuenta en el marco de este documento.

El presente diagnóstico surge por lo tanto de este compromiso entre ambas organizaciones y ha sido elaborado por un equipo mixto de personas pertenecientes a la Asociación AIDA en Marruecos (delegado y experta en género) y a la Asociación ATED (coordinadora de proyectos sociales y coordinadora de proyectos de desarrollo rural) que han estado visitando, durante las últimas dos semanas del mes de enero las cooperativas que podrían participar en una futura intervención.

En el diagnóstico de identificación, se han realizado entrevistas a este respecto con los principales actores involucrados en la propuesta, como son Titulares de Obligaciones, como la Vicealcalde de Chauen, Representante Cámara de Artesanos, Director Instituto Técnico de Especialistas Agrícolas, y se han realizado grupos focales con cada una de las cooperativas y asociaciones que participan de la propuesta, que nos han aportado las informaciones más recientes sobre la situación actual, especialmente en referencia la Crisis COVID-19.

A las personas que forman parte de estas cooperativas les queremos agradecer el apoyo que nos han brindado en todo momento, la forma en la que nos han acogido y la manera como nos han explicado una situación tan complicada como a la que actualmente se enfrentan.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Marco Global

En Marruecos, el sector turístico es el segundo sector que más contribuye al PIB del país, siendo que en 2018 representaba un 6,8% del PIB del país y englobaba más de 540.000 empleos directos (un 5% del total). La crisis generada por el COVID-19, con el cierre de fronteras a partir del 20 de marzo 2020, ha supuesto una brusca caída del sector, que según los datos de la Oficina Nacional de Turismo ha perdido 10,5 millones de turistas, con unas perdidas aproximadas de 1.200 millones de euros en el primer semestre de 2020 y un cierre temporal del 80% de los hoteles.

Sin embargo, los expertos del sector turístico consideran que esta caída no ha hecho más que **acentuar las debilidades del sector turístico que se arrastran desde décadas atrás**, ya que se trata de un sector "extremadamente vulnerable" que ya ha sufrido pérdidas semejantes en el pasado por motivos externos, como, por ejemplo, con los atentados de Marrakech o la crisis del Golfo. A este respecto, el profesor de la Universidad de Rabat e investigador Mohamed Berriane identifica cuatro pilares de la fragilidad del sector turístico en Marruecos:

A). La desigualdad de desarrollo entre regiones: algo que concierne directamente a la zona de intervención, puesto que, a diferencia de las zonas de litoral donde las infraestructuras están más desarrolladas (línea de alta velocidad Tánger – Casablanca, o autopista Tánger – Marrakech, y aeropuertos), la "perla azul" se encuentra aislada en las montañas con el único acceso a través de una carretera nacional.

B). La negación ante el cambio climático: el aumento global de la temperatura está teniendo consecuencias nefastas en el paisaje turístico marroquí, con el aumento del nivel del mar (y el consecuente deterioro de las playas) y el aumento de las sequías, que se está convirtiendo en un mal endémico, sin haber una respuesta por parte del estado. Como demuestran los datos recopilados en el estudio recientemente elaborado por la asociación ATED[1], socio de AIDA, estos efectos se pueden constatar igualmente en la Provincia de Chaouen, tanto a nivel de deterioro de las playas y de los bosques como del aumento de las sequías.

C). El no tener en cuenta los cambios en las demandas turísticas. El modelo de explotación turística marroquí continúa arraigado en las experiencias de los años 60, sin haberse adaptado una nueva demanda que busca un valor añadido en sus experiencias.

D). No tener en cuenta la demanda interna. En esta ocasión, de nuevo, ha sido el público nacional el que está aliviando la crisis del sector turístico. El ascenso de la clase media en Marruecos está provocando un incremento del turismo interno, especialmente hacia la región del Norte, que se estima que recibió el 50% de los desplazamientos en 2019.

[1] *Rapport sur l'état de l'environnement dans la Province de Chefchaouen*. ATED, 2019

Situación socio-económica en la zona de Intervención

A diferencia de otros centros urbanos del país que tienen una económica más diversificada (Tánger – industria, Casablanca - comercio y servicios, etc), la ciudad de Chauen tiene, según los datos de la Municipalidad, **un 80% de su población activa ligada al sector turístico (incluyendo artesanos)**. La cadena de televisión francesa TV5 publicó un reportaje en septiembre de 2020 donde se estima que pese a tener 0 casos de Covid en los últimos 6 meses, había **un 70% de los hoteles cerrados**. En este contexto, tanto la Asociación de Guías como la de Albergues rurales han señalado cómo debido a la demanda interna sus negocios han podido continuar en funcionamiento, especialmente gracias a las personas de las grandes urbes marroquís que ahora tienen un mayor interés por el turismo de naturaleza.

Las relaciones de género también han cambiado debido al impacto de la crisis, durante el grupo focal en el aduar de Akoumi las trabajadoras de la cooperativa de telares nos indicaban como "*ahora son las mujeres las que sostienen la economía familiar*" mediante los escasos ingresos que generan de la venta de mandiles de lana entre las comunidades vecinas, ya que el 100% de los hombres de la comunidad generaban sus ingresos a partir del turismo.

En este contexto de "catástrofe nacional" ha sorprendido la ambiciosa estrategia lanzada en diciembre de 2020 por el Director de la Oficina Nacional de Turismo, a través de un plan de acción, para ejecutar de forma inminente, centrado en realizar una gran campaña por la promoción del turismo nacional y en promover actividades para un turismo más diversificado y ecológico.

Situación de degradación ecológica en la provincia

El informe sobre la situación del medioambiente en la provincia de Chefchauen, publicado por la Asociación ATED a finales de 2019, nos muestra minuciosamente a lo largo de sus 120 páginas el impacto ambiental que las actividades humanas están teniendo en la provincia. Dicho informe está organizado en cuatro bloques temáticos, en función de las principales áreas de análisis: 1. El Agua, 2. El Bosque, 3. El Litoral y 4. Los Desechos. En los cuatro niveles **se constatan niveles de degradación significativos**; desde vertederos "salvajes" en el interior de los parques naturales, a vastas zonas de deforestación en zonas protegidas, pasando por la sobreexplotación de los acuíferos para cultivos no legales como el kif (hachís). Y, además, todo en un proceso muy acelerado en comparación con las evaluaciones medioambientales precedentes, por lo que se insta tanto a la gobernación provincial como a las diferentes municipalidades a tomar medidas urgentes.

Como hemos visto previamente la zona de Chauen no es sólo la "casa" de todos los que viven en la región, sino que es además, ya sea a través del turismo o la agricultura, su principal medio de vida, de ahí la importancia de contribuir a cambiar, de manera urgente, la percepción que la población tiene sobre el medioambiente.

Mapa de la zona de Intervención; de las cooperativas y asociaciones

DIÁGNOSTICO PARTICIPATIVO

Cooperativa Femenina de Al Mahroun

La cooperativa se encuentra en el aduar de Khazana, a 14 kilómetros del centro de la ciudad de Chauen. Se accede por una pista de tierra que sale de la carretera nacional que conecta Chauen con Alhucemas.

Se trata de un aduar eminentemente agrícola en dónde la mayoría de la población se dedica a la agricultura y al ganado, compaginados con actividades informales en el sector turístico en la ciudad de Chauen, principalmente en la restauración y la venta de artesanías.

La cooperativa fue creada en 2018 por un grupo de mujeres del barrio Mahroun con el objetivo aumentar los ingresos que entraban en los hogares, que dependían exclusivamente de sus maridos/padres. Pese a que la mayoría de las integrantes ya realizaban este trabajo con anterioridad de forma individual o familiar, no ha sido hasta el 2018 que han decidido juntarse y oficializar su situación a través una cooperativa. En la actualidad está compuesta por 13 mujeres, de las cuales el siete tienen menos de 30 años. En relación a su nivel de estudios, tan sólo encontramos una persona con estudios secundarios (la presidenta), seis con estudios primarios, y seis analfabetas.

La cooperativa se ha especializado en la conservación y transformación de productos frutícolas, como el membrillo o la ciruela, sin embargo, se ha convertido en un referente a nivel local por su producción de sirope de uva, *Samit* en lengua local y conocido en España como “Arrope Sefardí”.

En el catálogo nacional de productos autóctonos de Marruecos se hace referencia a este producto como emblemático dentro de la zona Tánger-Tetuán, siendo que en la actualidad sólo se produce en la zona de los alrededores de Chauen. Según dicho catálogo, su producción se basa en técnicas tradicionales del siglo XVI.

El director del Instituto de formación para Técnicos Especialistas en Agricultura de Tetuán señaló que, por parte del Ministerio de Agricultura, hay un alto interés en la promoción de este producto por tratarse de un producto de origen local, en el que se utilizan técnicas tradicionales de producción y que además tiene un alto valor nutricional y medicinal.

En el momento en el que se realizó este diagnóstico, desde la cooperativa señalaron que aproximadamente producían una media de 300 litros de sirope de uva al año, y otros 400 de membrillo. En relación a los precios, el litro de sirope de uva podía alcanzar hasta los 300 DH (30 € aprox.) mientras que el membrillo, por ser mucho más común se vendía entrono a los 35 DH por litro (3,5 €). El resto de productos, fundamentalmente mermelada de ciruela y otras variedades, estaban todavía en fase de experimentación.

En las ferias en las que habían participado sin duda el producto que había suscitado más interés era el sirope de uva. Sin embargo, se enfrentaban a varias dificultades en su producción que se enumeran a continuación.

Membrillo en almíbar de la cooperativa de Al Mahroun.

Obstáculos identificados

Desde la cooperativa señalaron como las principales dificultades a las que se enfrentaban en el momento actual:

- Falta de equipamientos.
  Realizan los procesos utilizando técnicas tradicionales que ralentizan mucho los procesos, como por ejemplo el secado de los productos. Tres de las mujeres de la cooperativa han recibido formación por parte de la Delegación de Agricultura, y conocen el procedimiento necesario para la conservación de los productos, sin embargo, en la actualidad no disponen de los medios ni de los equipamientos necesarios, como serían una prensa (puede ser manual, pero adaptada al uso específico) horno de secado, material de embalaje, etc.

- Falta de un espacio físico en donde realizar su actividad.
  En la actualidad están realizando el proceso de secado y producción en las casas de las mujeres de cooperativas sin disponer de un espacio común. Este espacio no sólo no es adecuado (desde el punto de vista sanitario), sino que además no permite que puedan dejar de forma permanente los utensilios que utilizan para la producción, ni puedan disponer un espacio permanente para el almacenamiento de sus productos. En sus palabras, esto afecta igualmente a la cantidad de productos que realizan, ya que consideran que si dispusieran de los medios adecuados y de un espacio la producción se vería aumentada ampliamente.

- Falta del reconocimiento de la ONSSA.
  La Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria en la Alimentación es el organismo encargado de certificar que un producto cumple las garantías necesarias para su comercialización. Si bien es cierto que Marruecos es un país en donde tanto la economía informal como los productos locales tienen un gran peso y demanda entre la población, sí que es cierto que para conseguir emplazar los productos locales en grandes superficies es necesaria esta autorización. Los principales obstáculos para conseguirla están precisamente relacionados con los dos puntos anteriores: la falta de equipamientos apropiados y de un espacio físico adecuado que permita llevar a cabo el proceso, garantizando en todo momento el cumplimiento de las normas higiénico-sanitarias. Dos de las participantes de la cooperativa han participado recientemente en un curso ofrecido por la ONSSA para obtener esta autorización y conocen sus requisitos.

- Falta de variedad en sus productos.
  Hasta la fecha, principalmente han realizado la conservación y embotellamiento del membrillo y el sirope de uva de forma profesional. Sin embargo, a través de las mismas técnicas se podrían realizar muchos más productos.

Terrenos donados a la cooperativa

Puntos fuertes

- El contar con la elaboración de un producto natural muy demandado a nivel local y regional, que se encuentra además entre la lista de productos autóctonos destacados a nivel nacional.
- Disponer de la donación de un terreno de 432 m2 para la edificación de un centro para la cooperativa.
- Motivación por parte de las participantes, que incluso ya han participado en ferias a nivel regional para promocionar sus productos.
- Estar físicamente presentes en una zona agrícola en donde hay un importante desarrollo en el cultivo de árboles frutales que pueden ser utilizados para la transformación y conservación de los productos.
- Estar oficialmente registrada.

Cooperativa de Azilane

En pleno corazón del Parque Nacional Talassemtane, a tan sólo 14 kilómetros de Chauen por una pista de alta montaña encontramos el aduar de Azilane que le da nombre a esta cooperativa de productos locales y servicios turísticos. En este aduar residen de forma permanente quince familias (unas 80 personas) que viven de las actividades agrícolas y turísticas.

La belleza del entorno, así como las posibilidades de turismo de montaña que ofrecen, contrastan sin embargo con la falta de servicios (actualmente no hay una escuela funcional) y con las condiciones de vida extremas en una zona que, según las informaciones recibidas, suele estar aislada de Chauen algunas semanas al año a causa de la nieve.

La cooperativa, de la que forman parte activamente diez personas, se ha creado recientemente con el objetivo de poder oficializar sus servicios. Entre sus objetivos se distingue una parte dedicada a la producción y comercialización de productos locales, tales como la miel o diferentes tipos de mermeladas, y otra dedicada a ofrecer servicios turísticos integrales, como visitas guiadas, talleres de elaboración de productos tradicionales, etc.

Entre los miembros activos encontramos cinco hombres y cinco mujeres, de los cuales cuatro mujeres y tres hombres tienen una edad inferior a los 30 años. Las cinco mujeres que componen el grupo no están alfabetizadas (si bien dos están participando en cursos de alfabetización en la actualidad) mientras que entre los hombres dos tienen estudios secundarios, uno de ellos tiene estudios de primaria y otros dos no están alfabetizados.

Vista del aduar de Azilane, en el parque de Talassemtane

En el momento en el que se realizó este diagnóstico, consideraban estar produciendo una media de 70 litros de miel al año, junto con una media aproximada de 50 litros de mermeladas embotelladas. Sin embargo, la comercialización de estos productos se

realiza de forma ocasional a las personas que llegan al aduar, siendo que una parte importante se destina a consumo propio. Los productos carecían de recipiente propio (era reciclado) y de etiquetado.

Debido a la crisis generada por la emergencia sanitaria del COVID 19, esta población, que ya se consideraba que estaba teniendo unas condiciones de vida difíciles antes de la pandemia, se ha quedado absolutamente desprotegida, ya que, como hemos visto, vivían de actividades agrarias de subsistencia (en alta montaña) y del turismo, pero dentro del sector de la economía informal. Ha sido de hecho esta situación lo que también les ha impulsado a registrarse y crear una cooperativa oficializada.

Además de los productos mencionados, había también un alto interés entre los miembros de adquirir los conocimientos necesarios para la producción de plantas aromáticas y medicinales, muy características de esta región.

La cooperativa dispone de un local en donde realizar sus actividades de producción que puede ser utilizado al mismo tiempo como punto de venta de los productos.

Obstáculos identificados:

- Producción "casera" destinada al autoconsumo y a la comercialización ocasional:
    - Falta de equipamientos necesarios para llevar a cabo las actividades de conservación y transformación en condiciones higiénicas y seguras.
    - Utilización de técnicas tradicionales y manuales que en ocasiones limitan la producción.
    - Dificultades en la comercialización de los productos, debido a los puntos anteriores y al aislamiento de la región.

Puntos fuertes:

- Alta calidad de los productos en sí mismos. Esta miel procede de una zona montañosas con vegetación salvaje (miel de montaña) y está habitualmente muy valorada en los mercados.
- Punto de venta idóneo para el turismo de montaña.
- Posibilidades de integrar actividades de producción artesanales con turistas.

Terreno de cultivo con canales de irrigación

Cooperativa Femenina de Tejidos Talassemtane

Esta cooperativa, que se dedica a la elaboración de tejidos tradicionales y productos textiles, se encuentra en el centro de la ciudad de Chauen. Está integrada por siete mujeres, de las cuales dos de ellas han realizado estudios de primaria y el resto no han sido alfabetizadas, siendo algunas de ellas también mujeres en situación vulnerable. La cooperativa participó en un proyecto anteriormente financiado por el Ayuntamiento de Madrid con buenos resultados. Se consiguieron crear, en el marco de ese proyecto, productos novedosos de calidad comercial, pasando de obtener unas ventas mensuales de 1425 dírhams el primer mes de registro (enero 2019) a 10.215 dírhams después de un año de trabajo en el marco del proyecto en el mes de diciembre de 2019. Sin embargo, a partir de marzo 2020 con la pandemia de COVID-19 la cooperativa permaneció cerrada durante varios meses (por decreto oficial), y sólo a partir de septiembre 2020 ha ido paulatinamente recuperando la producción, sin todavía llegar al nivel que se había logrado alcanzar.

En el transcurso del proyecto las cooperativistas habían llegado incluso a alquilar un taller a nombre de la cooperativa en la ciudad de Chauen que pagaban con los beneficios que obtenían de las ventas, sin embargo, en el momento actual, aunque continúan con el taller en alquiler, cada vez les está costando más hacer frente a los gastos. Necesitan apoyo especialmente en la comercialización de sus productos, que es precisamente la actividad que, debido a la crisis del COVID-19, se vio totalmente interrumpida al final del proyecto anterior. Hay que tener en cuenta que precisamente esta cooperativa, al estar

situada en el corazón de la ciudad de Chauen, es muy dependiente del turismo, ya sea local o internacional.

Obstáculos identificados:

- Comercialización.
- Dificultad incluso para pagar la materia prima de los productos para reanudar el círculo de producción.
- Poco a poco, por la falta de práctica, están comenzando a olvidar la realización de los nuevos productos aprendidos en el marco del proyecto anterior, así como las nuevas técnicas introducidas.

Puntos fuertes:

- Productos atractivos e innovadores.
- Elevado nivel de competencias técnicas en tejeduría por parte de las trabajadoras y capacidad de confeccionar productos de alta calidad.
- Alto nivel de autonomía, cuando se dan condiciones de mercado normales.

Ejemplos de productos elaborados por la cooperativa en el marco del proyecto anterior:

Cooperativa Femenina de Tejidos Akoumi.

La Cooperativa se encuentra en las montañas del Parque Nacional de Talassemtane, a escasos kilómetros del acceso de Akchour, en dónde se encuentran las cascadas que llevan el mismo nombre, uno de los mayores atractivos turísticos de la región.

Todas las familias de este aduar de montaña tenían a una persona (habitualmente un hombre) que trabajaba en Akchour con los turistas. Es por ello que la crisis ha golpeado muy duramente a las personas de este aduar, en donde la mayoría de los hombres se están dedicando ahora a las actividades de agricultura, siendo que la zona, al tratarse de alta montaña con terrenos en pendiente, tampoco es altamente apropiada para ello.

La cooperativa se creó en el año 2010 con el objetivo de "ser una fuente de ingresos alternativa" en relación con el dinero que ganaban sus maridos trabajando mayormente en Akchour, sin embargo, ha sido con el impacto de la crisis que se ha convertido en una de las fuentes de ingresos principales de las familias.

La cooperativa está constituida por doce mujeres, todas ellas sin alfabetizar, aunque con anterioridad recibieron un curso de alfabetización por un año que les permitió adquirir algunas competencias muy básicas.

Trabajan por encargo, fundamentalmente se dedican a hacer el "mendil", lo que en castellano sería un "mandil", una vestimenta tradicional de las mujeres en estas zonas de montaña. Se trata de un paño que se ajusta a la cintura (como si fuera una falda) y se utiliza comúnmente para vestir. Están hechos de lana o algodón en función de la época del año en la que se usen.

Según los testimonios de las mujeres que integran esta cooperativa, producen aproximadamente 20 mandiles al mes, que son vendidos a personas de los aduares de las proximidades. Nunca han participado en ninguna feria de productos ni han intentado realizar la comercialización fuera de su aduar. Sin embargo, ha habido ocasiones en las que, o bien un vendedor de Tetuán o de los puestos de Akchour, han venido para comprarles algunos productos que luego ellos han comercializado.

Además, conocen el proceso de elaboración de otros productos como los cojines o las cortinas, sin embargo, no es tan habitual tener demanda de estos productos.

Trabajan todos los días, de 10 a 13 horas aproximadamente y consideran que, de media, cada integrante de la cooperativa puede ganar en torno a los 80 DH por mes (8 €).

En la actualidad no están llevando ningún registro de su actividad, ni realizan cálculos coste/beneficio por producto. Pese a que están registradas oficialmente, no han actualizado sus documentos asociativos en los últimos años.

Según las mujeres de la cooperativa, hay otras mujeres que quieren adherirse sin embargo consideran que no hay "mercado" para ampliar el número de mujeres de la cooperativa.

Toda su producción la hacen por medio de telares tradicionales, recibieron dos máquinas de coser eléctricas, que funcionan a la perfección, de un proyecto de la Agencia por el Desarrollo del Norte de Marruecos (APDN, organismo institucional para canalizar programas de desarrollo), sin embargo, no recibieron formación de ningún tipo, con lo cual las máquinas están paradas.

Disponen de un local bien construido que tendrá entorno a los 100 m2 y está en buenas condiciones. Fue construido por una ONG local (ADL) hace unos diez años, en el marco de otra intervención financiada por la Junta de Andalucía, actualmente el local está en pleno uso, ya que es allí en donde tienen todos los telares instalados.

Mujeres de la cooperativa de Akoumi en la puerta del local.

Obstáculos encontrados:

- Producción: no hay diversificación. Realizan sólo un producto, cuando la demanda está satisfecha las ventas caen. No conocen otras técnicas que permitan la creación de otros productos diferentes. Tampoco saben coser con la máquina eléctrica, lo que les permitiría crear un catálogo mucho más variado de productos intercalando los tejidos tradicionales con la costura en diferentes productos.
- Comercialización. Todos los productos son por encargo, por lo tanto, la demanda es muy limitada. Además, se encuentran en un aduar de montaña al que no es fácil acceder.

- Institucional: carecen de registros de la producción y, aunque están registradas como Cooperativa oficialmente, no están realizando los trámites que desde el estado se exigen anualmente para actualizar su situación, lo cual les puede generar problemas. También el hecho de que ninguna de las integrantes de la cooperativa esté alfabetizada dificulta enormemente la realización de estos procedimientos administrativos.

Puntos fuertes:

- Disponen de un local y de los medios técnicos necesarios para aumentar su producción (telares y máquinas de costura eléctricas).
- Cercanía con un punto de alto interés turístico (tanto nacional como extranjero) que se podría aprovechar si se realizarán productos diferentes más atractivos para el turismo.
- La misma cooperativa en sí podría ser un punto de visita de itinerarios turísticos en dónde las propias mujeres podrían mostrar a los turistas las técnicas de tejido tradicional.
- Hay otras mujeres que quieren adherirse.

Cooperativa Femenina de Tejidos de Khazana.

Como las dos anteriores, esta cooperativa se dedica a la elaboración de tejidos tradicionales utilizando el telar y se encuentra en el aduar de Khzana, a unos 30 km de Chauen. Está integrada por diecisiete mujeres, de las cuales tres con menos de 25 años. Sólo dos de ellas han realizado estudios de primaria y el resto no han sido alfabetizadas.

A pesar de ser un grupo numeroso, la cooperativa tiene un fuerte grado de cohesión interna y sigue persistiendo en su trabajo desde 2004 sin interrupción. Las trabajadoras son todas del aduar y acuden al taller todos los días por la tarde menos los miércoles (día de mercado local), de las 14 a las 18 horas. Disponen de 8 telares y de tres máquinas de coser, y se van turnando para que cada una se quede una semana en un telar y luego pase a otro, mientras las otras se reparten las demás tareas de preparación de los hilos y de las bobinas, acabados y costura. Todas trabajan con el telar, y sólo cuatro de ellas saben utilizar bien las máquinas de costura eléctricas para realizar productos más elaborados.

Realizan una media de 59 productos por mes, casi todos *mendiles (*mandiles*)*, *fotas (*toallas*)* y chales destinados a la venta en el mismo aduar. Los ingresos de las ventas eran de alrededor de 4.400 dírhams por mes antes de la actual crisis, lo que conllevaba de todas formas beneficios muy escasos para cada trabajadora (alrededor de 130 dírhams por mes), visto el alto número de miembros y la necesidad de guardar un alto porcentaje de los ingresos en la cuenta de la cooperativa para cubrir los costes de producción.

La cooperativa de Khzana ha sido apoyada anteriormente por la asociación ATED en el marco de otros proyectos, orientados a reforzar las capacidades técnicas de la cooperativa (en tejeduría y en costura) y en diversificar la producción, hasta entonces enfocada únicamente en la demanda local (mandiles, mantas, chales) con laintroducción de productos novedosos más atractivos para el mercado turístico deChauen.

Obstáculos identificados:

- Comercialización muy escasa y vinculada únicamente al mercado local del aduar.
- Altos costes de transporte para la compra de materia prima, que se realiza en Chauen.
- El nivel de competencias técnicas del grupo no es muy elevado y el acabado final de los productos es mejorable.

Puntos fuertes:

- Alta cohesión interna y compromiso de las trabajadoras.
- Taller y equipamientos en buenas condiciones a disposición.

Asociación de Guías Turísticos de la ciudad de Chauen.

La Asociación de guías está compuesta por 25 guías, de los cuales 24 guías oficiales con una acreditación expedida por la Wilaya, entre los que se combinan las especialidades de "guía de patrimonio cultural" (fundamentalmente aquellos que realizan circuitos turísticos por la ciudad) y "guía de patrimonio natural" (los que se dedican mayoritariamente a los circuitos de montaña con visitas a los parques nacionales de Talassemtane y Bouhachem).

Sin embargo, es importante indicar que, posiblemente debido a la falta de regulación, no hay una asignación específica de cada guía hacia unos circuitos u otros, es decir, muchos guías especializados en circuitos de montaña hacen visitas en la ciudad también para los turistas si la ocasión así se presenta, puesto que tampoco hay una organización del trabajo conjunta que permita organizar los grupos en favor de un mejor servicio.

Debido a que los servicios prestados por los guías se ejercen habitualmente en el contexto de la economía informal, ha sido uno de los sectores más castigados en la ciudad de Chauen, en la que las visitas, durante los meses de confinamiento (marzo – julio 2020) se han reducido literalmente a 0.

En la actualidad, según la información recibida a través del presidente de la asociación, la actividad es muy escasa, en sus propias palabras los guías están "regalando las visitas" para poder promover el turismo.

En el turismo de montaña, uno de los guías más activos, que también fue entrevistado en el marco de este diagnóstico, nos indicó cómo en la actualidad prácticamente la totalidad de los grupos que vienen son marroquíes: "*son sobretodo gente de Casablanca y Rabat, que aman la montaña y están cansados del confinamiento*". Esto ha permitido que durante esta temporada se hayan generado algunos ingresos que están favoreciendo que estos guías continúen con su actividad.

Ambos entrevistados coincidieron en el punto de que era necesario aumentar los conocimientos de los guías, tanto en materia de patrimonio histórico (ciudad de Chauen) como natural (parques de Talassemtane y Bouhachem) así como en el conocimiento de herramientas digitales para la promoción y el marketing, que permitan contactar con grupos de forma previa, y no depender tanto de intermediaros, como las agencias de viaje, que aparentemente se llevan una importante parte de sus beneficios durante las visitas.

Por otra parte, ambos coincidieron también en que era necesario ofrecer un "valor añadido" a las visitas turísticas (gastronómico, cultural, medioambiental) pero que, en el momento actual, debido a la falta de formación, pocos guías estaban preparados para llevar a cabo estos servicios de manera profesional. A continuación, se presenta de forma sintética las principales dificultades y oportunidades.

Principales obstáculos:

- Falta de conocimientos “en profundidad” del patrimonio cultural y natural de la zona.
- Falta de circuitos específicos para colectivos determinados (por ejemplo, ornitología en el caso del patrimonio natural, o música andalusí en Chauen, en el caso del patrimonio histórico).
- Falta de conocimiento de herramientas digitales para el desarrollo de su profesión.
- Alta dependencia de las agencias de turismo.
- Profesión altamente vulnerable durante los períodos de pandemia, especialmente los guías que trabajan sobre todo con grupos de turistas extranjeros.

Puntos fuertes:

- La riqueza del patrimonio cultural, natural e inmaterial de la zona, tanto por la ciudad de Chauen con su medina histórica, como por los parques nacionales de Talassemtane y Bouhachem que son colindantes.
- La capacidad de hablar y expresarse correctamente en varios idiomas de la mayoría de los guías.
- La posibilidad de integrar en los circuitos diferentes elementos que puedan aumentar su atractivo (historia, gastronomía, montaña, música, etc…).

Asociación de Albergues Rurales de la Provincia de Chauen.

En la provincia de Chauen hay registrados 23 albergues rurales, de los cuales 18 forman parte de la Asociación creada en 2015 que ha participado en el presente diagnóstico. A continuación, se presenta el listado de albergues de la Provincia señalando los que son miembros de la Asociación:

	Nombre del Albergue	Lugar	Miembro Asociación
1	Gite Afeska	Afeska	x
2	Azilan	Azilan	x
3	Taourat	Bni Shkoura	x
4	Zaouia Akchor	Akchor	x
5	Gite Bni Maalla (M. Filali)	Bni Maalla	x
6	Oued Qannar	Khmis Louta	x
7	Rihana	Michkrala	x
8	Talassemtane	Zaouia Habtiyin	x
9	Gite Homar	Homar	x
10	Gite Khzana (M. Ahbis)	Khzana	x
11	Aoulad Bin Blal	Aouled ben Blal	
12	Mansoura	Mansoura	x
13	Maouazgan	Maouazgan	x
14	Gite Kalaa (M. Bakkali)	Kalaa	x
15	Ahmed l bio	Kalaa	x
16	Achta	Khmis dl Mdiq	x
17	Amtras	Amtras	
18	Aghram	Aghram	
19	Talatiya	Talatiya	
20	Tirougan	Tirougan	
21	Tirinis	Tirinis	x
22	Casa Chrif	Dardara	x
23	Lahsin	Tanakoub	x

Se trata en su mayoría de pequeñas estructuras (4-8 habitaciones) gestionadas a nivel familiar, situadas en diferentes puntos de interés naturales de los parques nacionales de Talassemtane y Bouhachem.

Antes de la crisis, los Albergues recibían una media de 500 clientes por año (de los cuales 70% extranjeros) y ganaban alrededor de 6.000 dírhams por año por albergue (alrededor 600 €).

Unos datos poco reconfortantes, que los hospederos imputan en primer lugar a la falta de promoción del turismo rural, que sigue siendo poco visibilizado por agencias y guías, a pesar de la riqueza del patrimonio natural y de la buena calidad de las estructuras presentes en la región.

Otras debilidades identificadas se encuentran en el escaso nivel de competencias digitales por parte de los hospederos, de los cuales sólo cinco tienen buenas competencias informáticas y tienen acceso a reservas on-line por sus páginas web, y sólo uno está presente en las principales plataformas de reserva on-line (Booking, Air BnB).

Se señala también la necesidad de reforzar las competencias en materia de comunicación y recepción de clientes, ya que muchos de estos albergadores no han tenido ninguna formación profesional antes de empezar la gestión de sus actividades.

Además, los entrevistados afirman no tener conocimientos sobre el patrimonio natural y ecológico de su entorno para poder orientar a los turistas que reciben, lo que podría darles un valor añadido con respecto a otros actores locales.

Los representantes de la Asociación que han participado en el diagnóstico han compartido sus inquietudes por la difícil situación a la que se están enfrentando a causa de la crisis COVID-19, que ha provocado un descenso de las reservas del 84% pasando de un promedio de 500 clientes por año a 80 en 2020. De estos, la mayoría son ahora turistas nacionales (70%).

Impacto de la crisis - Asociación Albergues Rurales

	Turistas acogidos	Promedio ingresos por Albergue
2019	500	6000 dh/año
2020	80	800 dh/año

Para hacer frente a esta situación, los representantes de la asociación ponen el acento en la urgencia de promover el turismo nacional y rural, demandando un apoyo real a través de medidas y acciones concretas de las estrategias y políticas públicas existentes en este ámbito (Estrategia del turismo Horizonte 2020).

Principales obstáculos:

- Dependencia del turismo extranjero y fuerte vulnerabilidad frente a las crisis.
- Falta de competencias informáticas y de herramientas de marketing digital.
- Falta de formación profesional (competencias en recepción de clientes, comunicación, idiomas...).
- Falta de conocimientos “en profundidad” del patrimonio natural de la zona.

Puntos fuertes:

- Presencia de una red de estructuras en puntos de fuerte interés paisajístico (parques Talassemtane y Bouhachem).
- Calidad de las estructuras y de los servicios ofrecidos (decoración habitaciones, restauración, entorno...).
- Potencial para dar un valor añadido al servicio ofrecido gracias al uso de productos agrícolas locales (miel, compotas, productos hortofrutícolas...).

Vista desde la terraza del Albergue Rural de Azilane.

Durante los grupos focales realizados en el marco del diagnóstico se ha consultado con los/as participantes cuales son las soluciones que se podrían aplicar a los obstáculos que nos han presentado para sobrepasarlos. Las propuestas han sido por lo tanto muy numerosas y variadas, debido también a que representan grupos muy distintos de población que van desde grupos de mujeres de cooperativas de zonas aisladas (que tienen una visión más práctica de sus problemas) a representantes de instituciones (que globalmente ofrecen soluciones más estratégicas). A continuación, se ofrece un análisis de estas propuestas:

1. Refuerzo de capacidades.

Todos los actores han coincidido plenamente en la necesidad de un refuerzo de capacidades de los colectivos metas participantes, sin embargo, han diferido los métodos propuestos. A continuación, se enumeran algunas opciones:

a). Formación de guías turísticos: creación/refuerzo de un Instituto para guías turísticos.

Al parecer existía antiguamente una institución pública en Rabat que se encargaba de la formación de los guías de forma profesional. En la actualidad tan solo hay algunos cursos privados, siendo que la mayoría aprende de la experiencia y la trasmisión de conocimientos con otros guías. Esta propuesta, que podría tener el respaldo de instituciones, ha sido descartada por los guías jóvenes que consideran que irse para formarse a otra ciudad (como por ejemplo Rabat) les haría perder tiempo y oportunidades de trabajo e ingresos. Y consideran asimismo que la ciudad de Chauen no justifica en sí misma la creación de una escuela de guías (puesto que cuenta como mucho con una veintena de guías activos en el mejor de los casos). Por ello han solicitadorealizar los cursos de formación directamente en Chauen, y adaptarlos de manera que se realicen durante la temporada baja. Además, juzgan necesario que sean cursos adaptados a la historia y el patrimonio natural y cultural de Chauen.

b). Promover las formaciones “en servicio” en lugar de los desplazamientos en el caso de las cooperativas.

Existen múltiples modelos de formación que pueden ser aplicados en función de las necesidades de las cooperativas. El Instituto de Técnicos Especializados en Agricultura de Tetuán, que participa de la propuesta, se ha ofrecido para albergar formaciones en el propio instituto. Sin embargo, las cooperativas en general prefieren que las formaciones se hagan en sus centros, con los medios con los que cuentan y de forma práctica. Además, ha insistido en la necesidad de tener personal que realice un seguimiento continuado directamente mediante visitas, en lugar de desplazarse para hacer formaciones. De cara a la eficiencia, también se considera más positivo y económico para el proyecto que sean los formadores los que se desplacen a las cooperativas, ya que en una sola sesión se pueden formar todos los miembros de la

cooperativa (en lugar de unos cuantos elegidos para formación) y los costes de desplazamiento de una persona son menores que los del grupo.

2. Apuesta por el turismo nacional en lugar del internacional.

En general ha habido un consenso por todos los/as participantes que el turismo nacional ofrece una oportunidad más amplia para mejorar, frente al turismo internacional. Aunque el turismo nacional son personas que tienen un índice de gasto por día menor a los extranjeros, habitualmente pasan de media más tiempo en la ciudad y sus alrededores, y cuentan con la ventaja de que al realizar desplazamientos internos (muchas veces en vehículo propio) son propensos a adquirir un mayor número de productos (sobre todo de cara a las cooperativas).

El turismo internacional, por el contrario, es un modelo que en palabras de representantes de la administración "ya está explotado al máximo, habría que pensar medidas para restructurarlo" y con la complicación de que "genera una alta dependencia" de la ciudad. Además, entre los guías se mostraron muy críticos con algunos grupos de turistas que según ellos "no tienen una cultura de viaje" para visitar países como Marruecos y se muestran altamente desconfiados. La mayoría se referían en concreto a los turistas provenientes de China, que fueron los mayoritarios en el año 2019.

3. Creación de un polo cooperativo.

Esta ha sido una opción barajada desde la municipalidad; la creación de un espacio común que pudiera albergar a numerosas cooperativas (sobretodo artesanas) donde puedan producir de forma conjunta de forma que se reduzcan los costes, además contando el apoyo de la municipalidad. Se considera un enfoque altamente pertinente. Sin embargo, en el marco de este proyecto se busca apoyar sobretodo cooperativas de zonas periféricas de la ciudad de Chauen, que son, como hemos visto, las que tienen menores ingresos y más están sufriendo en mayor medida los impactos de la crisis, siendo que su condición de "aislamiento" es un factor que influye decisivamente en esta situación de pobreza. Es inviable por parte que las representantes de los colectivos que hemos visto se desplacen diariamente a Chauen para elaborar sus artesanías, por tanto, esta propuesta de la Municipalidad queda en suspensión para una posible segunda fase.

4. Celebración de un Fórum Internacional de productos autóctonos.

Esta idea fue presentada por ATED, que ya realizó un Fórum de características similares en 2011 en la ciudad de Chauen con mucho éxito. Sin embargo, debido a la actual coyuntura, sumado a que en el fondo se busca sobretodo dar visibilidad a las cooperativas a nivel nacional (que salgan ellas) en lugar de atraer la oferta, se ha descartado igualmente.

Análisis de Riesgos

RIESGOS	RESULTADOS afectados	IMPACTO	Probabilidad	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Sanitarios				
Recrudecimiento de la Pandemia COVID 19	R1, R2, R3	A	M	Marruecos está actualmente entre los diez países que mayor ritmo de vacunaciones está realizando. Como hemos visto en el diagnóstico, es prioritario reabrir las fronteras para el turismo y las actividades comerciales se restablezcan. En el marco del proyecto se ha discutido sobre esta hipótesis y se han estudiado medias de mitigación, como son formaciones virtuales para los Guías y Alberguistas y formaciones presenciales para las cooperativas garantizando todas las medidas sanitarias. Por otra parte, se le daría un mayor peso a las actividades de Marketing Digital que están previstas en el marco del proyecto, buscando mayores acuerdos de comercialización online. Otras actividades tendrían que reconvertirse en función de las disposiciones que tomaran las autoridades, como por ejemplo en relación al funcionamiento de los centros escolares. Por otra parte, la estrategia de la intervención se base precisamente en promover el turismo nacional, de cara a reducir la dependencia que tiene el sector del turismo extranjero, más susceptible a cambios de patrones radicales.
Accidentes del equipo del proyecto en sus desplazamientos a las cooperativas.	R1, R2, R3	A	M	Pese a que se trata de desplazamientos cortos, la condición de las pistas que llevan a los Aduares de alta montaña está muy deteriorada. Es necesario por ello que las personas del equipo viajen en seguridad y con medio de transporte adaptado a estas condiciones. ATED pondrá a disposición del proyecto su vehículo 4x4.
Ambientales				
Períodos de sequía	R1, R2	A	M	Los períodos de sequía que se han experimentado durante algunos años en la última década pueden tener consecuencias nefastas para los productores de la zona e igualmente para las cooperativas. Por ello desde el proyecto se promoverá también producciones alternativas como la miel, o los árboles frutales que tienen menor demanda de agua en relación a por ejemplo productos hortícolas.
Políticos				
Conflictos políticos graves que afectan al funcionamiento de las instituciones en el país durante las elecciones.	R1,R2,R3.	M	B	Está previsto que haya elecciones generales en Marruecos para finales de año (probablemente octubre 2021). Es muy poco probable, pero podría ocurrir que se produjeran disturbios entre diferentes partidarios. Consideramos que las fuerzas del orden estabilizarían la situación sin llegar a tener amplios impactos en general, a través que el peso del Ministerio del Interior y la monarquía tienen el país. Por otra parte, el hecho de estar en una zona alejada de los principales núcleos urbanos, especialmente en los aduares aislados, hace que estos acontecimientos que habitualmente tienen lugar en las ciudades, tengan muy poco impacto en estas comunidades.
Gobierno contrario a los principios y enfoque del proyecto de las asociaciones participantes (por ejemplo, Islamista Radical).	R1,R2,R3.	B	M	El resultado de las elecciones podría dar la victoria a los partidos de corte radicales que pueden ser contrarios a intervenciones de este tipo. Siendo ATED una organización apolítica, su posición en la zona de intervención está fuertemente consolidada gracias a una trayectoria de más de 20 años con diferentes gobiernos. Se realizaría en cualquier caso un llamamiento a las autoridades administrativas que no dependen del gobierno (por ejemplo el Gobernador) y si fuera necesario se buscaría la mediación de otros actores externos como la OTC de la Aecid, aunque se considera que este riesgo es bajo.
Económicos				
Se produce una escalada de precios, y los bienes presupuestados en el proyecto aumentan de precio.	R1,R2 y R3.	A	B	La economía Marroquí se presenta estable en el momento actual. Sin embargo, en el caso de que a causa de una crisis se produjera un aumento en los precios, se estudiarían dos opciones: 1. las organizaciones participantes buscarían los recursos necesarios para completar la acción, contando para ello con un marco temporal de dos

				años desde su inicio. 2. Se reformularían algunas actividades para poder reducir los gastos si fuera estrictamente necesario.
Las cooperativas no consiguen comercializar sus productos.	R2	M	M	Por un lado, el proyecto apuesta por una estrategia de diversificación de la producción que no genere dependencia en un solo tipo de productos. Por otra parte, se diversificarán también las salidas comerciales (promoviendo el mercado local y nacional). Por último, el proyecto de dará una gran importancia al Marketing Digital y al posicionamiento online de los productos para facilitar su comercialización.
Sociales e institucionales				
Los colectivos de mujeres de las cooperativas tienen dificultades para participar en las formaciones o en otras actividades del proyecto.	R1, R2, R3	A	M	Hasta el momento actual, la experiencia tanto de AIDA como de ATED ha sido positiva en cuanto a la participación y acceso de los colectivos de mujeres en las actividades del proyecto. En el caso de que pueda darse el caso de que sus maridos se opongan a su participación, se realizarían actividades de sensibilización y de mediación con ellos. Si no diera resultado, se contactaría con los líderes locales (Moqadem) y otras instancias comunitarias para realizar una intermediación más amplia.
Los colectivos beneficiarios pierden interés en participar en la intervención	R1,R2,R3	A	M	El proyecto preverá un equipo multidisciplinar que permita un contacto permanente y cercano de los técnicos del proyecto con las comunidades, dentro de una estrategia de proximidad.
Las instituciones públicas pierden interés en participar en la propuesta	R1,R2,R3	A	M	Se les ha involucrado en la identificación de la propuesta para también garantizar su colaboración, además han firmado cartas de compromiso. Si no fuera suficiente, se utilizarían relaciones con instancias superiores (gobernación) para estimular la participación de las instituciones.

CONCLUSIONES

Los factores que están provocando un receso en el modelo económico están profundamente interrelacionados y es, por lo tanto, necesaria una respuesta integral para poder mejorar las condiciones de vida de estos colectivos de forma duradera. Por otra parte, la crisis del COVID-19 no ha hecho más que evidenciar algunas de estas vulnerabilidades estructurales. Las líneas de acción que se estiman necesarias son:

- Aumentar la capacidad técnica y de gestión de las personas.

  Es necesario mejorar las competencias técnicas para elaborar productos más diversificados que se puedan abrir a nuevos mercados, pero también es igualmente necesario mejorar las competencias de gestión de estos grupos, especialmente en las cooperativas de mujeres que viven más aisladas (como es el caso de Akoumi) en donde ninguna de las mujeres está alfabetizada.

- Invertir en medios básicos de producción.

  Pequeñas inversiones en materiales y equipos podrían suponer un gran cambio en las prácticas que se realizan actualmente. Por ejemplo, utilizar medios apropiados para el secado de los productos agrícolas antes de su conservación, o la introducción de la utilización máquina eléctrica para coser puede servir para mejorar considerablemente tanto la capacidad de producción como la calidad del producto en sí mismo.

- "Actualizar" el modelo de público objetivo y de mercado tanto de las cooperativas como de las asociaciones.

  Los expertos señalan cómo ha habido un cambio significativo en las expectativas del turista en las últimas décadas. El turismo de hoy está más asociado a las "experiencias" y es un turismo activo que busca participación y especialización. En este sentido, tanto para las cooperativas (en menor medida) como para los alberguistas y guías es recomendable que adapten sus productos y servicios a estas nuevas demandas.

  Por otra parte, la digitalización en sectores como el turístico es esencial para conseguir posicionar nuestros servicios en el complejo mercado actual. Además, esto nos puede permitir acceder sin intermediarios a los clientes sin tener dependencia de las agencias que siempre se llevan amplios porcentajes de comisión.

- Transición ecológica.

  El patrimonio natural y cultural que ofrece la ciudad de Chauen y sus alrededores es su mayor valor añadido en relación a otras partes del país, es, por lo tanto, doblemente importante cuidarlo y protegerlo y hacer que, en mayor o menor medida, las actividades que realizamos tengan un bajo impacto en el medio.

Anexos

Anexo I - Informe sobre la situación Medioambiental de la Provincia de Chauen

http://assated.com/wp-content/uploads/2020/10/rapport-FR.pdf

Anexo II – Análisis de género en la zona de intervención

(a continuación)

RAPPORT DE L'ANALYSE DE GENRE

CHEFCHAOUEN

Chefchaouen, Avril 2017

Sommaire

Introduction 3

Objectif de l'analyse 3

1. Méthodologie 4

Approche participative 4

Gender analysis 4

Détails des outils employés 6

Profil des activités 7

Horloge des activités 9

2. Résultats 11

2.1 Profil des activités 11

Activités reproductives 11

Cuisine 11

Enfants 11

Santé 11

Argent 12

Entretien de la maison 13

Activités productives 13

Céréales 13

Maraichage 14

Caroubier 14

Olivier 14

Elevage 14

Activités communautaires 15

Réunions 15

Vote 16

2.2 Horloge des activités 16

Conclusions 18

Introduction

Dans le cadre d'une mission d'identification d'un projet de protection et promotion des droits des femmes dans la province de Chefchoauen, Nord du Maroc, l'ONG AIDA avec son partenaire local ATED ont décidé réaliser la présente analyse de genre avec le but de compléter le diagnostic des besoins et l'étude du contexte avec un focus spécifique sur la condition des femmes et les relations de genre dans la zone d'intervention. Les connaissances acquises serviront pour mieux cibler le projet en cours d'élaboration en tenant en compte les opportunités et contraintes ressorties de l'analyse, particulièrement par rapport aux sujets suivants:

- division du travail entre femmes et hommes et différences dans l'emploi du temps ;
- degré de contrôle et d'accès des femmes aux ressources dans le domaine des activités reproductives, productives et communautaires
- représentations locales concernant les rôles de genre, les droits et responsabilités des hommes et des femmes.

Objectif de l'analyse

L'objectif de la présente analyse de genre est celui d'acquérir une plus vaste connaissance sur les relations de genre dans la province de Chefchaouen, en collectant à travers une analyse participative de genre des données qualitatives sur les conditions des femmes et les rapports de pouvoir entre hommes et femmes, tant au niveau familial quant à niveau publique et communautaire.

1. Méthodologie

Approche participative

L'analyse a adopté une approche participative visant à faciliter la libre expression des participant(e)s à l'atelier, le partage de leurs idées et priorités, ainsi qu'à stimuler les interactions et le débat autour des sujets abordés.
Cela avec le but non seulement de recueillir informations de première main, mais aussi de valoriser les expériences et les savoirs des femmes de sorte de contribuer à renforcer leur visibilité et reconnaissance, facteurs centrales de l'*empowerment*.
Les homes des communautés ont été impliqués afin de comprendre leur vue sur les relations de genre mais aussi d'augmenter la visibilité des capacités et contributions des femmes dans la vie des ménages et des communautés.
Si à cette fin des discussions collectives avec les hommes et les femmes ensemble sont normalement prévues à la fin de chaque activité, dans ce cas en raison du contexte socio-culturel local les activités ont été conduites en groupes séparés sans aucun moment de mise en commune avec la présence d'hommes et femmes à la fois.
Les outils employés pour mener les activités seront illustrés en détail dans les paragraphes suivants, suite à une brève discussion des instruments de l'analyse de genre et de ses présupposés théoriques.

Gender analysis

L'analyse de genre explore les relations des hommes et des femmes dans la société et les inégalités dans ces relations. L'analyse se focalise donc sur les relations de pouvoir à travers desquelles les stéréotypes et inégalités de genre son perpétués. Dans le cadre des programmes de développement, son but est celui de révéler les connections entre les relations de genre et le problème à résoudre.[1]
Comme dans toute société des inégalités de genre plus ou moins évidentes existent, les conséquences d'une politique ne sont jamais les mêmes pour les hommes que pour les femmes et les interventions qui prétendent être neutres par rapport au genre finissent par réfléchir et renforcer les déséquilibres existantes. L'analyse de genre s'avère donc très utile pour amener à la surface ces inégalités et les soumettre à l'attention des acteurs engagés dans les interventions sociales et de développement (UNDP, 2001).

[1] "These [gender relations] are social relationships between women and men. Gender relations are simultaneously relations of co-operation, connection, and mutual support, and of conflict, separation and competition, of difference and inequality. Gender relations are concerned with how power is distributed between the sexes. They create and reproduce systemic differences in men's and women's position in a given society. They define the ways in which responsibilities and claims are allocated and the way in which each are given a value.'' (March,C. Smyth, I.Mukhopadhyay, M. 1999, p18).

L'attention pour les questions et priorités des femmes dans les politiques et actions de développement a évoluée depuis leur apparition dans le débat dans les années '70, en passant d'une approche désignant des projets spécifiques pour les femmes (« women specific »), à des

efforts pour intégrer les questions de genre dans des projets désignés sans référence aucune à l'égalité de genre (« women's component and integration »). Enfin, la perspective actuelle met en avant la nécessité de construire des interventions basées sur les résultats d'analyses de pouvoirs et analyses socio-économiques et politiques qui soient entièrement axées sur le genre.
Plusieurs outils analytiques pour l'analyse de genre sont maintenant disponibles pour explorer les différents sujets au cœur de l'analyse de genre, comme la division du travail[2] entre hommes et femmes dans des contextes ruraux et urbains (Harvard et Moser frameworks respectivement), le *mainstreaming* de genre dans les institutions (Levy), les différences de genre dans l'impact des projets au niveau communautaire (GAM), ou pour évaluer l'impact des interventions dans tous les secteurs sur l'*empowerment* des femmes (Longwe).

[2] "In all societies, tasks and responsibilities are typically undertaken by either women or men. This allocation of activities based on sex is known as the sexual division of labour, and is learned and clearly understood by all members of a given society, as are the circumstances under which the typical practices can be varied, and the limitations of this variation. Change usually takes place when the society is under some form of stress, for example when migrations occur, and tasks usually taken by men must be undertaken by other members of families". (March, Smyth, Mukhopadhyay, 1999; UNDP, 2001).

1. Atelier avec les femmes.

Détails des outils employés

Les activités pour l'analyse de genre employées pour cette étude ont été élaborées à partir des *Harvard* et *Moser analytical frameworks*, dûment adaptées au contexte local.
Les deux activités ont été menées avec deux groupes séparés, l'un de 20 femmes, et l'autreconstitué par 18 hommes, les maris des femmes sélectionnées.
Les hommes ont été aussi impliqués dans les activités tant afin de comprendre leur vue sur les questions abordées, que pour les engager dans un débat sur les rôles et les relations de genre, en soulignant le rôle qu'ils jouent dans la reproduction, parfois inconsciemment, de relations inégales.

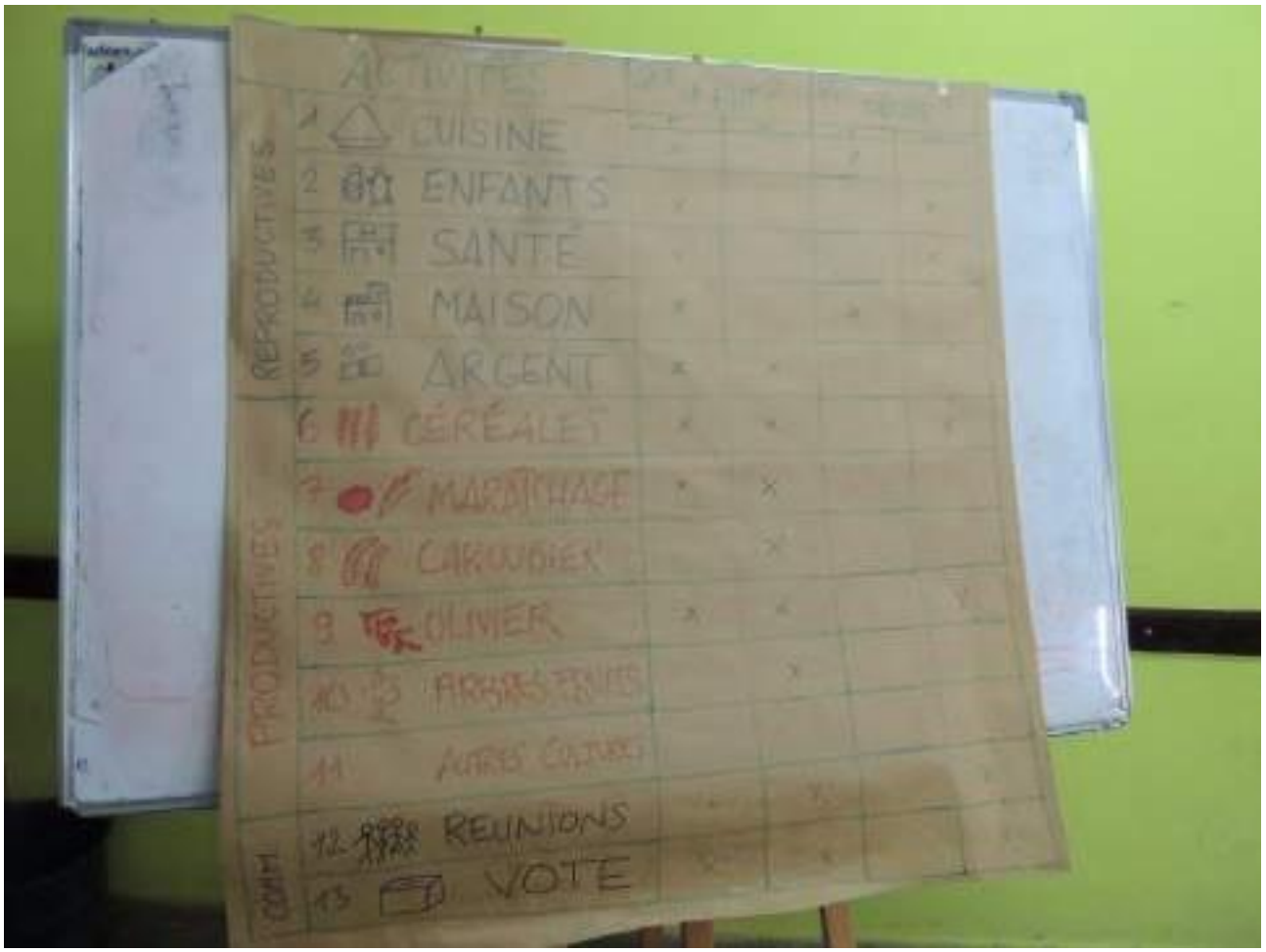
Hommes et femmes ont travaillé dans deux groupes séparés pendant le déroulement des activités, et il n'a pas été possible de les rassembler pour une discussion finale autour des résultats des activités. Pour des raisons culturelles en fait, hommes et femmes n'acceptent pas de se rassembler tous dans la même salle surtout pour aborder des sujets tels que les relations de genre.

L'équipe menant les activités était composée de 2 personnes : une personne de l'ong AIDA et 1 personne de l'association ATED (responsable de la co-animation et de la traduction).

L'échantillon choisi pour les deux premières activités été constitué d'un groupe de 20 femmes d'age compris entre 20 et 60 ans environ, vivant à Chaouen mais en grande partie originaires des villages environnantes, choisies parmi les bénéficiaires des projets d'ATED, et un groupe de 18 hommes entre 25 et 50 ans, des villages du parc Talassemtane et eux aussi bénéficiaires des activités d'ATED.

Profil des activités

Pour élaborer la première activité on a utilisé le tool 1 du Moser framework, « Gender roles identification », aussi que les instruments méthodologiques de l'Harvard analytical framework (notamment le *Tool 1*, « Activities profile », et *Tool 2*, « Access and control profile »).
La première activité s'inspire aussi tool 3 du Moser framework, « Disaggregating control over resources and decision making within households », visant à enquêter qui contrôle les ressources dans le ménage et qui détient quel pouvoir décisionnel. (March, Smyth, Mukhopadhyay, 1999; UNDP, 2001).
L'idée c'était de formuler une activité inspirée à telles instruments avec le but d'identifier d'un côté la division du travail entre hommes et femmes dans les différentes catégories des activités productives, reproductives et communautaires, et de l'autre côté qui a le pouvoir décisionnel dans chacune des activités mentionnées.
Cette activité a permis aussi de collecter des informations sur l'accès des femmes à des ressources productives clé, telles que l'argent, la terre et le bétail, et de faire ressortir qui prend les décisions sur leur utilisation.
Pour la réalisation de l'activité des tableaux ont été préparés, l'un pour chaque groupe, avec une liste d'activités (définies sur la base du contexte local) regroupées dans les trois catégories des activités productives, reproductives et communautaires. Pour chaque activité deux colonnes étaient à remplir, l'une portant sur la question « qui le fait ? » et l'autre sur la question « qui décide ? », comme illustré dans l'image ci-dessous.



2. Tableau utilisé pour l'activité Profil des activités.

La définition des rôles productif et reproductif se doit à la théorisation relative au Harward anaytical framework, alors que Moser a apporté la distinction du travail reproductif en deux catégories – dans le ménage et à niveau communautaire.
Selon la théorisation de Moser, les activités reproductives sont celles à la base du développement économique et productif des sociétés[3] :

- soins aux enfants, garde des enfants
- tâches domestiques (nettoyages, bricolage, réparations...)
- alimentation (achat, préparation...)
- activités liées à la santé

[3] Selon Moser, le travail productif est celui qui produit des biens et services à échanger dans le marché (pour gagner des revenus). Certaines analystes incluent dans la catégorie des activités productives la production d'articles pour la consommation domestiques, même s'ils n'atteignent pas les marchés, en la regardant comme consommation d'une forme de revenu non-monétaire. Dans cette étude le concept a été utilisé en ces termes (notamment en ce qui concerne la production de riz et d'autres céréales).

Partout dans le monde, ces activités sont assumées dans leur immense majorité par les femmes, et ce à titre gratuit. Les activités productives sont par contre des activités économiques et génératrices de revenus :

- activité salariée ou indépendante
- activités informelles

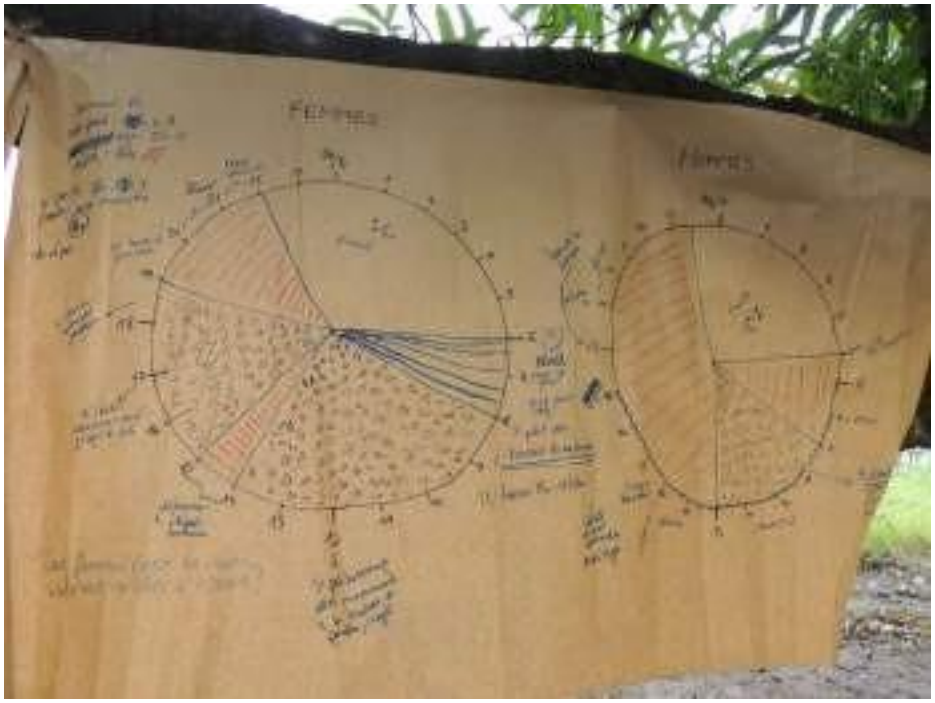
Ces activités sont assurées par les hommes et par les femmes. Mais les femmes occupent un éventail de métiers beaucoup plus restreint que les hommes, ont des salaires moindres, occupent des emplois plus précaires et sont majoritaires dans le secteur informel.
Les activités communautaires, enfin, sont les contributions bénévoles à la vie sociale et communautaire, mais aussi les activités politiques ou décisionnelles au sens large :

- bénévolat associatif, activités culturelles, participations aux réunions communautaires
- participation aux élections
- participation à la justice
- fêtes et rites
- entretien de l'environnement...

Une partie importante de ces tâches sont assumées par les femmes partout dans le monde, alors que les activités politiques ou décisionnelles au sens large, tant au niveau interne à la communauté et à la famille, qu'au niveau politique en sens strict (local, national, régional et international), restent généralement l'apanage des hommes, notamment en ce qui concerne de la représentation politique et de la définition des politiques.

Horloge des activités

Les horloges des activités journalières décrivent les différentes activités réalisées sur une période de 24h. Elles sont particulièrement utiles pour comprendre la charge de travail des différents groupes de personnes d'une communauté, dans ce cas en particulier celui des hommes et celui des femmes. La comparaison des différentes horloges permet de comprendre qui travaille le plus, qui se concentre sur quelques activités, qui a une grande variété d'activités, qui a le plus de temps libre,qui dort le plus, etc.
Pour réaliser l'activité on a utilisé les dessins de deux grands horloges avec l'indication des 24 heures et on a demandé aux participants de décrire les activités qu'ils mènent habituellement à partir du moment où ils se lèvent jusqu'au moment où ils se couchent, en marquant les réponsessur les horloges dessinés avec leur durée. Les différentes activités menées dans les mêmes espaces de temps ont été indiquées, ainsi que les différences liées aux changements de saison. Chaque groupe a donc produit deux horloges, un représentant les activités journalières des femmes et l'autre celles des hommes, comme montré dans l'image ci-dessous.



3. Horloges des activités.

2. Résultats

2.1 Profil des activités

Activités reproductives

Cuisine

La préparation des repas est une tâche féminine, à partir de la transformation des produits agricoles et de leur conservation, jusqu'à la cuisine et tout ce qu'elle comporte, comme l'approvisionnement en bois.
Les hommes affirment ne s'être jamais impliqués dans la cuisine depuis le mariage, sauf à l'occasion des fêtes ou grands évènements où tout le monde participe dans la préparation des repas. Selon les femmes, ce sont elles qui s'occupent au 100% de la cuisine, les hommes se limitant à faire des commentaires sur les repas. Dans le cas où une femme doive s'éloigner pour quelque jour, les hommes demandent aux filles ou voisines de cuisiner pour eux, sinon ils vont au restaurant.

Les décisions concernant la nourriture et les repas quotidiens sont généralement prises par les femmes. D'habitude le mari donne de l'argent à la femme (normalement deux fois par semaine) qui va acheter ce dont elle a besoin pour préparer le repas, en étant elle qui décide ce qu'elle va cuisiner chaque jour.
Parmi les participants à l'atelier, il y a un homme qui gère une petite auberge rurale, et affirme que dans ces cas les hommes aussi au besoin peuvent aider leurs femmes dans la cuisine.

Enfants

Ce sont les femmes qui s'occupent des enfants. Les hommes passent aussi du temps avec eux, surtout le soir, mais ce sont les femmes les vraies responsables de leur éducation. Selon les hommes, les femmes passent 80% du temps avec les enfants, alors que les hommes le 20%. Les décisions concernant les enfants sont prises par les deux parents, mais d'habitude c'est la femme qui soulève la question ou attire l'attention sur un problème et ils en discutent ensemble. En ce qui concerne la scolarisation, si avant c'était rare pour les petites filles, maintenant il n'y a plus de discrimination selon le genre, puisque la conscience est maintenant répandue qu'empêcher aux filles d'aller à l'école n'a fait que produire des femmes analphabètes qui manquent même des outilspour éduquer leurs enfants de manière efficace, et qui ne peuvent donc pas accomplir proprement leur mission de soin du foyer. En fait, dans beaucoup de cas, les mères ne peuvent pas aider leurs enfants avec leurs devoirs et ce se sont les hommes qui doivent s'en charger. Du reste, aux filles est encore demandé d'aider leurs femmes avec les tâches domestiques, alors que les garçons en sont dispensés.

Santé

Les hommes ont affirmé que ce sont eux qui, en gérant l'argent, décident comment agir en cas de maladie d'un membre de la famille. Par contre, ce sont les femmes qui passent le temps avec les malades tant à la maison qu'à l'hôpital, en s'occupant de tous leurs besoins. Les femmes ont convenu que les décisions (si amener à l'hôpital, acheter des médicaments…) sont prises par les hommes.

Argent

Concernant l'argent, les situations sont assez différenciées : les femmes reportent que dans des cas le mari leur confie un montant d'argent pour les dépenses courantes du ménage (nourriture) deux fois par semaines, et cela c'est le cas le plus répandu parmi les femmes présentes, dans d'autres cas il le laisse dans une caisse et la femme peut en prendre au besoin. A noter que les femmes participantes à l'atelier ne travaillent pas et, économiquement, elles dépendent totalement de leurs maris. Quand elles sollicitent de l'argent pour acheter des choses pour elles-mêmes et pas pour le ménage, dans le 90% des cas la réponse est « non ». Donc leur tactique est d'économiser sur l'argent qu'on leur donne pour les dépenses familiales pour pouvoir parfois se concéder des achats pour elles-mêmes. Selon les propos des hommes, ce sont eux qui gardent l'argent ou au moins la partie plus importante. Certains d'entre eux affirment que leurs femmes leur confient l'argent qu'elles gagnent de ses activités génératrices de revenus, et quand elles en ont besoin elles le demandent. Les femmes qui ont des revenus contribuent aussi aux dépenses du ménage, mais seulement au cas où le mari ne travaille pas.

4. Atelier avec les hommes.

Entretien de la maison

Les femmes s'occupent de toutes les tâches relatives à l'entretien quotidien de la maison et au bon fonctionnement du ménage, du nettoyage de la maison à la lessive et vaisselle, à l'approvisionnement en eau et bois. Les hommes considèrent que ces taches ne sont pas lourdes pour leurs femmes, mais au contraire qu'elles les exécutent avec plaisir :

> « Si un étranger voit l'une de nos femmes chargée avec 20 ou 30 kilos de bois descendant de la montagne, il pense que la pauvre est en train d'être exploitée, mais en réalité elle est contente. Pour elle, c'est un loisir, de partir dans le bois avec ses voisines et pouvoir bavarder tout le long du chemin. Tout comme nous [les hommes] les faisons dans les cafés ».

Les décisions concernant l'entretien de la maison sont généralement prises par les femmes, « c'est son rôle » selon les hommes. Elles demandent l'argent aux maris pour chaque besoin de la maison. Les travaux de réparation ou les achats plus importants, sont décidés par les hommes, même si normalement c'est la femme qui informe sur le problème et participe dans la décision. Ce sont les hommes aussi qui appellent les techniciens pour les réparations structurelles, et ils restent pendant la réparation pour éviter de laisser la femme seule avec un autre homme. Ils ne laissent jamais qu'un homme qui n'est pas de la famille reste seul avec leur femme.

En général, les femmes affirment que leurs maris les aident plus qu'avant dans les tâches domestiques, auxquelles par le passé ils ne participaient jamais. Toutefois, certaines femmes ne sont pas d'accord, et une offre son témoignage au sujet : son mari est fonctionnaire et éduqué, mais il ne fait rien du tout à la maison, même pas retirer son assiette de la table après avoir mangé, si bien qu'elle a dû quitter son travail (elle été aussi fonctionnaire) pour s'occuper des enfants et du ménage.

Activités productives

Céréales

Ce sont les hommes qui s'occupent des principales tâches liées à la culture des céréales (blé, …), notamment préparer la terre, défricher, sarcler, tandis que ce sont les femmes qui récoltent avec les enfants. Elles s'occupent aussi de la transformation des céréales (principalement en farine).

Les décisions sur comment utiliser la terre sont prises par les hommes, même si le terrain appartient à la femme[4], c'est son mari qui gère son exploitation ainsi que les revenus tirés de son exploitation. Selon les hommes, cela vient du fait que les hommes ont davantage d'expérience et connaissances dans ce domaine, tandis que le domaine d'influence des femmes c'est le ménage.

En ce qui concerne la vente d'excédents, s'il s'agit d'une petite quantité la femme peut aller le vendre, mais si la quantité est importante et par conséquent les revenus consistants, c'est l'homme qui s'occupe de la vente et de la gestion des revenus.

[4] Selon la loi une femme peut hériter ¼ de ce que ses frères héritent.

Maraichage

Si les jardins maraichers sont proches de la maison, ce sont les femmes qui y travaillent et qui contrôlent toute la filière du maraichage : choix des semences, culture, conservation et vente des surplus. Elles gèrent aussi les revenus tirés des surplus horticoles, et c'est avec cet argent qu'elles font face aux besoins de la vie quotidienne. Toutefois seulement les habitants des villages proches de Chaouen arrivent à vendre au marché leurs produits, les plus reculés se limitant à l'autoconsommation ou à vendre dans le village.

Mais si les parcelles sont loin de la maison, ce sont les hommes qui les exploitent, pour éviter qu'une femme soit obligée à marcher seule des longues distances.

> « C'est pour la sécurité des femmes. Une femme seule ce n'est pas bien si elle va loin, quelque chose peut se passer. Notre culture est ainsi, nous devons protéger la femme avec laquelle nous sommes mariés ».

> « En plus de la sécurité, c'est une question de temps. Si la femme doit aller loin pour travailler, elle ne va pas avoir le temps de faire les travaux domestiques, et qui va s'en occuper ? »

Caroubier

Dans sa grande partie c'est un travail entrepris par les hommes, qui prennent aussi les décisions concernant la vente et les revenus.

Olivier

La culture de l'olivier c'est partagée entre hommes et femmes, les hommes s'occupent des cultures et les femmes avec les enfants participent dans la collecte. Si les oliviers sont proches de la maison les femmes participent aussi dans l'entretien et la supervision des plantes.

Elevage

L'élevage aussi est une tache partagée, et encore une fois la division du travail est fondée sur la proximité plus que sur le secteur : si les animaux sont dans la maison, c'est la femme qui s'en occupe, s'il faut se déplacer vers les pâturages ce sont les hommes avec les enfants.

Autres activités génératrices de revenus

Aucune des femmes qui participent à l'atelier ne travaille, et de la discussion ressortit que beaucoup d'entre elles travaillaient (même si de façon informelle) avant de se marier. Elles constatent que c'est l'usage commun abandonner le travail après le mariage pour se dédier au soin du ménage. De même, une fille de 20 ans affirme d'avoir laissé les études supérieures lors de son mariage.
Le manque de mobilité des femmes est un autre facteur qui les empêche à s'engager dans des activités rémunératrices. Les hommes affirment que maintenant les femmes ont plus de mobilité qu'avant :

> « Avant les femmes sortaient seulement trois fois dans leur vie : du ventre de sa mère, de la maison de son père (le jour de son mariage) et de la maison de son mari (le jour de sa mort). Et

> si des hommes venaient à la maison, ils ne pouvaient même pas la voir. Maintenant les choses ont changé, les femmes peuvent sortir beaucoup plus de la maison ».

Pour tout déplacement, une femme a besoin de l'autorisation de son mari, et elles éevitent de sortir seules par respect à leurs maris.

Un autre obstacle à l'autonomisation économique des femmes, selon les participants, est l'analphabétisme : « la plupart des femmes sont illettrées et pour cela on peut pas leur confier beaucoup de responsabilités ». Selon les hommes, cette condition des femmes pousse leurs maris à chercher des filles plus modernes dans les grandes villes pour avoir des relations avec elles. Ils reportent le cas d'un homme qui est parti à Tanger et a commencé une deuxième relation avec une femme « moderne », parce qu'il était fatigué de voir sa femme tout le temps à la maison, en habits traditionnels, avec ses horizons limités au monde domestique.

Activités communautaires

Réunions

Hommes et femmes ne participent jamais aux mêmes réunions : les femmes participent seulement aux réunions « des femmes », notamment celles organisées par les écoles, o par les associations (sensibilisations). Même dans les réunions de l'école, les femmes ne prennent pas de décisions qu'après avoir consulté leurs maris. D'ailleurs, c'est la signature du père qui est nécessaire pour toutes les démarches liées à la scolarisation des enfants.

> « Dans notre culture les hommes et les femmes appartiennent à deux mondes séparés. Les deux groupes ne s'unissent jamais, même dans les fêtes de mariage les hommes dansent avec les hommes et les femmes avec les femmes ».

Les réunions communautaires convoquées par les autorités locales ne concernent que les hommes, qui peuvent parfois partager avec leurs femmes les sujets traités au niveau de cartier ou village. Mais les femmes disent jamais entre consultées dans les affaires publiques et jamais participer à la prise de décision concernant la collectivité.

5. Atelier avec le groupe de femmes.

Vote

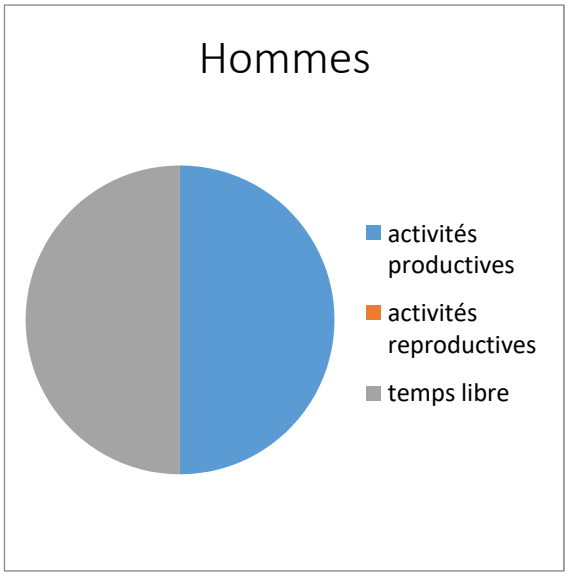
Plus de 80% des femmes présentes ne connaissent rien de la politique nationale, les partis, etc. et affirment n'être pas intéressées. La plupart d'entre elles ne votent pas aux élections, celles qui le font affirment voter selon les indications de leurs maris. Elles reportent qu'il y a des cas de femmes militantes dans des partis politiques, mais que c'est impossible qu'une femme milite pour un parti différent à celui de son mari.

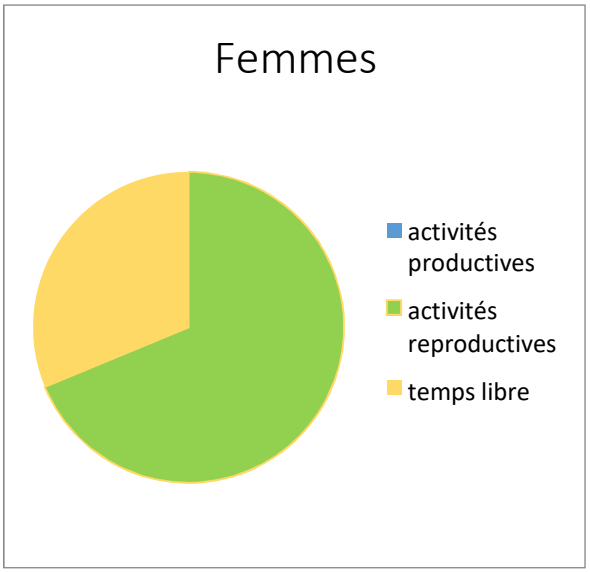
2.2 Horloge des activités

Comme on l'a vu dans la partie méthodologique, cette activité visait à connaître comment les femmes et les hommes emploient leur temps dans la vie quotidienne, et à mettre en avant les différences de genre dans l'utilise du temps, les charges de travail et la perception que hommes et femmes ont de ces inégalités.

Selon les données tirées de cette activité, il y a une forte différence entre l'emploi du temps des femmes et celui des hommes. Considéré qu'hommes et femmes dorment plus ou moins le même nombre d'heures, en moyenne 8 par nuit, le reste de la journée dédié aux différentes activités est constitué d'environ 16 heures.

Ces 18 heures sont occupées de manière très différente par hommes et femmes : comme on peut constater des graphiques suivants, dans l'emploi du temps des femmes les activités productives n'apparaissent pas, tandis qu'en celui des hommes ce sont les activités reproductives les grandes absentes.





13. Représentation graphique des résultats des Horloges activités des deux groupes (moyenne).

Les hommes se réveillent normalement entre 7h et 8h, après une heure dédiée à la prière et au petit déjeuner, ils se rendent aux champs pour travailler. A 10h font une pause pour le petit déjeuner et à 13h ils prennent le déjeuner, normalement sur place (quelqu'un de la famille leurs amène le repas). Les fonctionnaires et ceux qui travaillent comme main d'œuvre d'habitude rentrent à la maison pour manger. Vers 17h ils rentrent à la maison, ils se reposent et ils sortent pour aller au café et rencontrer les amis. Certains passent du temps avec les enfants et les aident à revoir leurs devoirs (dans le cas où la mère soit analphabète). Entre 20h et 21h ils dinent et après certains sortent encore au café ou regardent la télé, d'autres partent directement à dormir.

Les femmes se lèvent vers 7h et préparent le petit déjeuner pour la famille. Elles se dédient après à la préparation du pain, à faire le ménage et la vaisselle. Elles prennent leur déjeuner entre 12h et 13h, après elles se reposent pendant environ une heure. De 14h à 17h elles s'occupent des enfants, de les assister dans leurs devoirs (simplement vigiler à qu'ils les accomplissent si elles sont analphabètes) et de leur préparer le gouter, qu'ils prennent vers 18h. Certaines d'entre elles dans cette plage horaire sortent pour participer aux activités organisées par les associations (couture, broderie). Le soir elles regardent la télé et dinent à 22h et après elles vont se coucher.

Conclusions

En général les femmes des zones rurales de la province de Chaouen ne sont pas occupées dans des activités productives, qui sont considérées comme une tache masculine. Seulement dans les cas qu'il soit possible les dérouler en proximité de la maison, les femmes peuvent entreprendre des activités agricoles, de maraichage ou élevage. Les femmes participantes à l'atelier vivent toutes actuellement dans un milieu urbain (Chaouen), et ont surligné que dans le milieu rural la vie des femmes est différente, parce qu'elles se dédient aussi à l'agriculture en plus d'avoir toutes les responsabilités liées aux activités reproductives. Elles affirment que c'est pour cela que toutes les femmes essayent de se marier avec quelqu'un de la ville. La division des taches selon le genre est fondée sur un critère géographique, de proximité à la maison, plus que sectoriel. Cela relève des représentations locales selon lesquelles les femmes doivent 1. S'occuper premièrement de la sphère domestique et de l'éducation des enfants – en fait celle qui travaillent, quittent souvent le travail après le mariage ; 2. Être protégées à travers une restriction de leur mobilité. Commementionné pendant l'atelier, une femme n'est pas tenue à se promener seule, doit toujours solliciter la permission de son mari avant tout déplacement et ne doit pour aucune raison s'absenter du ménage pour une longue durée. Malgré le fait que par rapport au passé les femmes aient plus mobilité aujourd'hui, une l'exclusion des femmes des espaces publiques est encore très visible avec des conséquences aussi sur la participation des femmes à la vie publique et politique.

Malgré le fait que les femmes jouent un rôle clé dans le soutien des ménages, elles n'ont pas de contrôle sur les principales ressources. Les ressources du ménage peuvent inclure un certain nombre de caps de bétail, terre, et argent sur lesquels les femmes n'ont pas de contrôle, même quand la ressource leurs appartient formellement. Les raisons apportées lors de l'atelier pour justifier cet état des choses relèvent de :

1. l'analphabétisme des femmes, qui leur empêcherait de gérer les ressources
2. l'idée que la priorité pour les femmes soit s'occuper du ménage et que ce sont les hommes qui doivent procurer les moyens de subsistance
3. la nécessité de protéger les femmes en limitant leur mobilité pour des raisons de sécuritéqui empêcherait aux femmes d'exploiter les terrains hérités de leur père si situés loin de la maison.

Les mondes des femmes et des hommes sont des mondes séparés, et aucune activité au sein du ménage est mené en commune : même pas regarder la télé. Les femmes affirment que si avant le mariage les hommes les amenaient parfois dans les cafés, ou à faire des promenades, après cela reste un joli souvenir. Elles restent tout le temps à la maison ou sortent avec voisines ou amies, et les hommes avec d'autres hommes.

Anexo III – Estudio de identificación de las actividades económicas ligadas al emprendimiento femenino

(a continuación)

GOIB CONSELLERIA SERVEIS SOCIALS I COOPERACIÓ DIRECCIÓ GENERAL COOPERACIÓ

STEI INTERSINDICAL

ATED

Etude De Marché : Identification des activités Economiques Liées a La Promotion de l'entreprenariat féminin dans la Province de Chefchaouen

I- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima et de la Province de Chefchaouen

L'une des douze régions du Maroc, la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima est située à l'extrême nord-ouest du pays, dans la chaîne montagneuse du Rif, sur une superficie de 17 262 km2,

représentant 2,43% du territoire national. Elle est limitée au nord par le détroit de Gibraltar et la méditerranée, à l'ouest par l'océan atlantique, au sud-ouest par la région Rabat-Salé- Kénitra, au sud-est par la région Fès-Meknès et à l'est par la région de l'Oriental.

Situation de la région TTA

La région Tanger –Tétouan – Al Hoceima (Données HCP 2016)compte d'après le recensement général de la population et de l'habitat de 2014, un total de 3 556 729 habitants, ce qui représente 10,5% de la population totale du Maroc, soit une densité de 206 habitants au km2.Au sein de La région il y a deux préfectures Tanger-Assilah et M'Diq-Fnideq et six provinces : Al Hoceima, Chefchaouen, Fahs-Anjra, Larache, Ouezzane et Tétouan et Son chef-lieu est la ville de Tanger. Et selon le découpage administratif de 2015, la région est constituée de 145 communes territoriales.

Carte de la région de TTA

Sur le plan économique, la région Tanger –Tétouan – Al Hoceima est l'une des régions qui tireront la croissance du pays dans les années à venir. Aujourd'hui, la région contribue à près de 10% du PIB total du royaume, et connaît une activité économique importante. Les principales activités économiques de la région sont l'industrie, l'agriculture, le tourisme, la pêche, l'artisanat et autres. Et autour de ces activités, ont été développés plusieurs écosystèmes économiques regroupant une multitude de projets et investissements, une description détaillée sera faite à ces écosystèmes ultérieurement.

La région Tanger- Tétouan- Al Hoceima possède aussid'autres atouts, elle est considérée comme un point de passage et d'échanges, un espace historique et géographique, des territoires riches en potentialités économiques et en ressources humaines. La Région est considérée aussicomme un pôle de croissance économique par excellence attirant l'investissement à cause de la position géostratégique privilégiée, l'existence de structures d'accueil et infrastructure de qualité, l'offre foncière adaptée et l'existence d'un cadre de vie agréable…

Chaque province et préfecture de cette région se caractérise par un profil économique et social bien distinct. La Préfecture de Chefchaouenterritoire de cette étude, se caractérise par la présence des activités touristiques et artisanales en plus de la pêche qui a toujours joué un rôle crucial pour les communes situées sur la côte méditerranéenne.

Le développement continu et irréversible jusqu'à maintenant de la région Tanger- Tétouan- Al Hoceima à favoriser entre autre la croissance de l'entreprenariat et surtout l'entreprenariat féminin sujet de notre étude.

A- Potentialités économiques de la Région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima

Dotée de plusieurs écosystèmes économiques solides et variés, et de mégaprojets socio-économiques qui y sont lancés, la région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima est incontestablement appelée à renforcer davantage la compétitivité internationale du Maroc et à promouvoir son positionnement sur l'échiquier international.

Les principaux écosystèmes économiques concernent l'industrie ; l'agriculture ; l'artisanat et produits de terroirs ; le commerce ; le tourisme et la pêche maritime… Ces écosystèmes ont des dynamiques de développement très variables au niveau des huit provinces grâce à certains plans de développement.

1- Les écosystèmes industriels de la région

La Ligne Grande Vitesse, les routes et autoroutes, les zones industrielles, le développement des différents outils logistiques de La région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima s'est engagée de longue date dans la modernisation de son économie, notamment dans le secteur industriel. Elle a mis en place pour l'atteinte de ses objectifs de croissance durable dans ce domainela mobilisation de l'ensemble des opérateurs, publics et privés ; la mise en place d'un cadre incitatif et la réalisation etle développement de plusieurs infrastructures de bases.

Le tissu industriel de la région (Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014)compte environ900 entreprises employant près de 111.700 personnes et assure plus de 10 % de la production industrielle nationale ainsi que 25% des exportations industrielles du pays.

A ce titre, La région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima se caractérise par :

- L'existence de zones d'accueil importantes et modernes telles que : TFZ, ZIsde Tanger, ZI Gzenaya, Malloussa, Zone industrielle de Tétouan, ZI Imzouren, projet de zone industrielle à Ait Kamra,Parc industriel de Tétouanet une série de zones d'activités dans les différentes provinces etc.

 La présence d'un tissu industriel diversifié : agroalimentaire, textile-cuir, électronique-électrique, mécanique-métallique, chimie-parachimie, automobile, aéronautique et BTP… pour lesquelles la région est l'une des plus dynamiques au niveau national

 Projet structurant Ain Dalia avec la création d'une ville industrielle, fruit d'un investissement chinois, de 4.000 ha dont 200 réservés au secteur du textile

La région confirme sa force industrielle en seconde position après Casablanca-Settat et les principaux Indicateurs clés de ce secteur peuvent être comme suit :

- Production : 40.473 Millions de Dhs 10, 3% Du CA national.
- Exportations : 16.970 Millions de Dhs 24,6% Du CA à l'export national.
- Emplois : 111.617 emplois Des emplois 19,6% à l'échelle nationale.

Le nombre des établissements industriels dans la région, leur effectif, leur production et exportation se répartit comme suit :(Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014)

Secteur d'activité	Etablissements	Effectif	Production(MDH)	Exportations(MDH)
Agro-Industrie	228	19275	5554	1311
Textile et Cuir	229	7719	4505	644
Electrique et Electronique	34	23569	10495	10569
Chimie et Parachimie	182	13276	1311	3991
Métallique – Mécanique	228	48379	644	12136
Total Région	901	112.218	40.473	28.454
Région / Maroc	11,6 %	19,6 %	10,3 %	24,6 %

A partir du tableau susmentionné, on peut signaler les remarques suivantes :

- La plus grande part des établissements industriels est installée à Tanger et à Tétouan avec une forte main-d'œuvre employée à Tanger.
- L'essentiel de la production et des exportations provient des territoires de Tanger-Asilah et de Fahs-Anjra. Ce dernier prend de l'ampleur dans le schéma industriel de la région avec l'installation de l'usine de Renault.
- L'industrie agroalimentaire se caractérise dans la région par la taille moyenne des unités et sa forte orientation vers le marché local.
- L'industrie du textile et du cuir est fortement consommatrice en main d'œuvre. Elle a mobilisé 43 % des emplois permanents dans les dernières années.
- Les industries électriques et électroniques ont contribué à près du quart du chiffre d'affaires réalisé.
- Les industries métalliques et mécaniques concentrent 21% des établissements pour un chiffre d'affaires de 14.72 MMDH et réalisent 42,6 % du volume d'exportations.
- Les industries chimiques et para-chimiques concentrent 25.8 % des établissements industriels de la région.
- Le développement de l'industrie aéronautique faisant partie des métiers mondiaux du Maroc, est perçu comme l'une des priorités. Le développement de l'activité dans la région a été porté par des filiales de sociétés étrangères qui se sont implantées dans le site de Tanger Free Zone
- L'absence d'agropole à Larache et à Ouezzane malgré le potentiel important notamment en fruitsrouges et en olives.

La répartition des investissements par secteur d'activité au sein de la région et comme suit :(Ministère du Commerce et de l'Industrie 2014)

Secteur d'activité	pourcentage
Chimie et parachimie	26%
Textiles et cuir	25%
Agroalimentaire	25%
Métalliques et Mécanique	20%
Electriques et Electroniques	4%

Les potentialités industrielles énormes et diversifiées ont classé la région de Tanger- Tétouan- Al Hoceima dans la troisième position sur le plan national comme elles ont favorisé la consolidation et le développement des écosystèmes industriels principaux suivants : l'écosystème de l'automobile, l'écosystème du tissage et confection et l'écosystème de l'agro-industrie.

L'écosystème de l'automobile s'est instauré et développé avec l'implantation de l'unité de Renault à Malloussa à Tanger. Il a créé toute une sphère des industries entour à savoir le câblage, la pneumatique, les pièces de rechanges et autres. Cet écosystème créé un nombre important des emplois et de services (transport, logistique, Port Med…) et il est appelé à un nouveau développement avec l'implantation d'autres maisons de voitures.

L'écosystème du tissage et confection centralisée à Tanger avec des dizaines d'unités employant des milliers de main d'ouvres, et avec l'existence de certaines unités dans la zone industrielles et la ville de Tétouan. La majorité des unités sont liées à des sous-traitances de certaines marques internationales (Zara…). Cet écosystème a fait appel à d'autres industries pour répondre à ses besoins à savoir le matériel de confection, les boutons etc…et aussi à d'autres services (transport, entretien du matériel, logistique,…). Cet écosystème est considéré comme le premier employeur sur le plan régional.

Vu les potentialités importantes de la région en matière de produits agricoles et d'olives sur le plan des Provinces de Larache et d'Ouazzane et de la pêche maritime régionale, l'écosystème de l'agro-industrie compte des dizaines d'unités, la majorité sont installées dans les provinces de Larache et Ouazzaneet le reste éparpillé dans région à Tétouan, à Al Hoceima etc….Cet écosystème fait appel aussi à d'autres industries le cas des emballages, de conditionnement…

2- L'écosystème Agricole dans la région TTA

Le secteur agricole occupe une place importante dans l'économie de la région de Tanger-Tétouan- Al Hoceima suite à l'importance de la superficie cultivée, à la proportion considérable d'emplois ruraux(77,8% de la population active occupée rurale en 2016), à l'approvisionnement des unités agroindustrielles. Aussi, La région bénéficie de plusieurs conditions favorables au développement des activités agricoles à savoir lepotentiel hydrique et forestier, pluviométrie, l'irrigation etc.

Les principaux intervenants dans le domaine agricole régional sont deux acteurs principaux : (Direction régionale de l'agriculture 2016)L'Office Régional de Mise en Valeur Agricole du Loukkos (ORMVAL)dont letrerritoire de commandement est la zone de Loukkosqui s'étend sur une superficie de 2 560 km² dont 1 780 km² (69,5%) relèvent de la province de Larache et les Directions Provinciales de l'Agriculture (DPA qui couvrent plus de 80% de la superficie régionale. Leur zone s'étend sur les préfectures de Tanger-Assilah et de M'diq-Fnideq, les provinces d'Al Hoceima, Chefchaouen, FahsAnjra, Ouezzane et Tétouan, en plus de 5 communes rurales du cercle de Larache (province de Larache). Les DPA disposent d'un ensemble de structures d'encadrement des exploitants agricoles installés dans leur zone d'intervention

Dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima, la superficie agricole utile (SAU) s'étend, en 2016, sur 722 441 ha environ, représentant ainsi 42% du territoire régional et 11% de la surface agricole utile du pays. La province d'Al Hoceima, avec 24% de la SAU régionale, occupe lapremière place en superficie agricole utile dans la région, suivie par les provinces d'Ouezzane avec 22% et Larache (20%).

Le nombre des coopératives agricoles dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima estpassé de 325 en 2009 à environ 1.300 en 2019, soit une moyenne de 120 nouvelles coopératives par an.selon des données de la direction régionale de l'Agriculture de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, cetteévolution est principalement due à la dynamique qu'a connue le secteur des coopératives au sein dela région depuis le lancement du Plan Maroc Vert en 2009. Le Plan agricole régional de Tanger- Tétouan-Al Hoceima a également contribué à promouvoir le secteur des coopératives au sein de la région, et ce en lui accordant une grande importance, tout en veillant à l'accompagnement des jeunesagriculteurs entrepreneurs.

Indicateurs économiques des principales filières agricoles (Agence de développement agricole 2016)			
Indicateurs économiques	Productions végétales	Productions animales	Total
Chiffre d'affaires (Millions DH)	6 804	2 485	9 289
Valeur ajoutée (Millions DH)	4 085	1 022	5 107
Emplois en 1000 jt	25 289	9 738	35 027

Les productions végétales dans la régionTanger-Tétouan-Al Hoceimasont notamment les céréales (blé tendre, blé dur, orge…) les légumineuses (fève, petit pois, pois-chiche, lentille), les fourrages (luzerne, bersim, avoine et vesce), les cultures maraîchères (pomme de terre, tomate, oignon, fève en vert), l'arboriculture (olivier, amandier et le figuier), les cultures industrielles (notamment sucrières) et oléagineuses et l'horticulture (principalement à Larache).

Les cultures industrielles concernent essentiellement la canne à sucre, la betterave à sucre ainsi que les cultures oléagineuses. Le périmètre du Loukkos (zone relevant de la province de Larache) constitue l'une des principales zones de production des cultures sucrières au Maroc. Il a l'avantage de produire à la fois la betterave en bour et en sol irrigué et la canne à sucre en zone irriguée. Elles occupent en moyenne respectivement environ 5.000 ha et 4.200 ha, soit l'équivalent de10 % de la superficie betteravière nationale et 20% des plantations de la canne à sucre du pays.

Le secteur agricole de la région bénéficie de la stratégie Plan Maroc Vert qui est articulée autour d'une approche globale qui couvre l'ensemble des acteurs de l'agriculture et repose sur deux piliers majeurs : l'agriculture moderne et l'agriculture solidaire. Les objectifs du PMV ambitionne d'ériger le secteur agricole en véritable levier du développement socio-économique afin d'accélérer la croissance, de réduire la pauvreté et d'assurer la durabilité à long terme de l'agriculture en vue de consolider son intégration aux marchés national et international par le biais de :

- Faire de l'agriculture le principal levier de croissance sur les 10 - 15 prochaines années.
- Adopter l'agrégation comme modèle d'organisation de l'agriculture.
- Assurer le développement de l'agriculture dans son ensemble sans exclusion.
- Promotion de l'investissement privé.
- Adopter une approche contractuelle pour réaliser le Plan Maroc Vert.

- Pérenniser le développement de l'agriculture.
- Préparer la refonte du cadre sectoriel

L'Articulation opérationnelle du Plan Maroc Vert repose sur une approche globale intégrant l'ensemble des acteurs opérant dans le secteur agricole dans un cadre contractuel à tous les niveaux (interprofessions, régions et opérateurs économiques) et reposant sur deux piliers: le premier concerne l'agriculture moderne et à forte valeur ajoutée dont l'objectif est de consolider et de développer une agriculture performante, adaptée aux règles du marché, grâce à une nouvelle vague d'investissements privés, organisés autour de nouveaux modèles d'agrégation équitables. Et le secondpilier concerne l'agriculture solidaire et intégrée en développant une approche orientée vers la lutte contre la pauvreté, en augmentant significativement le revenu agricole des petits exploitants, notamment dans les zones fragiles

Les potentialités importantes de la région en matière de produits agricoles surtout avecl'appui du Plan Maroc Vert ont développé l'écosystème agricole. Cet écosystème est à mi-chemin entre le secteur industriel en terme d'approvisionnement en matières premières et le secteur commercial et surtout pour les marchés de gros en terme d'approvisionnement aussi. Il emploi un nombre important de la main d'ouvre surtout au niveau rural. Comme il fait appel aux autres différents produits et services à savoir les machines, le transport…

3- L'écosystème de l'artisanat et produits de terroirs

a- L'Artisanat

La région Tanger-Tétouan-Al Hoceima est très riche en produits de l'artisanat et de terroirs quiracontent son histoire et rappellent son passé.Elle tient une place particulière dans la dynamique nationale de développement de l'artisanat : elle constitue le quatrième pôle artisanal du Royaume en termes de chiffre d'affaires et d'emploi. Le caractère rural d'une partie des artisans et les modes de production traditionnels lui confèrent également un fort enjeu social.

Le Département de l'Artisanat, en concertation avec les Parties prenantes, a lancé le Plan de Développement Régional de l'Artisanat (PDRA) pour la région. Ce plan matérialise la stratégie de développement de l'Artisanat dans la région, et les engagements pris par les différentes parties.

Sur le plan de l'offre artisanale qui est positionnée majoritairement bas et moyen de gamme, et en termes de production ou de commercialisation, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima comprend deux principaux groupes économiques :

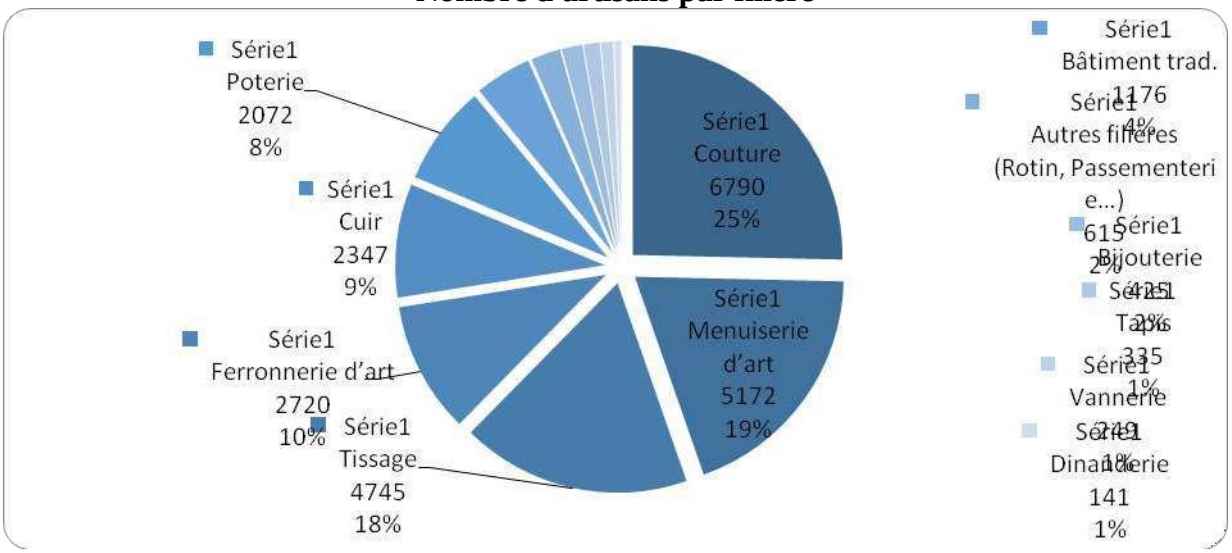
- Un artisanat urbain et proche du littoral qui s'adresse à un marché touristique non ciblé mais en développement ;
- Un artisanat rural produisant essentiellement des objets à caractère utilitaire pour un marché de proximité : tissage et poterie, et dont les producteurs ont peu de contacts directs avec les consommateurs finaux.

L'offre des produits d'artisanat de la région manque d'authenticité et souffre d'une pauvreté du design. Les produits de la région se limitent à des produits utilitaires destinés à la consommation locale. Ils n'offrent qu'une faible valeur ajoutée à des produits peu attractifs. Mais quelques atouts se dégagentcertainesfilières liées au bâtiment et à la décoration se démarquent et présentent un réel potentiel de développement : la menuiserie d'art, la ferronnerie d'art, le rotin ou le zellige peuvent prétendre accéder aux marchés prometteurs que représentent les projets touristiques et immobiliers en cours. Elles nécessitent néanmoins des efforts pour répondre aux attentes de ces marchés, notamment en termes de volumes de production. D'autres filières, comme le tissage d'Ouezzane, la couverture de Chefchaouen et la poterie d'OuedLaou

bénéficient de spécificités régionales qu'il conviendra de valoriser. Aussi, une dizaine d'entreprises proposent des produits de qualité pouvant bénéficier d'un positionnement moyen à haut de gamme.

Sur le plan des acteurs, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima compte à peu près de 27 000 artisans représentent les 13 principales filières de l'artisanat de la région :(Direction régionale de l'artisanat 2014)

Nombre d'artisans par filière



Nombre d'artisans par filière

Filières	Total	%
Couture	**6 790**	**25**
Menuiserie d'art	**5 172**	**19**
Tissage	**4 745**	**18**
Ferronnerie d'art	**2 720**	**10**
Cuir	**2 347**	**9**
Poterie	**2 072**	**8**
Bâtiment trad.	**1 176**	**4**
Autres filières (Rotin, Passementerie…)	**615**	**2**
Bijouterie	**425**	**2**
Tapis	**335**	**1**
Vannerie	**249**	**1**
Dinanderie	**141**	**1**
Total	**26 787**	**100**

L'artisanat de la région est essentiellement composé de mono artisans (95%) représentant la majorité des artisans, ils exercent tous les métiers, avec une prédominance pour les métiers du textile (tissage et couture) et des métaux (fer forgé et dinanderie), mais il existe aussi quelques PME et des coopératives qui seront détaillées ultérieurement.

Sur le plan des marchés potentiels quatre grands marchés représentent des débouchés potentiels pour l'artisanat de la région à savoir :

- La clientèle locale, qui recherche essentiellement des produits utilitaires.
- La clientèle touristique : conséquente en raison de la forte attractivité de la région, notamment durant la période estivale, mais ne se traduit pas par une demande pour les produits d'artisanat de la Région. L'inaccessibilité des espaces de commercialisation et le faible intérêt exprimé pour les productions régionales expliquent cette situation.
- Le marché B2B : l'offre actuelle de l'artisanat de la Région ne permet pas de répondre aux exigences de ce marché, en raison d'un niveau de qualité trop faible et de volumes de production insuffisants.
- Le marché export : ce marché est difficilement accessible pour la production artisanale de la région en raison du faible niveau de qualité et de l'insuffisance des volumes de production.

b- Les produits de terroirs.

La diversité culturelle transmise à travers les générations et la grande richesse en biodiversité reflétée par la multitude des écosystèmes écologiques, ont fait de la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima une vitrine riche en produits de terroirs. Pour cela, La région se caractérise par un potentiel important en termes de produits de terroir notamment les figues, miel et fromage de chèvre ainsi que le potentiel oléicole. Aussi, au sein de la région, il existe un centre régional pour la valorisation des plantes aromatiques et médicinales qui est planifié, en vertu d'une convention signée entre le Conseil régional et l'Université Abdelmalek Essaâdi

La Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima abrite donc une richesse et une diversité importante en matière de produits de terroir et de plantes aromatiques et médicinales àsavoir :(PDR région Tanger-Tétouan-Al Hoceima 2017)

- **Huile d'olive**

☐ Terroir de production : L'olivier se trouve essentiellement dans les zones montagneuses et semi montagneuses d'Ouezzane, de Chefchaouen (45 000 ha), de Tétouan (10 125 ha) et de Larache (2500 ha).
☐ Spécificités :
- Le caractère montagneux de la zone et le système Bour attribuent à l'huile d'olive des caractéristiques organoleptiques spécifiques
- - L'huile d'olive tient une place importante dans les habitudes alimentaires et en médecine traditionnelle de la région

- **Amande**

☐ Terroir de production : L'amandier est produit au niveau de l'ensemble des Communes de la Province d'Al Hoceima. La superficie plantée s'élève à environ 25 000 Ha. La production annuelle d'amandes dans la Province d'Al Hoceima est d'environ 800 tonnes commercialisée principalement au niveau des souks locaux de la province durant presque toute l'année
☐ Spécificités :
- Les amandes de la Province d'Al Hoceima possèdent un goût typique
- Les amanderaies de la Province d'Al Hoceima sont conduites en extensif et en zones pluviales
- La culture de l'amandier ne bénéficie ni d'apport d'engrais ni de traitement phytosanitaires. Elle est considérée comme étant une culture biologique

- **Figue d'Ouezzane**

☐ Terroir de production : L'aire géographique, dans laquelle on trouve le figuier est située dans la zone d'Ouezzane. Il s'étend sur une superficie de 1000 ha avec une production annuelle estimée à 500 T.
☐ Spécificités :
- La zone d'Ouezzane est connue pour les qualités gustatives de ses figues locales (Rhouddane et Bayda).
- Le figuier se développe bien dans des zones à faible hygrométrie et à fort ensoleillement avec des étés chauds et secs. Il résiste bien à la chaleur et aux terrains arides etpauvres, et se bouture facilement.
- La variété Rhouddane a comme particularité de ne pas avoir besoin de pollinisateur, ce qui n'est pas le cas pour toutes les autres variétés. C'est un arbre rentable qui peut fournir deux récoltes par an.

- **Figue de barbarie Dellahia**

☐ Terroir de production : La figue de barbarie Dellahia est présente dans plusieurs communes de la province d'Al Hoceima (BniGmilMeksouline (350 ha), BniBoufrah (350 ha), BniGmilMstassa(150 ha) et Senada (50 ha)), sur une superficie globale de 900 Ha dont environ 200 Ha considéré comme culture spontanée. La production annuelle est estimée à 4000 T avec un rendement moyen de 12 T/Ha. Cette production est réservée essentiellement à l'autoconsommation. La commercialisation concerne environ 30% de la production et s'opère principalement au niveau local.

☐ Spécificités :C'est une variété adaptée aux conditions pédoclimatiques des zones montagneuses d'Al Hoceima et présentant une grande résistance aux températures extrêmes avec de faibles exigences édaphiques. Le climat et le terroir de la région lui confèrent ses caractéristiques organoleptiques.

- **Samet (sirop de raisin)**

☐ Terroir de production : Le sirop de raisins Samet est principalement produit au niveau du Douar Maakacha à 20 km de Bab Taza
☐ Spécificités : Le Samet est un sirop de raisins obtenu à partir d'un savoir-faire ancestral réalisé à la main. Il est présent dans la province de Chefchaouen au moins depuis le 16ème Siècle. C'est un produit des régions anciennement viticoles de Bab Taza et Mokrisset.

- **Miel**

☐ Terroir de production : Le miel est produit au niveau de l'ensemble de la région. Au niveau de la province d'Al Hoceima, la production annuelle de miel est estimée à 100 tonnes. Cette quantité est produite par un parc de ruches composé de plus de 10 000 ruches dont 95% sont modernes
☐ Spécificités :
- L'apiculture est une activité ancestrale dans la région avec un savoir-faire reconnu.
- La région est très riche en plantes aromatiques et médicinales mellifères qui sont exploitées par les apiculteurs. Elle est très connue pour son miel d'arbousier particulièrement au niveau de Chefchaouen et pour son miel de bruyère produit dans la Province de Larache. Al Hoceima possède des ressources mellifères variées et réputées dans tout le pays, notamment l'Organumelongatum fournissant le miel de Thym (Zîitra) connu sous le nom de « Zouy ».

- La commercialisation des miels en milieu rural s'effectue essentiellement par vente directe. En milieu urbain, les ventes se font au souk et dans les grandes surfaces.

- **Petits pois d'Ait Kamra**

☐ Terroir de production : Le terroir de production du petit pois s'étend sur les communes d'Ait Karma, Izemmouren et Ben Abdellah (Province d'Al Hoceima). La culture y est pratiquée depuis longtemps sur une superficie globale de 1000 ha avec une production annuelle de 50 tonnes.
☐ Spécificités :
- Le petit pois d'Ait Kamra est une légumineuse alimentaire qui trouve sa spécificité dans sa texture douce et son goût typique très sucré. Sa notoriété est consolidée par le fait que la totalité de la production, en moyenne 50 tonnes annuellement, s'écoule très rapidement.
- La récolte s'échelonne de mi-février au mois d'avril en fonction des dates de semis

- **Olive de table**

☐ Terroir de production : Les olives de table préparées traditionnellement sont tenues des oliveraies présentes dans toute la région d'Ouezzane. Ces oliveraies comptent environ 34 500 pieds permettant une production annuelle de 517,5 T.

☐ Spécificités :
- Les olives sont majoritairement de la variété picholine marocaine. Le produit peut être considère comme quasiment biologique, car les olives proviennent généralement d'arbres non traites et n'utilisent que très peu d'engrais chimique.
- Les olives de tables relèvent d'un savoir-faire local très ancien qui permet de transformer les olives amères en olives de table de manière naturelle.

- **Orange Zghiri**

☐ Terroir de production :L'aire géographique, dans laquelle on trouve l'oranger doux, est située dans la zone d'Ouezzane, notamment au niveau de Teroual, Zghira et Ahmed Cherif. L'oranger occupe une superficie de 90 Ha avec une production annuelle de 680 T.
☐ Spécificités :
- Les oranges Zghiri sont petites, très parfumées, juteuses et sucrées, et sont spécifiques à la zone d'Ouezzane en particulier.

- **Plantes aromatiques et médicinales**

☐ Terroir de production : Les plantes aromatiques et médicinales se trouvent dans toutes les zones forestières de la région ainsi que sur certaines parcelles des OrganisationsProfessionnelles Apicoles. Elles se trouvent aussi dans les forêts du Rif, notamment au niveau des forêts de la Commune rurale de Targuiste.
☐ Spécificités :
- Les plantes de la région sont connues chez tous les opérateurs du domaine au niveau national et mêmes chez certaines populations grâces à leurs typicités. Certaines même sont endémiques. Au niveau de la région d'Al Hoceima, il existe une espèce sauvage mellifère prédominante, dans la Commune Rurale de Targuiste : le Thym de Targuiste. Cette espèce est endémique au Maroc et n'existe que dans cette région.
- Les plantes aromatiques et médicinales rentrent dans les recettes culinaires des populations. Elles sont source de revenu et de remèdes. La commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée.

En plus des produits de terroirs susmentionnés, la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima possède d'autres produits de terroirs de l'artisanat, certains d'entre eux seront présentés dans le cadre des potentialités de la province de Chefchaouen à savoir les produits de poterie, les produits de tissage (mandil) et autres…

c- L'Economie sociale et solidaire

Au sein de l'économie sociale, le secteur coopératif a connu un développement précoce et un choix stratégique pour le Maroc et pour la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, afin d'assurer une mobilisation pour la modernisation et un développement des secteurs traditionnels, notamment l'agriculture et l'artisanat.

Après le lancement en Mai 2005 de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH), et la mise en œuvre d'un ensemble de stratégies sur le plan national le cas du Plan Maroc Vert et autres stratégies sectorielles, le secteur coopératif ne cesse s'accroitre. Dans ce cadre, la région compte environ(Données ODCO2017)

1650 coopératives en 2016 en occupant la deuxième position sur le plan national, avec 2% de la population active de la région et l'existence de54 projets générateurs de revenus AGRdont les bénéficiaires directs sont de 5 707 Bénéficiaires.

Le nombre des coopératives de la région connait une prédominance du secteur agricole avec 72%, suivi du secteur de l'artisant19%, le reste Le reste est distribué entre : Art et Culture ; Eau et Forêts ; Habitat ; Tourisme ; Exploitation des carrières ; Services ; Transport... l'ensemble des coopératives représentent 30 filières différentes dans les 9 secteurs d'activité susmentionnés.

Les coopératives agricoles de Tanger-Tétouan-Al Hoceima passent donc de 325 en 2009 à environ 1.300 en 2019, Avec une moyenne de 120 nouvelles coopératives par année, le nombre des coopératives agricoles dans la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima n'a cessé d'augmenter.Cette croissance s'explique par la dynamique qu'a connue le secteur des coopératives au sein de la région du au lancement du Plan Maroc Vert et au Plan agricole régional de Tanger-Tétouan-Al Hoceima qui a participé à la promotion de ce secteur.

- **La répartition des coopératives par province dans la région est comme suit :**(Données ODCO2017)

Province	Nombre	Pourcentage
Larache	**579**	**35,1%**
Ouezzane	**250**	**15,2%**
Al Hoceima	**247**	**15,0%**
Chefchaouen	**240**	**14,5%**
Tanger assilah	**158**	**9,6%**

Tétouan	**135**	**8,2%**
FahsAnjra	**28**	**1,7%**
M'diqFnideq	**13**	**0,8%**

- **Répartition des AGR par secteur dans la région TTAHest comme suit :**

Secteur d'activité	**Pourcentage**
Agriculture	**29,0%**
Services	**18,0%**
Pêche artisanale	**15,0%**
Artisanat	**12,0%**
Tourisme	**10,0%**
Environnement	**9,0%**
Forêts	**4,0%**
Culture et jeunesse	**3,0%**

Au sein de la région, Un Plan de développement régional de l'économie sociale a été élaboré sur un horizon de 5 ans avec un budget de 95,2 millions de dirhamspour la création de 2500 emplois, augmenter les revenus des bénéficiaires de 30% et créer 200 nouvelles AGR.

L'écosystème de l'artisanat et de produits de terroirs et parmi les écosystèmes primordiales des provinces les plus défavorisées dans la région le cas de Chefchaouen, Ouazzane, Al Hoceima…Cet écosystème valorise les produits de terroirs de la région, il créé des richesses locales, comme il développe le partenariat entre plusieurs coopératives et AGR dans la région. Cet écosystème représente aussi le noyau dur de l'économie sociale et solidaire dans la région. Une présentation détaillée sera faite ultérieurement sur la base de l'expérience de la province de Chefchaouen.

4- L'écosystème touristique

Le tourisme est considéré parmi les secteurs clés participant au développement économique de la Région, et ce du fait de sa situation géographique privilégiée et de ses atouts autant naturels, paysagers que de sa proximité de l'Europe.

Durant ces cinq dernières années, ce secteur a enregistré une nette amélioration en nombre d'arrivés, de nuitées et d'infrastructures d'hébergement. Cette évolution est expliquée en grande partie par la mise en valeur des atouts suivants, dont dispose la région :

- Un littoral qui lui permet le développement du tourisme balnéaire sur 447 Km entre deux côtes : littoral Atlantique (sport glisse, surf) et littoral Méditerranéen (voile, sportsnautiques).
- Un écosystème riche et diversifié : lié aux conditions naturelles et écologiques de la région qui recèle d'opportunités immenses (parcs naturels ; montagnes du Rif...) pour le développement de l'écotourisme.
- D'importants médinas et sites historiques et culturels lui permettant de développer un tourisme culturel grâce aux différents passages de civilisations diverses (7 médinas, grottes d'Hercule, la Cité Gotta, les tombeaux romains, le site de Lixus, etc.).
- Une montagne et un littoral bordé par les flancs de la chaîne du Rif et ponctué de plages et de criques (dont la plus panoramique est la baie d'Al Hoceima), ont tendance à conférer à la région une vocation touristique de premier ordre. En effet, le maillage de ces milieux, offre une diversité du paysage et une richesse écologique et biologique permettant à la région de devenir un pôle touristique important à l'échelle nationale.

Les indicateurs clés du secteur touristique régional peuvent énoncés ainsi : (Données Ministère du Tourisme 2016)

- Dominance des hôtels de 1, 2 et 3 étoile dans la région
- La part des hôtels 5 étoiles dans la région est 2 fois moins importante à Tanger Tétouan-Al Hoceima qu'à Marrakech-Safi (13%).
- la Région à cheval sur deux territoires touristiques : Cap Nord et Maroc Méditerranée.
- Le nouveau découpage introduisant Al Hoceima dans le périmètre de l'ancienne région Tanger - Tétouan, a engendré un enrichissement considérable du potentiel touristique : Nouvelle destination méditerranéenne « Balnéaire et Loisirs » qui induit un renforcement du potentiel balnéaire et de l'offre nature de la région.
- La région se positionne aussi autour des produits culturels des villes et le développement du produit Nature dans les arrières pays visant par la valorisation de l'identité culturelle des médinas et l'exploitation de son potentiel touristique et aussi par le développement durable des territoires ruraux à travers l'expansion du tourisme de nature.
- L'infrastructure hôtelière de la région, est constituée de 156 établissements hôteliers classés (7% du total national) de 15.665 lits (9% du total national) assurant 9% de l'offre national en termes de chambres (7.716 chambres). Les hôtels classés de 5 étoiles représente 10% de l'infrastructure hôtelière classée alors que ceux de 4 étoiles en représentent 31%.

Capacité des établissements classés dans la région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima(Données Ministère du Tourisme 2016)

Province/préfecture	Lits	Chambres	Etablissements
Tanger - Assilah	8 708	4 216	70

Tétouan /MdiqFnideq	4 700	2 388	36
Al Hoceima	1 049	508	19
Chefchaouen	830	415	25
Larache	378	189	6

Le plan de développement touristique de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima a pour objectifs à horizon 2020 de réaliser ce qui suit :

- 0,9 million d'arrivées de touristes (contre 450.000 en 2010)
- Création de 23.000 emplois directs
- Capacité litière additionnelle de 17.800 lits pour atteindre 27.300 lits (hôteliers et assimilés)
- 6.070 millions de DH de recettes touristiques (contre 2.290 MDH en 2010).
- La création d'une offre d'animation totalement intégrée et de niveau international : centres sportifs, cité des loisirs, centre balnéo-ludique, etc.
- La réorientation de Cala Iris en direction du développement durable et de l'authenticité (réaménagement du port de pêche) et son enrichissement par de nombreuses animations (activités sportives de niche).
- La proposition d'une offre éco-tourisme avec hébergement traditionnel et durable.

L'écosystème touristique est parmi les écosystèmes économiques ayant un horizon lumineuxà cause de l'existence de beaucoup de potentialités dans le domaine de l'écotourisme et le tourisme dans l'arrière-pays c'est le cas de la province de Chefchaouen et d'autres Communes de la région. Cet écosystème fait agir plusieurs domaines à savoir le transport (interne : Taxis, Interurbain : Taxis, Train…International : aérien et maritime…), l'artisanat et produits de terroirs, la restauration et services divers, le commerce etc… et il représente une niche d'emploi de la maind'ouvre locale.

5- L'écosystème de pêche maritime

La région Tanger- Tétouan-Al Hoceima dispose d'un littoral d'une longueur de 447 kms sur deux façades maritimes océanique et méditerranéenne quilui confère une situation géographique favorable pour l'expansion du secteur de la pêche maritime. Celui-cicontribue à hauteur de 11% à la valeur commercialisée nationale et représente une activité d'appoint non négligeable (soit 2% du PIB), notamment grâce à sa contribution dans la mobilisation d'une importante main d'œuvre principalement au niveau des communes rurales côtières où l'agriculture n'est pas un secteur florissant.

Le secteur de pêche(Données Ministère de l'agriculture et pêche maritime 2015)emploie environ 16.100 personnes dans la Région, dont la plus grande partie est active dans les ports de Tanger, Al Hoceima, M'diq et Larache. Toutefois, ce secteur demeure artisanal et sous équipé, il ne représente que 4% en quantité et 7% en valeur par rapport à la production nationale.

Les indicateurs clés du secteur de pêche dans la région sont comme suit :

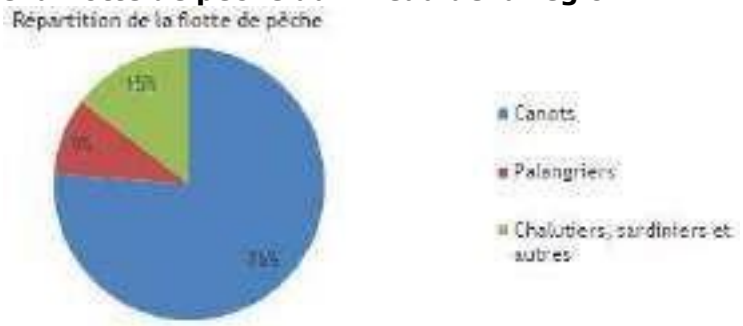
- Valeur commercialisée 700,6 Millions de Dhssoit 10,6% De la valeur commercialisée nationale.
- La production du secteur est de 43,789 Millions de tonnes soit 3,4% Du poids national.

- La flotte dans la région compte 3 879 unités et le nombre d'emplois actifs dans le secteur est de 16 819 Emplois.
- Il y a plus de 2000 canots de pêche dans la région TTAH contre 47 000 au niveau national soit 4,2% du total national.
- Le port de Larache vient en tête avec une production de 18.507 tonnes, générant une valeur de 161milliards de DH.

Répartition des types de pêche au niveau de la région.(Données Ministère de l'agriculture et pêche maritime 2015)

Type de pêche	pourcentage	Nombre de flottes
Pêche Haute Mer	1%	24
Pêche littoral	17%	647
Pêche artisanale	83%	3 208

Répartition de la flotte de pêche au niveau de la région



L'écosystème de pêche maritime approvisionne à la fois les marchés locaux en poissons frais et l'industrie agro-alimentaire. Il développe des petits industries de filets, de glaçons, de moteurs de canots et d'entretien de bateaux…Comme il représente une ressource primordiale pour les habitants des communes côtières de la région en matières d'emploi et de richesses….

6- L'écosystème commercial de la RTTA

Avec le développement à la fois de l'industrie et des infrastructures de la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima liées au transport , routes, logistiques etc… et avec la multiplication des grandes surfaces et boutiques de marques, marchés de gros, marchés communaux et marchés de proximité, les kaissariats, les souks ruraux et aussi avec Ledéveloppement des unités de vente de proximité sur les plans urbain et rural, le commerce constitue une des principales activités de l'économie de la région.

En effet, il présente une source de revenu non négligeable pour la population de la région. Alors que le commerce moderne, tel le phénomène commercial de galerie ou de centres commerciaux, s'est implanté dans les grands centres urbains en particulier à Tanger et à Tétouan, l'activité commerciale de la région a, cependant, gardé son caractère traditionnel et demeure en majorité pratiquée dans des souks urbains et ruraux. Par ailleurs, l'activité de contrebande, notamment dans les villes de Tétouan et M'DiqFnideq vu leur proximité de la zone franche de Sebta, a permis la création d'une intense activité commerciale parallèle. L'afflux de

commerçants attirés par cette situation, donne à la branche du commerce un contour difficile à cerner avec exactitude.

Le secteur du commerce et de la distribution (Données Ministère Du Commerce et d'Industrie 2016)est caractérisé par la prédominance du commerce de proximité qui constitue le principal canal de distribution des biens de consommation. Ces unités commerciales représentent sur le plan national 58% du chiffre d'affaires du secteur, 36% des emplois et 80% des points de vente. Les statistiques de La région Tanger- Tétouan-Al Hoceima sont quasiment inexistantes.

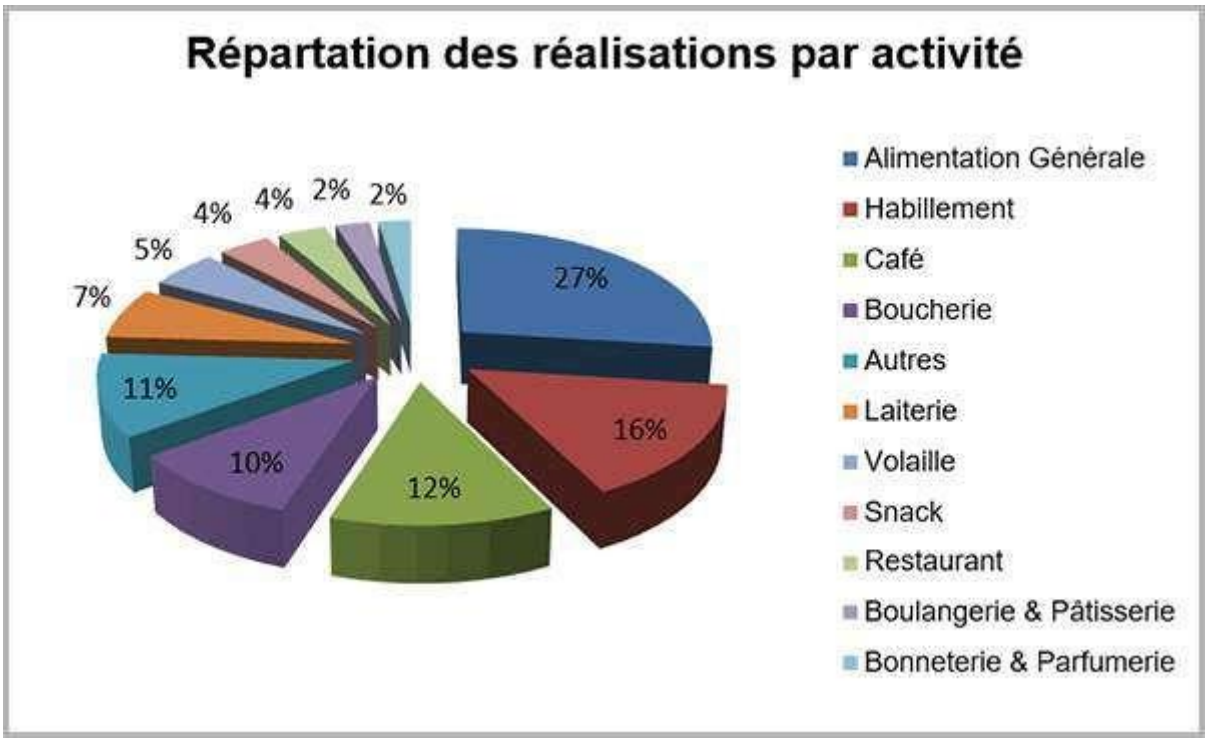
Pour le développement du commerce de proximité, un programme de développement (Programme RAWAJ), a été lancé pour l'amélioration de son modèle commercial à travers l'adoption de nouvelles techniques de vente, le développement d'offres plus attrayantes et une maîtrise des charges de l'activité commerciale.

A cet effet, le Ministère a mené un programme de soutien aux projets de modernisation du commerce de proximité conçus par les intervenants dans le secteur et visant à assurer un niveau de standard qualité, d'hygiène et de sécurité répondant aux attentes et exigences des consommateurs, à améliorer l'attractivité et l'embellissement du point de vente et à développer et renforcer le savoir-faire du commerçant.

Ce programme a contribué au financement de l'expertise du point de vente, l'acquisition et l'installation des équipements nécessaires à la modernisation du local et la formation du commerçant sur les techniques de gestion et de vente et le respect des normes d'hygiène et de sécurité.

Plus de 25.780 commerçants ont bénéficié de ce programme, répartis au niveau des différentes régions du Royaume :(Données Ministère Du Commerce et d'Industrie 2016)

Région	Nombre de points de vente modernisés
Beni Mellal-Khénifra	985
Dakhla-Oued-Eddahab	2224
Darâa-Tafilalet	1443
Fès-Meknès	2971
Grand Casablanca-Settat	3805
Laâyoune-Saguia El Hamra	2736
Marrakech-Safi	2377
Oriental	2647
Rabat-Salé-Kénitra	2435
Souss-Massa	1979
Tanger-Tétouan-Al Hoceima	1762
Guelmim-Oeud Noun	421
Total	25 785



Finalement, avec l'augmentation de la démographie régionale et de ses besoins, dudéveloppement économique et industriel régional irréversible etde la multiplication desinfrastructures régionales et surtout celles directement liées au commerce, L'écosystème commercial ne cessera de se développer dans le futur tout en absorbant une tranche importante de la main d'ouvre et en écoulant la production agricole, industrielle et artisanale sur les marchés nationaux et internationaux.

B- Potentialités économiques de la Province de Chefchaouen

La Province de Chefchaouen est située au nord-ouest du pays, sur le massif du pays de Jebala avec une population de (Données RGPH 2014) 456.701 habitants (236.036 hommes et 220.665 femmes), y est majoritairement rurale (87,47%) vivant sur une superficie totale de 3 443 km² avec une densité moyenne de 129 habitants par km². Cette province est limitée au nord-ouest par la province de Tétouan, au nord-est par la Méditerranée sur une longueur de 120 km, à l'est parla province d'Al Hoceima, au sud-est par la province de Taounate, au sud-ouest par la province d'Ouezzane et à l'ouest par la province de Larache.

C'est une province qui relève de la région administrative de Tanger-Tétouan-Al Hoceima. L'organisation administrative de la Province de Chefchaouen est essentiellement à dominante rurale ; elle comprend une commune urbaine (ou municipalité), Chefchaouen rurales, quatre cercles (Bab Berred, Bab Taza, Bouahmed et Mokrisset) et 27 communes rurales1 : Bab Berred, Iounane,

Tamorot, Bni Ahmed Charkia, Mansoura, Bni Ahmed Gharbia, Oued Malha, Amtar, BniRzine, BniSmih, M'Tioua, Ouaouzghane, Bab Taza, Bni Salah, BniDerkoul, BniFaghloum, Fifi, Derdara, Tanaqoub, Laghdir, BniSelmane, Bni Mansour, BniBouzra, Stehat, Tizgane, Tassift et Talambote.

La situation de la province de Chefchaouen donc est marquée par ses atouts socio- économiques de diversification de ses potentialités humaines, naturelles et culturelles, grâce à sa position géographique spécifique, son environnement, sa riche histoire, ses reliefs difficiles, son climat, ses atouts naturels comme le Parc National de Talassemtane et le Parc Naturel de Bouhachemet sa position centrale dans la Réserve de Biosphère Intercontinentale de la Méditerranée (RBIM). Cette situation a favorisé la prédominance du secteur primaire (Agriculture- Forêt – Elevage etPêche) qui occupe près de 80% de la population active.

En poursuivant la même méthodologie des systèmes économiques comme a été présentée pour la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, l'économie de la province de Chefchaouen estmarquée par la dominance sur le plan rural des écosystèmes de l'agriculture et forêts, de pêche maritime, de l'artisanat et produits de terroirs, du tourisme rural et du commerce. Les Communes deDerdara et Bab Taza, deux communes rurales de la province faisant partie du territoire de l'étude connait elles aussi la présence de tous les écosystèmes du monde rural à l'exclusion de l'écosystème de la pêche maritime. Cependant, pour la ville de Chefchaouen la seule ville urbaine de la province, elle connait la présence des écosystèmes suivants : le tourisme culturel, l'artisanat et produits de terroirs et le commerce.

Le secteur industriel au niveau de la province a été exclu de ces écosystèmes. Il demeure très faible malgré les potentialités importantes dont dispose la Province et qui se rapportent aux moyens humains disponibles ainsi qu'aux ressources naturelles qui peuvent être transformées dans plusieurs domaines tels ceux des forêts, des plantations fruitières, de la production animale et des minéraux. Actuellement, la Province dispose de d'une zone des activités économiques pour les jeunes promoteurs à l'entrée de la ville de Chefchaouen, d'une unité de filature et de tissage au centre de la ville qui vient de cesser son activité, d'une unité de trituration d'olives au centre de Bni Ahmed Gharbia,de deux unités de trituration d'olive au centre de Bni Ahmed charquia, de deux unités de trituration d'olive au centre de Laghdir, d'une unité de séchage des figues au centre de Bni Ahmed…Donc, l'activité industrielle de la province de Chefchaouen abrite seulement 18établissements industriels (Données de la Délégation de Commerce et Industrie Tétouan 2016). Ces établissements emploient un total de 196 personnes environ soit une moyenne de 10 employés par établissement, ce qui reflète la petite industrie dans la province. Le chiffre d'affaire généré par ces établissements est très limité, ce qui veut dire que le tissu industriel de la province reste encore à l'état rudimentaire.

a-Province de Chefchaouen : Potentialités économiques du monde rural

Le territoire de la Province de Chefchaouen est presque totalement rural, il englobe les tribus Ghomaris d'une part et la zone Jbala constituant l'arrière-pays comprenant le haut Loukkous et des tribus dont principalement Lakhmas (Oulia et Soufla), Ghezaoua, Beni Mestara, Beni Ahmed. Selon le dernier découpage administratif de 2009, la province de Chefchaouen se compose de27 communes

rurales et une commune urbaine. La projection de la population de la Province de Chefchaouen (Données du Centre d'Etude et de Recherches Démographiques CERED 2019) est comme suit :

	2014	**2020**	**2024**	**2030**
Province Chefchaouen	456 701	479 932	494 172	512 768
Rural	399 302	417 691	428 935	443 817
Urbain	57 399	62 241	65 237	68 951

La distribution de la population de la province selon le sexeest comme suit (Données RGPH 2014) :

Homme	**Femmes**	**Total**
236 036	220 665	456 701

La principale ressource des habitants dans le milieu rural de la province de Chefchaouen se base sur l'écosystème agricole, qui emploie 85% de la population active. Les autres écosystèmes ont moins d'importance.

1- Ecosystème agricole

Située dans le Rif, chaîne montagneuse du Maroc, la province de Chefchaouen se caractérise par sa topographie accidentée et tourmentée, ce qui défavorise le secteur de l'agriculture au niveau de la province. Cependant, la province dispose d'une pluviométrie importante, mais les sols demeurent peu favorables en plus du faible niveau de mécanisation, d'irrigation, et d'utilisation de semences sélectionnées, contribuant à l'émergence d'une agriculture traditionnelle largement dépendante des aléas climatiques. Le périmètre rural de la province est dominé par l'agriculture céréalière, l'élevage caprin sur les sommets et une arboriculture de figuiers et d'amandiers. N'empêche que d'une autre part, les forêts, ont favorisé le développement de la production forestière.

Concernant les ressources en terre à l'échelle provinciale, la superficie agricole utile (SAU données de la Direction régionale de l'agriculture 2016) s'élève, à 106 676 ha, dont les terres Melk sont les plus dominantes avec 99%. L'irrigation ne concerne que 9 353 ha, traduisant un taux d'irrigation faible de 8,7%.Ainsi, les types de cultures pratiquées dans ces terres concernent les céréales, les légumineuses et les maraichères, alors que les cultures oléagineuses et industrielles sont inexistantes dans la province. Donc, les céréalières représentent la culture la plus prépondérante puisqu'elles occupent une superficie de 23 100 ha, soit 21,6% de la SAU provinciale, et ce, malgré le caractère accidenté du relief. Ces cultures assurent ainsi une production de l'ordre de 210 800 quintaux, traduisant une productivité de 9,1 qx/ha.

Les légumineuses sont cultivées sur 3% de la SAU, soit une superficie de 3 220 ha, occasionnant la production de 13 930 quintaux durant la campagne 2015-2016. Les féveroles et les fèves sont les plus pratiquées puisqu'ils occupent plus des ¾ de la superficie consacrée à ce type de culture.

Les cultures maraichères et fourragères De leur part, les cultures maraichères sont cultivées sur une superficie de 180 ha, produisant un total de 17 400 quintaux durant la campagne 2015-16. Quant aux cultures fourragères, elles sont pratiquées sur une superficie de 1 950 ha avec uneproduction de 102 000 quintaux.

Les plantations arboricoles s'étendent sur une superficie de 52 013 ha, produisant 654 930 quintaux de fruits. L'olivier demeure le plus répandu avec 83% des superficies consacrées à ce type de culture, représentant 66% de la production réalisée. Afin de promouvoir l'extension des plantations arboricoles, La campagne 2015-16 a connu la plantation de 1321 nouveaux pieds d'oliviers, 240 nouveaux pieds de figuiers, puis 425 nouveaux pieds de diverses autres espèces.

Pour la production animale eten ce qui concerne le cheptel, son importance est due à l'abondance de la végétation et au caractère accidenté de la zone qui fait que certaines terres ne sont pas cultivables. On dénombre presque toutes les espèces, mais il y a peu de moutons, car le caractère accidenté ne leur convient pas. Ce dernier aspect est à l'origine de la prédominance de la chèvre. La production de viandes rouges est estimée à 1 037,4 tonnes en 2016, dont 70% de viandes bovines, le reste est réparti entre les viandes ovines et les viandes caprines.

Les forêts naturelles couvrent une superficie de 118 957 ha de la province et sont dominées par les feuillues naturelles qui en constituent presque les 2/3 avec 72,2%. Aux forêts naturelles, ilfaut ajouter 16 119 ha de superficies reboisées jusqu'à 2016. La variété des essences qui les composeet dont les principales sont : le chêne-liège, le sapin, le cèdre et le pin maritime, en plus l'unique massif de sapins « Abies marocana » existant dans le continent africain est cantonné dans cette province. La forêt constitue une ressource économique importante pour la population rurale, et elle participe Les programmes de reboisement sont exécutés pour préserver et développer cette richesse économique et écologique et lutter contre la dégradation dont elle fait l'objet (pressions humaine et animale, incendies).La forêt constitue aussi une ressource budgétaire non négligeable au profit des communes rurales concernées. En 2016, presque 6 millions de dirhams ont été générés par l'exploitation forestière au niveau de la province de Chefchaouen.

Comme vous le constater que l'écosystème agricole représente un secteur clé pour l'économie de la province, en termes de main d'œuvre, de ressources pour la population et d'approvisionnement des différents marchés et souks hebdomadaires. En plus de développement de certains services le cas du transport, des crédits….

2- Ecosystème du tourisme rural

La situation avantagée de la province de Chefchaouen, son relief diversifié unissant à la fois, plages, montagnes et forêts constituent des atouts qui la prédisposent à occuper une place favorite en tant que destination touristique orientée vers le tourisme rural, responsable et écologique.

Ce choix est dicté par l'existence de nombreux sites réputés telles que le fameux pont de Dieu à Akchour, la forêt du parc de Talassemtane et la forêt du parc régional de Bouhachem qui couvre 80000 ha et aussid'un littoral méditerranéen (sur 160 km) parcouru de vallées concevant plusieurs sites archéologiques (Targha, Tiguisas, Taghssa , Jebha).De même, la province de Chefchaouen

dispose d'infrastructures de transport en mesure d'attirer un grand nombre de touristes telles que la rocade méditerranéenne qui relie le chef-lieu de Chefchaouen aux différentes stations d'estivages de cette même côte dans des conditions plus favorables.

Aussi, en termes d'activités, la province dispose de potentialités touristiques importantes et diversifiées tels que des monuments historiques, de nombreuses plages de sable et de vastes forêts et parc avec une faune et une flore très variées. On y trouve des activités tels que des randonnées à pied et à dos des mulets selon la demande, la dégustation des produits du terroir et de la gastronomie locale, des excursions en forêt, des visites des coopératives d'apiculture, du sel, du couscous, des figues…, des visites de marchés hebdomadaire. Les touristes se voient aussi proposer de faire des stages en agro écologie-permaculture, ou des cours-ateliers de cuisine locale (préparation du pain, de crêpe locales, du couscous et de la bissara…), du yoga et coaching ou encore de la méditation à la nature.

L'hébergement des touristes se fait dans des maisons d'hôtes, des gîtes, des auberges ou partager les habitations de la population rurale à bas prix et delà participer à des programmes de randonnées dans les forêts, parc et aux bords des fleuves et cascades, Le Cas du Pont de Dieu, sur la route vers Akchour. L'animation est assurée par des giteurs ou à travers des ONG partenaires qui prennent en charge diverses actions comme la mise en place d'un atelier de poterie ou de tissage ou autres.

L'écosystème du tourisme rural au niveau de la province de Chefchaouen demeure caractérisé par son aspect saisonnier durant la saison estivale pour les communes côtières et par l'existence limitée de ce secteur dans les autres communes du manque de moyens et d'investissement, de faiblesse des infrastructures de base (réseaux routiers, gites, …) et de la mentalité de fermeture chez certains membres de la population. Mais, malgré ces points faibles, cet écosystème a pu développer les ventes pour l'artisanat et produits de terroirs, le transport et a représenté des ressources stables pour les exerçant de ce secteur dans les campagnes.

3- Ecosystème de l'artisanat et produit de terroirs

Le secteur de l'artisanat joue, au niveau de la province de Chefchaouen, un rôle primordial tant au niveau social qu'au niveau économique. Ce secteur est très lié au secteur touristique et compte une multitude d'artisans regroupés en coopératives qui exercent les métiers d'art notamment le Textile comme le cas du tissage du mendil surtout dans la région de Targha…, la poterie dans la zone de Oued Laou et entourage, la Ferronnerie et la Menuiserie artisanale surtout au niveau de certains souks hebdomadaires.

Les produits de l'artisanat (la poterie, la menuiserie, la forge traditionnelle, le tissage du mendil, la bijouterie, la confection traditionnelle et le produit cuir) constituent en permanence un grand pourvoyeur d'emplois dans la mesure où ce secteur occupe des effectifs importants d'artisans, de maîtres artisans et d'apprentis, en plus des saisonniers, de ceux qui exercent leurs activités à domicile et des commerçants.

Concernant les produits de terroirs, certaines communes rurales de la province de Chefchaouen produisent du miel surtout dans les zones forestières. Les familles rurales de la région ont chacune quelques ruches pour produire une quantité du miel qui lui suffirait pour sa consommation et soin annuels. Certains apiculteurs produisent le miel exclusivement selon lestechniques traditionnelles, les Organisations Professionnelles Apicoles produisent le miel selon les

techniques modernes d'élevage et d'extraction ainsi que d'emballage. La zone est très riche en plantes aromatiques et médicinales mellifères qui sont exploitées par les apiculteurs. La province est très connue pour son miel d'arbousier. Le miel a une importance au niveau culturel dans l'alimentation, en particulier pendant le ramadan, et pour ses vertus thérapeutiques (miel de thym et miel d'arbousier).

Au niveau de la province se fait aussi la production de sirop de raisin appelé en arabe dialectal leSametau Douar Maakacha à 20 km de Bab Taza. Le Samet est obtenu à partir d'un savoir-faire ancestral réalisé à la main. Il est présent dans la province de Chefchaouen au moins depuis le 16ème Siècle. C'est un produit des régions anciennement viticoles de Bab Taza et Mokrisset.

En plus, au sein de la province il existe des plantes aromatiques et médicinales qui rentrent dans les recettes culinaires des populations de la région. Elles sont source de revenu et de remèdes.La commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée par des coopératives.

Les produits propres de la province d'origine de l'artisanat et des produits de terroirs, donne à cet écosystème une importance primordial surtout en création des postes d'emploi, des revenus pour la population rurale et participe au développement et à la promotion touristique de la région.

4- Ecosystème pêche maritime

La province de Chefchaouen bénéficie de 120 km de la façade maritime environ le long de la côte méditerranéenne qui commence de Kaa-Asras (C.R. de Tizgane) jusqu'au centre de Jebha, dans la commune rurale de M'tioua à la frontière de la Province d'Al Hoceima.

Cette zone économique bénéficie d'un port à Jebha, un village de pêcheurs à Chmaala et de trois points de débarquements aménagés à Amter, Targha et Kaa-Asras. En ce qui concerne la flotte de pêche immatriculée, (Données de la Direction régionale de l'agriculture et pêche maritime 2016) on compte 513 unités, principalement des canots de pêche (458 unités) en plus des sardiniers (38 unités), des chalutiers (10 unités) et des palangriers (7 unités).

La capacité totale de cette flotte est de 916 tonnes et elle mobilise un effectif de 2 100 marins pêcheurs. Au cours de l'année 2016, les débarquements enregistrés par l'Office National des Pêches de Jebha ont atteint 2166 tonnes de poissons pour une valeur d'environ 14,3 millions de dirhams. La valeur du poisson bleu avec sa grande quantité (94,4 % de l'ensemble des débarquements) constitue la majorité de la valeur réalisée.

L'écosystème de pêche maritime, à côté de l'agriculture représentent les principales ressources des communes côtières de la province de Chefchaouen, grâce à la garantie d'un nombre important d'emploi et à l'approvisionnement du marché régional en matière de poissons.

5- Ecosystème commercial

Le secteur du commerce est considéré comme un des principaux supports économiques de la province de Chefchaouen.Il demeure sans conteste l'une des activités les plus florissantes. Il se

focalise essentiellement dans les centres urbains et communes ruraux ainsi que dans les souks hebdomadaires qui sont au nombre de 24.

Cette activité est axée principalement sur la vente des produits alimentaires, des matériaux de construction, des articles vestimentaires et ménagers. Ce secteur connait une période de dynamisme des transactions commerciales au cours de l'été surtout au niveau des communes côtières, générée par une forte demande occasionnée par l'afflux massif de touristes et le retour des MRE originairesde la province.

L'écosystème du commerce dans la province de Chefchaouen présente à la fois des points forts concernant l'écoulement de la production des autres écosystèmes agriculture, artisanat et produits de terroirs et pêche maritime…sur les marchés au niveau local, régional et national. Mais aussi des points faibles puisqu'il reste encore au stade embryonnaire et se limite à quelques unités commerciales de vente des produits.

b-Potentialités économiques du deux communes de Derdara et Bab Taza

Les communes deDerdara et Bab Taza surtout pour les deux douars de Khzana et Magou sont deux communes rurales dans la province de Chefchaouen faisant partie du territoire de notre étude. La Commune de Derdara est àquelques kilomètres de la ville de Chefchaouen, elle compte 11547 Habitants (Données HCP- Recensement 2014), Dont 47.38% de femmes. Elle est située sur une superficie de 920 kilomètres carrés. Tan disque, la Commune de Bab Taza, elle est située à l'est de la province, sur une superficie de 211 Km2 et elle compte 28713 habitants (Données HCP- Recensement 2014), dont 47.38% de femmes. Les écosystèmes dominants des deux communes sont ceux liés à l'agriculture et aux produits de terroirs, au tourisme rural et au commerce.

• 1- Potentialités économiques de la Commune de Derdara

La population active (15-59 ans)(Données HCP- Recensement 2014), de la Commune atteint 60,3% de la population totale. L'analphabétisme est un élément négatif dans la commune. Il atteint 28,40% pour les hommes et 60,11% pour les femmes. Le chômage des femmes ne dépasse pas 0,44% en tant compte de 1355 femmes au foyer, alors que le taux de chômage des hommes atteint 17,75%. Les écosystèmes existant au sein de la commune sont les suivants :

- Ecosystème de l'agriculture et produits de terroirs

La commune de Derdarapossède des potentialités naturelles importantes et variées, elle comprend une vaste superficie forestière représentant 52,36% de la superficie totale de la commune, dans laquelle il existe une couverture végétale variée et originale et une richesse animale abondante

est très importante, mais les moyens d'exploiter cette richesse forestière restent faibles et Il ne donne pas la possibilité de faire un bon usage durable de ce potentiel.

Compte tenu du caractère montagneux de la situation géographique de la commune, les terres agricoles représentent 46,74%. Mais, malgré ces énormes potentiels hydriques et forestiers, la structure géologique de la surface de la terre de la commune, les changements causés par l'activité humaine, la rendent constamment exposée à un ensemble de risques naturels, principalement des érosions majeures du sol et des inondations dans les zones plates, sans parler des incendies de forêts qui constituent une menace annuelle pendant la saison de l'été.

Malgré la dépendance de la population à l'agriculture, ce secteur est resté modeste et ne répond pas à tous leurs besoins en raison de plusieurs contraintes objectives liées au manque de terres arables et à une grande faiblesse de l'irrigation de celles-ci, et aussi de la petite taille des exploitations agricoles en plus de la dépendance totale aux méthodes traditionnelles.

La commune a bénéficiée de certains programmes du Plan Maroc Vert exécutés par des associations locales et encadrés par le ministère de l'Agriculture le cas de la plantation d'oliviers dans la région d'Amharshin (250 hectares).

Les indicateurs du secteur agricole dans la commune sont comme suit habitants (Données Direction Régionale d'Agriculture 2015):

- 4300 ha de terres arables
- 688 ha, terres agricoles arables et irriguées
- 3612 ha de terres agricoles arables et non irriguées
- 95,16% des terres cultivées sont directement exploitées par le propriétaire
- 2,15% des terres agricoles sont louées à des tiers.
- 95% de la production agricole vient des céréales et légumineuses.
- Le rendement moyen est de 8 quintaux par hectare.

La commune de Derdara, dispose de certains produits de terroirs à savoir Le fromage de chèvre qui est l'un produits qui ont déjà reçu sonlabel "Ajbane Chefchaouen", et dont l'unité de production installée à Granja dans le territoire de la commune compte parmi les principales unités de production, s'est vu décerner dernièrement la médaille d'or du meilleur produit du terroir, lors d'un concours national. Aussi, au sein de la commune il y a la production d'autres produits le cas du miel, de la viande des caprins beldi, les figues, le mendil….etc.

Malgré les grandes qualifications que possède la commune par sa situation géographique et par ses capacités naturelles, l'agriculture comme écosystème reste liée à autoconsommation et reste ouverte sur les nouvelles techniques et projets du Plan Maroc Vert.

- Ecosystème du tourisme rural

La Commune de Derdara fait partie du Parc Naturel de Bouhachem qui couvre un territoire de 105.470 ha et englobe les six communes rurales situées autour du JbelBouhachem. Ce territoire accueille une biocénose très diversifiée et représentative de la faune(Partridge, lapin,Sanglier…) et la flore rifaine dans des formations forestières parmi les plus belles du Maroc à biodiversité floristique élevée le cas du Zenaie, Toutaïev, Subéraie, Pinède, Cédraie… accompagnées d'un ensemble de plantes aromatiques et médicinales.

La commune comme d'autres territoires du Parc se caractérise aussi par une gastronomie reconnue à travers la diète méditerranéenne comme faisant partie du patrimoine universelle de l'humanité le cas de soupe de fèves (bissara), ainsi par la pratique des cultures agricoles anciennes.

Sur les plans culturel et architecturella commune encourage la mise en valeur de richesses ethnologiques locales pour renforcer le sentiment d'appartenance des populations à leur territoire et réappropriation de leurs racines. Tout en visant aussi la protection et la valorisation du patrimoine archéologique, historique, religieux et paysager qui constitue une richesse contribuant au développement du tourisme rural. Parmi ce patrimoine architectural les villages (douars) comptent des mosquées, des zaouïas et des maisons traditionnelles avec toit de chaume (aujourd'hui remplacé par le toit en zinc à deux ou quatre pentes) et murs constitués de briques élaborées par les habitants (mélange de boue et de paille séché au soleil). La disposition des pièces d'une maison est bien particulière et dessine souvent une cour intérieure. En plus de cette architecture, le soin (murschaulés à l'indigo) et la décoration (fleurs) apportent beaucoup de charme aux constructions.

Les points forts susmentionnés, en plus de certains produits de terroirs (viande caprin beldi, fromage du lait de chèvres, le miel local, le mendil…) et leur processus de fabrication ou d'élevage ont favorisé le développement du tourisme rural et d'écotourisme qui respecte l'environnement. Ceci c'est traduit par la création de gites touristiques (le cas de Gite du Douar Mansoura et du Gite de Douar Mawizeger) et de l'auberge Derdara. Et aussi par la montée du nombre de touristes soit qu'ils viennent directement à la commune soit que leur visite est liée à celle de la ville de Chefchaouen.

La commune de Derdara jouit d'énormes potentialités en matière de développement de l'écosystème du tourisme rural et responsable qui aura dans le futur des retombées positives sur la population locale.

- Ecosystème commercial

L'écosystème du commerce reste complémentaire pour les autres écosystèmes de la Commune de Derdara (l'agriculture, produits terroirs….) ou en phase de lancement.La majorité des unités commerciales sont installées dans les centres de la commune à savoir Derdara et DaraKoubae. Le reste est un petit commerce de proximité existant au sein des douars pratiquant la vente audétail dans lesquels le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement.

Vu la proximité de la commune à la ville de Chefchaouen, la majorité de la population de la commune se rend aux marchés et commerces de la ville pour s'approvisionner.

Le développement de cet écosystème dans la commune de Derdara reste étroitement lié au développement et au rendement des autres écosystèmes agriculture, produits de terroirs et tourisme rural.

• 2- Potentialités économiques de la Commune de Bab Taza

La population active (15-59 ans) de la Commune de Bab Taza (Données HCP- Recensement 2014) atteint 60,6% de la population totale. L'analphabétisme atteint 31.96% pour les hommes et

61.37% pour les femmes. Le chômage chezles femmes est de 14.19 %, alors que le taux de chômage des hommes atteint 16.43 %. Le douar Khzana compte 7000 habitants environ (Données Commune Bab Taza 2011) dont les femmes représentent 53% et le douar Magou compte 6500 habitants dont les femmes représentent 47%. Les écosystèmes économiques existant au sein de la commune sont similaires à celles de la commune de Derdara qui sont:

- Ecosystème de l'agriculture et produits de terroirs

La commune rurale de Bab Taza couvre une superficie de 29124 ha (Données Commune Bab Taza 2011)dont le domaine forestier de la commune représente un taux de 83 %, classée parmi les taux les plus élevé sur le niveau national. La superficie cultivable représente un taux 42 % de la superficie totale. La commune dispose de diverses ressources naturelles importantes surtout celles d'origine la forêt.La végétation forestière est dominée par les formations de chêne de liège. Aussi, la commune dispose de plusieurs richesses animales.

Le secteur agricole est l'activité dominante de la commune, malgré son niveau de rendement qui reste très modeste, en raison de plusieurs contraintes liées à la nature et à la petite taille des exploitations agricoles et au faible pourcentage de terres irriguées en plus de la dépendance de la population aux méthodes traditionnelles à tous les stades de la production.

Récemment, la population dans le cadre des associations et coopératives a Le secteur agricole est le groupe dominant, tandis que le rôle des autres secteurs dans les services et le commerce reste limité au centre. Malgré la dépendance de la population à l'agriculture, son niveau économique reste modeste, en raison de plusieurs contraintes liées à la nature et à la petite taille des exploitations agricoles et au faible pourcentage de terres irriguées en plus de la dépendance de la population aux méthodes traditionnelles à tous les stades de la production.

Récemment, le bloc de population dans le cadre des associations et coopératives atenté étéd'améliorer la situation grâce à l'exploitation collective de projets sectoriels concernant le boisement, en particulier les oliviers.

La population a également commencé à produire et à distribuer du lait par le biais d'une coopérative, et à créer d'autres coopératives féminines pour les tapis, le tissage et les professions manuelles qui ont bénéficié d'une assistance technique et financière pour le succès de leur travail et l'amélioration du niveau de vie.

Les indicateurs du secteur agricole dans la commune de Bab Taza sont comme suit (Données Direction Régionale d'Agriculture 2015):

- 9845ha de terres arables
- 2137 hectares de terres arables propices à la culture irriguée
- 7708 hectares de terres arables et irriguées
- 9697 hectares de terres agricoles exploitées directement par le propriétaire
- arboriculture importante mais familiale.

Concernant les produits de terroirs, la commune dispose les plantes aromatiques et médicinales dont la commercialisation se fait sous forme de plantes séchées, d'huiles essentielles et d'eau florale. La plus grande partie est vendue aux intermédiaires ou exportée. La production du

mielpar le biais des ruches pour la consommation et soin annuels. Certains apiculteurs produisent le miel exclusivement selon les techniques traditionnelles, les Organisations Professionnelles Apicoles produisent le miel selon les techniques modernes d'élevage et d'extraction ainsi que d'emballage. En plus, au sein de la commune on trouve le tissage des couvertures ou des mendils surtout dans le douar Khezana, la cuisine locale, Bissara…etc

Les grandes potentialités existantes au sein de la commune au niveau de l'écosystème de l'agriculture et produits de terroirs sont jusqu'à maintenant peu exploiter. Le développement de ce créneau aura sans doute des répercutions favorables pour le territoire et la ppopulation.

- Ecosystème du tourisme rural

La Commune de Bab Taza fait partie du Parc National de Talassemtanese singularisant par la beauté exceptionnelle de ses paysages et par la biodiversité remarquable qu'il recèle. Ila été créé en octobre 2004. Il qui couvre une superficie de de 64.000 ha(Monographie RTTA – DGCL 2015).Ce territoire est une unité de protection entend réunir la sapinière de Tassaot à celles des djebels Tisouka et Lakraa (Lechhab), ainsi que les sites exceptionnels du Djebel Kelti (petite cédraieinaccessible) et des falaises, cluses et gorges profondes de l'Oued Laou à écoulement pérenne. Le Parc permet d'envelopper une exceptionnelle phytocénose de plus de 200 plantes vasculaires, ainsi qu'une zoocénose composée de 37 espèces de Mammifères, de 117 d'Oiseaux, 32 de Reptiles et Batraciens etle singe magot qui s'abrite dans les grottes. Plus de 117 espèces d'oiseaux y ont été dénombrées, dont les plus spectaculaires sont le gypaète barbu et l'aigle royal.

Les ressources culturelles, conjuguées aux potentialités naturelles, à l'artisanat et produits de terroirs, aux infrastructures et produits touristiques (gites touristiques cas du gite de talassemtane, circuits ruraux). Offrent au Parc National de Talassemtane et à la commune de Bab Taza un potentiel écotouristique d'importance régionale, nationale et mêmeméditerranéenne. Il fait officiellement partie de la Réserve de Biosphère Transcontinentale de la Méditerranée (Maroc – Espagne).

Les potentialités économiques et touristiques susmentionnées ont faciliter le développement d'un écotourisme et un tourisme rural au sein de la commune de Bab d'un tourisme d'une façon éthique et consciente, d'aller vers les douars, les gens et la nature. De découvrir les costumes, les traditions, le mode de vie, la simplicité de la vie rurale, la cuisine et gastronomie locale ; l'artisanat et les produits de terroirs. Avec tout ça, et avec le dynamisme de la population, de ses associations et de ses coopératives cet écosystème peut avoir un meilleur rendement et développement continu et un respect de l'environnement.

- Ecosystème commercial

Le commerce dans la commune de Bab Taza est concentré au centre de la Commune et aux deux grands douars de la commune Magou et Khzana lieu de l'existence du souk hebdomadaire de la commune (souk de Mercredi de Khzana où existent des dizaines de commerces surtout de biens de premières nécessités). Le commerce de petite taille caractérise l'activité commerciale de la commune et en général, il y a une absence de professionnalisme.

Le commerce reste aussi complémentaire pour les autres écosystèmes de la Commune de Bab Taza tout en restant baser sur les produits de l'agriculture et du terroir pour les transactions

journalières ou hebdomadaires qui restent elles aussi très limitées surtout avec la proximité de la commune à la ville de Chefchaouen qui répond à la majorité des besoins de la commune. Cet écosystème,n'offre pas de grandes perspectives d'avenir pour la population mais peut être la situation change dans le futur avec le développement des autres secteurs.

C-Potentialités économiques de la ville de Chefchaouen, Chef-lieu de la province

La Commune de Chefchaouen, Chef-lieu de la Province, située à 600 mètres d'altitude en plein cœur du territoire Rif au nord du Maroc. Présentant des atouts patrimoniaux et naturelsincontestables.

La ville s'est développée autour d'une médina d'environ 10km2 dont l'édification remonte au XVème siècle. Elle est totalement piétonnière, y circulent seulement des tricycles pour le transport et des ânes. Construite sur un plan andalou elle présente des singularités par rapport aux autres médinas marocaines la rendant particulièrement attrayante.

La ville est peuplée de 42 786 habitants en 2014 dont 48,3% de femmes, avec un taux de croissance annuel moyen de 1,24%. La croissance démographique est alimentée par l'arrivée de populations rurales alentours qui s'installent dans les quartiers périphériques à la médina et qui sature à une densité de population de 600 hab/ha.

L'activité économique de la ville est dominée par les écosystèmes du tourisme culturel, de l'artisanat et produits de terroirs et du commerce.

1- Ecosystème du tourisme culturel et de patrimoine

La ville de Chefchaouen dénommée la « Perle bleue » du Maroc est une des destinations touristiques les plus importantes du pays, avec l'accueil en moyenne deplus 150 000 touristes par an est ce grâce à ses potentiels historique, naturel, infrastructures touristiques, patrimoine matériel et immatériel et sa population accueillante.

La ville de Chefchaouen donc dispose d'uneancienne médina, assez tranquille d'une superficie de 30 hectares et d'une population évaluée à 18 000 habitants environ et dont la densité de la population atteint 600 hab. /ha. A côté de la médinail y aune ville coloniale d'une superficie de120 hectares et des zones périphériques de 318 hectares. Aussi, Chefchaouen compte un important patrimoine religieux, 20 mosquées et oratoires le cas de La Grande Mosquée de Chefchaouen de watae Hamam…, ceci lui a valu le nom de El-Madina Es-Saliha (la Ville sainte), en plus de la kasbah, des portes de la villes et de plusieurs monuments et de constructions typiques de la ville.

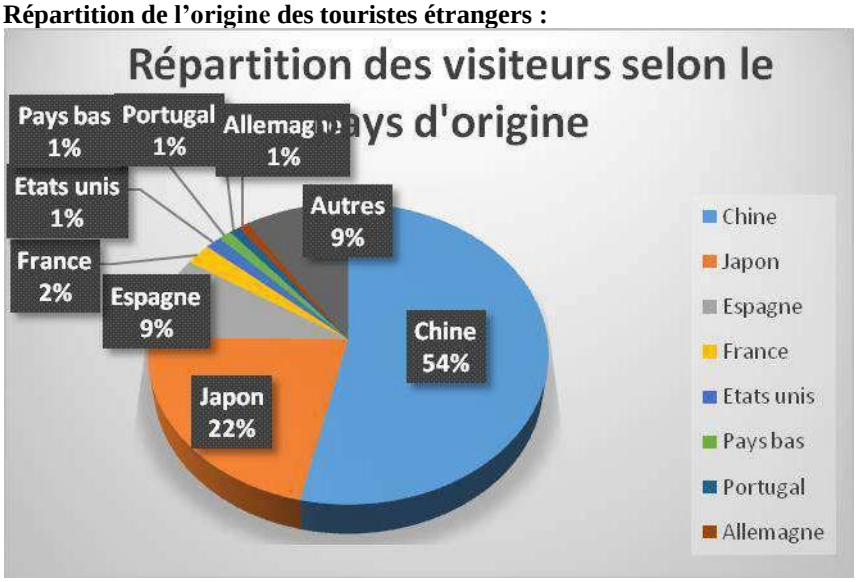
La ville de Chefchaouen a une beauté naturelle brute. Au milieu de 60 000 hectares du massif montagneux et des forêts de cèdres, de sapins et de pins, des randonnées multiples parcours qui mèneront à Kalaa, à la montagne de Tissouka, à Akchour ou à Azilane, au célèbre pont Dieu, arc naturel situé à 25 mètres de hauteur près d'Akchour, les cascades de Cherafat entourant la mosquée et dont les mélodies composées par l'eau, les sources Ras Al Maa ou encore la grotte de Toughoubit…Ces potentialités naturelles ont favorisé le développement de l'écotourisme dans la ville de Chefchaouen.

Sur le plan de l'infrastructure touristique, la ville de Chefchaouen dispose de 351 litsen 5 hôtels classés, 1079 lits27 hôtels non classés, 189lits dans11 maisons d'hôtes, des restaurants, des

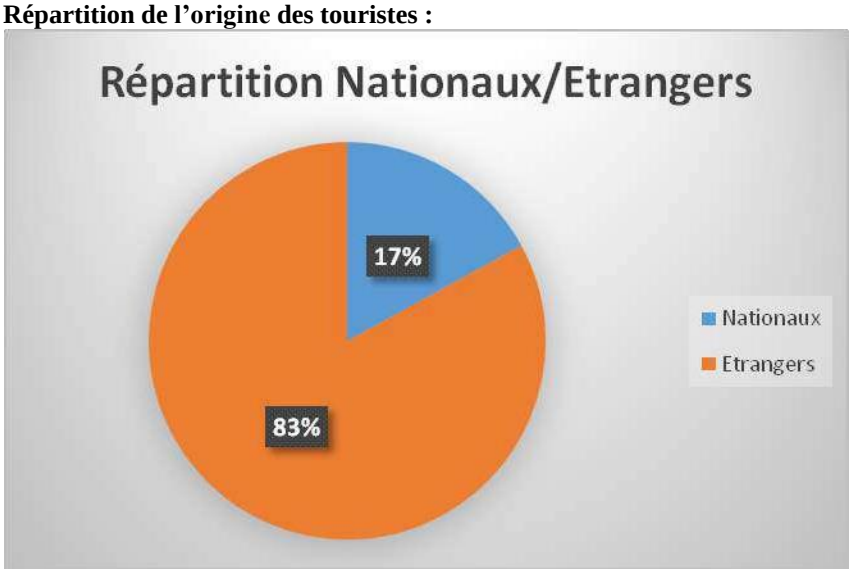
bazars, des campings et des auberges,11 guides touristiques locaux agréés, une succursale d'une agence de voyage.

Les potentialités importantes et diversifiées de la ville de Chefchaouen ont fait l'attraction de plusieurs touristes nationaux et internationaux. Selon une étude de positionnement de la ville de Chefchaouen (Données de la Commune de Chefchaouen 2019), les principaux indicateurs du marché touristique de la ville de Chefchaouen se présentent comme suit :

- **Répartition de l'origine des touristes étrangers :**

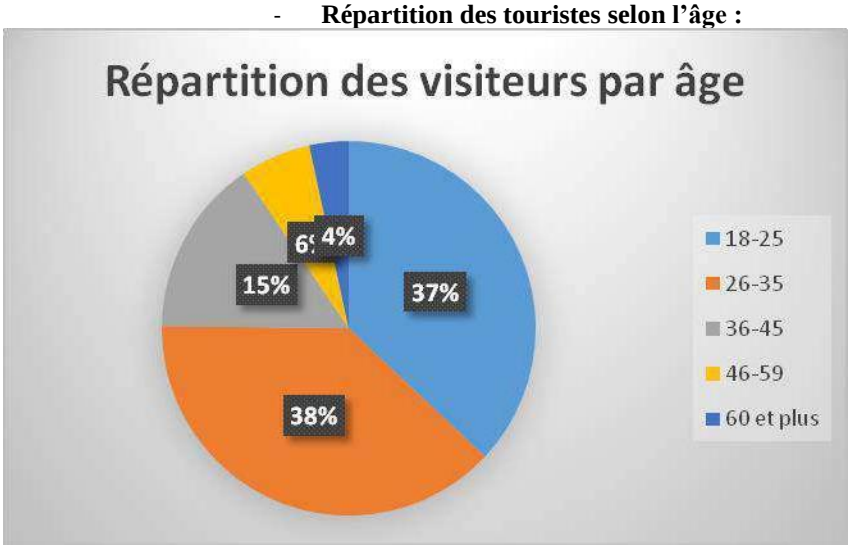


- **Répartition de l'origine des touristes :**

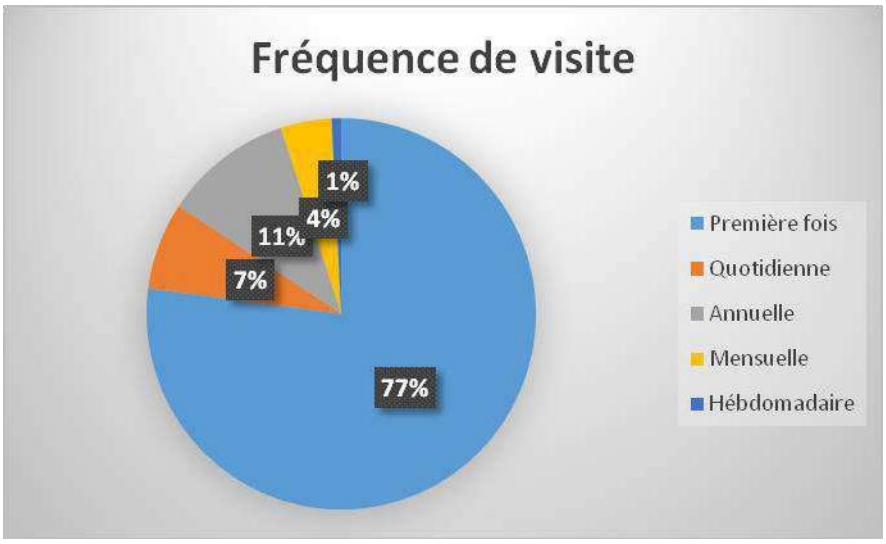


- **Répartition des touristes selon le sexe :**

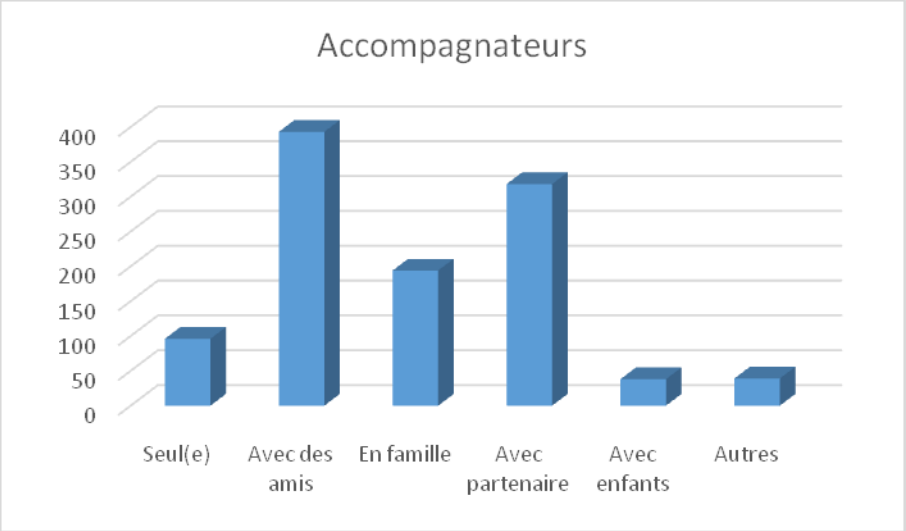
- **Répartition des touristes selon l'âge :**



-Répartition selon la fréquence de visite des touristes :



- **Répartition des touristes selon les accompagnateurs :**

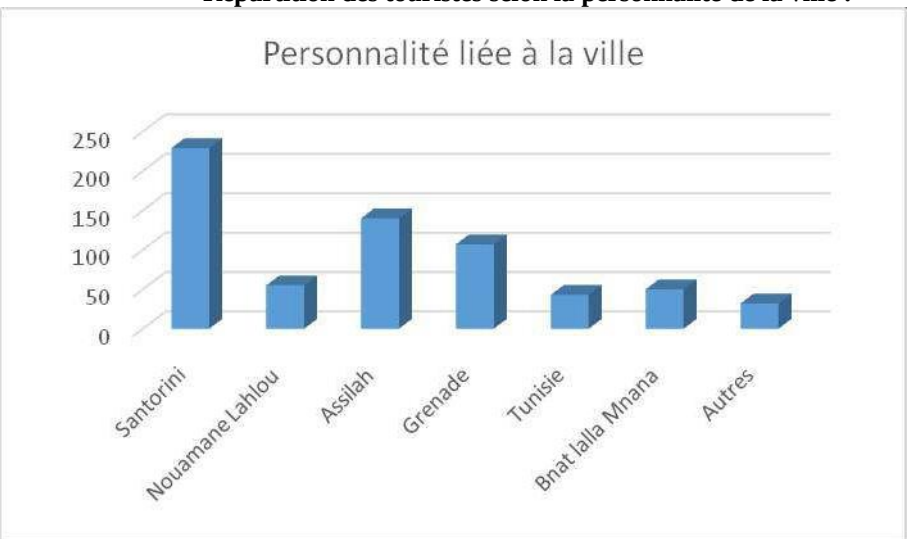


- **Répartition des touristes selon la motivation de visite :**

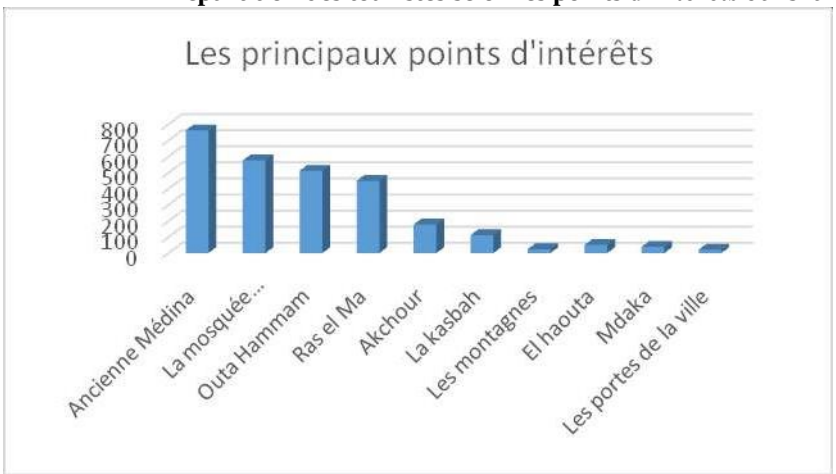
- **Répartition des touristes selon la source d'information :**

- **Répartition des touristes selon les accompagnateurs :**

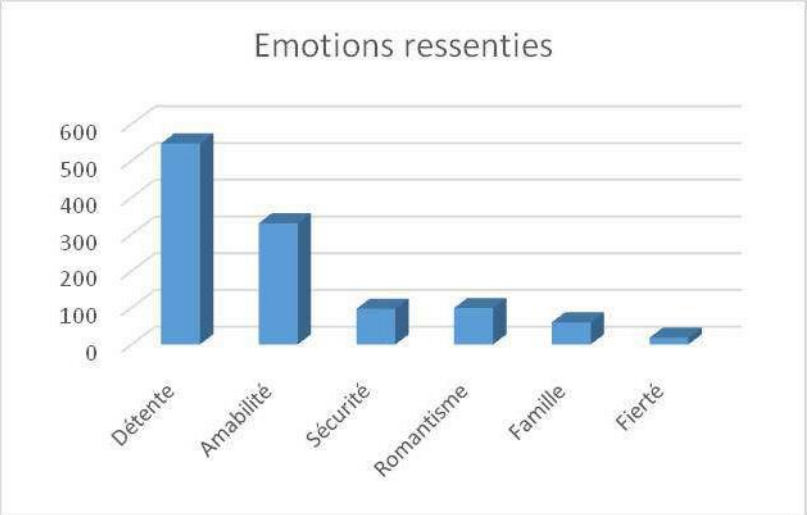
- **Répartition des touristes selon la personnalité de la ville :**



- **Répartition des touristes selon les points d'intérêts dans la ville :**



- **Répartition des touristes selon les sentiments d'attraction :**



- **Conclusion des avis des touristes**

En plus d'un potentiel matériel et naturel de la ville de Chefchaouen, un mouvement humainet culturel de la population a permis la pérennité d'accroissement et du développement du tourisme dans la ville, en apportant un savoir éminent et un art raffiné qui feront de la ville de Chefchaouen et de ses environs un centre de confluences intellectuelles, marchandes et spirituelles, lui conférant une douceur de vivre tant célébrée de nos jours. Tous ceci, rend l'écosystème de l'éco-tourisme un secteur dominant et primordial de l'économie locale.

2- Ecosystème de l'artisanat et produits de terroirs

La ville de Chefchaouen a développé à travers son histoire un savoir-faire ancestral en matière d'artisanat basée sur la transformation de matières premières souvent locales en produits

artisanaux pour les usages quotidiens et des objets d'art pour les occasions cérémoniales.Cet artisanat dont les produits touchent des domaines variés allant du vestimentaire au culinaire ainsi que d'autres outils d'équipement ménagers sont très convoités à titre d'usage ou en cadeaux de souvenirs.

Il s'agit principalement de l'artisanat du bois pour meubles, du bois peint à la main,de liège, du céramique, de tissage à base de laine pour mendil et djellaba, de cuir pour les babouches et sacheries, ainsi que d'orfèvrerie et dinanderie pour bracelets et bijouteries. Le secteur comprend, entre autres, des tisserands en médina, des forgerons, des menuisiers et ébénistes. On se baladant parles ruelles de la médina et on se donner l'opportunité de rencontrer dans les bazars ou chez les artisans eux-mêmes des pièces d'une rare beauté. La ville dispose aussi d'un Centre d'artisanat réputé,un véritable musée vivant des labeurs artisanaux qui offre l'occasion de guider le visiteur par toutes les phases du processus de fabrication des différents produits artisanaux propres de la région de Chaouen et de JebalaGhomara.

Le nombre d'artisans des deux sexes exerçant dans la ville de Chefchaouen (Données de la Commune de Chefchaouen 2015) atteint 4000. Le nombre des coopératives est de 20 regroupant 359 artisans et le nombre des associations œuvrant dans le domaine de l'artisanat est de 5 regroupant 550 artisans et 78 artisanes. La production artisanale elle est soit commandé pour l'autoconsommation de la population Chaouni locale ou dans les autres villes du Maroc ou àl'étranger, soit elle est mis à la vente aux bazars et aux autres boutiques pour les touristes visitant la ville.

Concernant les produits de terroirs, Le 20 novembre 2010, la ville a été inscrite au patrimoine de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco)(Données de la Commune de Chefchaouen 2011). Cette inscription a été rendu possible grâce à la Diète méditerranéenne. « Celle-ci se caractérise par un modèle nutritionnel demeuré constant dans le temps et dont les principaux ingrédients sont l'huile d'olive, les céréales, les fruits et légumes frais ou séchés, une proportion limitée de poisson, des produits laitiers et viande, et de nombreux condiments et épices».Chefchaouen est donc reconnue Communauté Emblématique de la Diète Méditerranéenne, patrimoine culturel immatériel de l'UNECO, avec trois autre villes du pourtour méditerranéen, Soria en Espagne, Koroni en Grèce, Cilento en Italie. Cette reconnaissance est le point de départ d'une prise de conscience de l'immense richesse encore vivante sur le territoire de Chefchaouen. La Diète Méditerranéenne est un complexe culturel transversal, un style de vie complet fondé sur l'ensemble des savoir-faire, connaissances et traditions qui vont de la « table au paysage ».La Diète se manifeste aussi à travers les fêtes et les célébrations qui leur sont associées. Ce patrimoine commun des peuples méditerranéens est déterminé par le climat et l'espace méditerranéen et tient un rôle essentieldans la construction et la consolidation identitaires de ces peuples. Ce patrimoine culturel immatériel que porte Chefchaouen fait aujourd'hui l'objet de réflexion afin de s'engager dans la voie de la préservation et de la perpétuation de ses savoir-faire, valeurs, traditions et ressources naturelles.

En plus des produits de la Diète, la ville de Chefchaouen utilise les produits de terroirs produits ou réalisés dans les milieux ruraux de la province soit dans la restauration des touristes, soit pour la vente directe à la population locale ou aux touristes.

Malgré les potentialités de cet écosystème d'artisanat et de produits de terroirs, avec l'absence d'une stratégie locale pour la préservation des métiers artisanaux, ces métiers sont menacés de disparition, notamment les filières de tissage et de tannerie qui connaissent une régression remarquablesuite à la disparition de grands Mallâmes, le manque d'intérêts manifestés par les jeunes en substitution, ainsi que la concurrence fatale des marchés de la contrebande et des produits chinois bon marché.

3- Ecosystème du commerce

Le secteur commercial représente un créneau très important pour l'économie locale de la ville de Chefchaouen surtout en matière d'emploi et de satisfaction des besoins vitaux de la population locale.

Le secteur compte (Données de la Commune de Chefchaouen 2014). 5 grossistes en produits alimentaires, 3 grossistes en fruits et légumes, 3 grossistes en poissons, 16 grossistes de ciment, 3 pâtisseries modernes, des centaines de magasins etplus de 350 marchands ambulants.

Le commerce de détail forme la grande partie du commerce local. La plus part des détaillants s'installent à la médina, au swika, Watae hamam, Mdaka, Bab Souk…comme ils se trouvent au marché municipal (Ancien marché hebdomadaire de la ville, Lundi et jeudi), au nouveau marché hebdomadaire et aussi éparpillé dans les différents quartiers de la ville.

La marchandise commercialisée au sein de la ville provienne des grossistes de Casablanca, du marché de gros de Tétouan, de l'artisanat de Fès, Marrakech…des produits agricoles et de terroirs de la province de Chefchaouen, de l'artisanat et produits de terroirs locaux et autres.

Le développement de l'écosystème du commerce dans la commune de Chefchaouen ne cesse de se développer dans les dernières années, et il le fera dans le futur surtout avec la croissance de la population et le développement du Tourisme dans la ville.

II- L'Entreprenariat

A- Définitions

Aujourd'hui, l'entreprenariat constitue un phénomène complexe qui attire de plus en plus à la fois les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion, les décideurs politiques et les investisseurs. Pour cadrer le domaine de l'entreprenariat, nous essayons de définir ce concept au niveau général et aussi de définir l'entreprenariat féminin qui a connu un grand ressort dans les dernières décennies.

1- Définition de l'entreprenariat

L'entreprenariat au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. . Parmi ces définitions on peut citer :

- Thierry Verstraet qui a défini l'entreprenariat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se défini par rapport à l'autre et vice versa

-L'entreprenariat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou une solution de carrière viable, à arriver avec les projets à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise.(Stevenson – Verstraet. T : « Entreprenariat : modélisation du phénomène» revue de l'entreprenariat Vol1, n : 1 – 2001).

-L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire.

- L'OCDE en 2007 stipule que l'entrepreneuriat est le résultat de « toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés ». Toutes les variables qui favorisent ces actions humaines en vue d'un résultat économique contribuent à expliquer l'entrepreneuriat.

- Un nombre de chercheurs limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (Gartner, 1989 ; 1990).

-D'autres s'arrêtent à divers aspects liés à la création d'entreprises, mais aussi à leur évolution.

On peut remonter loin dans le temps pour retrouver différentes notions associées à ceconcept. Tout au début du XVIIe siècle, Olivier de Serre proposait sa discussion sur les règles de bonne gestion d'une firme. Cantillon, au XVIIIe siècle, était l'un des premiers à parler directementde l'entrepreneur selon la définition moderne. Les notions abordées touchent, par exemple, la mobilisation et l'organisation de ressources, la prise de risque ou la capacité de faire face à

l'incertitude, la production de biens et services, l'innovation et le changement, la recherche d'opportunités d'affaires et, finalement, la création de valeur nouvelle ou l'innovation (Bruyat et Julien, 2000; Commission européenne, 2003; Caree et Thurik, 2005).

De ces définitions de l'entrepreneuriat nous avons retenu huit et qui sont liées, soit à la création d'une nouvelle entreprise ou de son propre emploi; la création de nouveaux produits ou processus; la prise de risque tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise; l'innovation, quelle qu'ensoit la forme (radicale ou incrémentale); la création de valeur; la capacité de l'entreprise à générer des profits et à croître, le repérage et l'exploitation d'une ou de plusieurs opportunités d'affaires et la mobilisation des ressources, qu'elles soient limitées ou non.

Les fondements du concept d'entrepreneuriat

Origines	Concepts	Sources contemporaines
Serre (1600)	Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise	Mahé de Boislandelle (1988) Landström (1999)
Cantillon (1734)	. Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain	Gartner (1989; 1990) Friis et coll. (2002) Roberts et Woods (2005) Lash et Yami (2008)
Turgot (1769)	Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante	Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007)
Smith (1776)	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur	Cossette (1994) Landström (1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006)
Say (1803)	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance	Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005)
Knight (1921)	Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être	Audretsch (2002) Friis et coll. (2002)

Schumpeter (1934)	Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché. Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché	Nooteboom (2006)
Kirzner (1973)	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre	Dutta et Crossan (2005) Companys et McMillen (2007) Julien et Vaghely (2008)

2- Définition de l'entreprenariat féminin

Dina Lavoie définit la femme entrepreneure comme « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ».

Les premières investigations sur l'entrepreneuriat et l'homme en tant qu'entrepreneur naissent dans les années 30 contrairement à l'entrepreneuriat féminin, dont les premières recherches et documentations trouvent leur origine dans les années 70 surtout aux États-Unis. Néanmoins, il faudra attendre le début du millénaire pour que l'entrepreneuriat féminin soit considéré comme un réel domaine d'étude et de recherche. D'après Christina Constantinidis, qui a participé à l'écriture du chapitre sur l'entrepreneuriat féminin au sein du Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat(2014),

Depuis, l'entrepreneuriat féminin se verrait composé de trois courants de pensée : l'approche fonctionnaliste, les approches féministes et les approches socioconstructivistes.

- Approche fonctionnaliste :

Les fonctionnalistes partent du postulat que l'homme et la femme naissent avec des rôles sexués, renvoyant à une vision naturaliste et biologique des deux sexes. Chaque rôle correspondrait donc à un ensemble de valeurs et de caractéristiques. La sexualisation des rôles s'appuierait sur le corps physique, mais aussi sur le psychisme. D'après les fonctionnalistes, la femme serait moins prédisposée pour l'entrepreneuriat, justifiant ce propos par un manque de compétences et de capacité. Certains chercheurs en viennent même à expliquer que le système de valeurs propre au genre féminin serait la justification d'une moindre performance des entreprises détenues et gérées par des femmes.Les traits de caractère spécifiques aux hommes et aux femmes impliqueraient aussile fait que les hommes aient des prédispositions pour la sphère publique et les femmes, pour lasphère privée. Autrement dit, l'homme serait né avec des compétences et des valeurs lui permettant

de s'adapter parfaitement au monde professionnel et à la politique entre autres, tandis que la femme, disposant d'une plus grande sensibilité et compréhensibilité, serait prédisposée à la vie familiale. (Exemple dans les études de Fasci et Valdez, 1998 ou de Rosa, Carter et Hamilton, 1996).

Plusieurs critiques à l'égard des recherches concernant le fonctionnalisme. Les auteurs de ce courant, en partant de ce système de valeur faussé, introduisent donc un biais méthodologique au sein de leurs différentes études. Ce biais implique que la femme soit infériorisée, d'où l'affirmation par les fonctionnalistes que la femme est moins apte à l'entrepreneuriat : « La conclusion générale deces travaux n'est guère surprenante : les femmes, a priori, seraient moins capables ou moins compétentes que les hommes pour l'entrepreneuriat, a priori perçu et a fortiori construit comme une activité masculine ».

- Approches féministes :

Il existe deux principaux courants féministes, soit la théorie du féminisme libéral et la théorie du féminisme social. Les approches féministes ont largement critiqué la sexualisation des rôles affirmés par les fonctionnalistes. Leur principale critique, voire différenciation, est l'introduction de la notion de genre qui correspond au « sexe socialement construit », différent du sexe biologique comme expliqué auparavant. De plus, les études de genre soulignent deux processus conduisant au « sexe socialement construit » : les mécanismes de séparation et les processus de hiérarchisation. Les mécanismes de séparation se manifestent au travers de l'attribution de rôles, de fonctions et de compétences spécifiques à chacun des sexes, contribuant à déterminer ce qui est considéré comme masculin ou féminin et menant à des représentations stéréotypées des sexes. Les processus de hiérarchisation désignent la structuration de la société autour d'une norme masculine, conduisant à valoriser davantage les caractéristiques, les valeurs ou les comportements perçus comme masculins, au détriment de ceux identifiés comme féminins.

La théorie du féminisme libéral repose sur des valeurs universalistes, affirmant que tous les êtres humains sont des individus égaux ; dans ce cadre, les différences sont secondaires par rapport à la qualité d'individu universel. Cependant, même si les féministes libérales affirment que les hommes et les femmes sont similaires, ils et elles sont traitées de manière inégale. Cette injustice reposerait sur le lien de subordination qu'il existe entre la femme et l'homme dans la société. Le postulat de départ défendu par la majorité des féministes est le suivant : les femmes et les hommes ont la même capacité à entreprendre et à créer. Néanmoins, la manière dont est subordonnée la femme à l'homme a une conséquence majeure : la discrimination directe. Les différentes injustices vécues au quotidien par ces dernières sont une accumulation de barrières et d'obstacles à leurréussite et à la réalisation de leur plein potentiel.

La théorie du féminisme social émerge dans les années 90 et impose une approche innovante par rapport aux deux précédentes. Le féminisme social est aussi connu sous les noms de féminisme de la différence ou de féminisme maternel. Cette théorie confirme aussi que les femmes et les hommes sont différents et s'appuie sur ce postulat. Néanmoins, ce courant introduit une perspective novatrice, selon laquelle la différence qui distingue les femmes serait une valeur ajoutée, une force transformée en point positif. Selon Ely et Padavic, la théorie du féminisme social invite à « célébrer les femmes dans leur différence » et joue avec la différence homme/femme, car elle revendique donc une perspective féminine différente et complémentaire de la perspective dominante masculine, et par là sa reconnaissance à part entière. Cette théorie part du postulat que les femmes entrepreneures possèdent des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat, identifiés comme des ressources plutôt que comme des freins. Ce courant de pensée ne vient plus justifier les difficultéspar la subordination de la femme, mais place le débat sous un autre angle, celui de la complémentarité et de l'égalité dans la différence.

- Approches socioconstructivistes :

Les approches socioconstructivistes dénoncent la méthodologie et les choix épistémologiques des autres théories. D'après ces dernières, les autres approches appuient leurs études sur une dichotomie entre masculin et féminin ainsi qu'une vision homogène du groupe des femmes entrepreneures. Les approches socioconstructivistes ont voulu déplacer le curseur du paradigme. Pour la première fois, la norme masculine est pointée du doigt, notamment pour son rôle dans la construction du terme d'entrepreneuriat. Toutes les recherches réalisées auparavant se sont focalisées sur la sexualisation des rôles et ont considéré l'entrepreneuriat selon le référentiel de la domination masculine. Selon les socioconstructivistes, cette vision oriente toutes les études vers des résultats similaires et stériles à terme : le positionnement des individus dans des catégories sexuées conduit à reproduire dans la recherche l'inégalité des sexes et la subordination des femmes dans la société. Les socioconstructivistes innovent en proposant un changement de positionnement épistémologique, pour étudier la manière dont le genre est réalisé ». Ils essayent de comprendre le fonctionnement du genre et son utilisation afin de le déconstruire. De plus, ils apportent une nuance importante : le genre ne doit plus être envisagé comme un rapport propre aux individus, mais comme une catégorie que l'on retrouve dans tous les domaines de notre environnement.

3- Types et modes d'entreprenariats

L'entrepreneuriat est un monde vaste qui regroupe plusieurs types et modes. Parmi les modes les plus dominants on peut citer :

a- Créer son entreprise en franchise :

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deuxprincipales parties : le franchiseur et les franchisés. C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre et distribuer des produits ou services moyennantune compensation financière. Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché. En retour, il s'acquitte d'un droit d'entrée lors de la signature du contrat et des « royalties » durant la collaboration.Pour le franchiseur, ça lui évite d'ouvrir plusieurs firmes. Ce qui lui permet assez d'argent qu'il peut réinvestir ailleurs.

b- Créer une entreprise par essaimage :

Dans ce cas présent, le salarié quitte carrément l'entreprise il est pour créer son entreprise. Celle-ci propose un service dont son ancienne entreprise. Ceux qui font généralement cela sont des gens expérimentés, compétents et aguerris. Ils utilisent aussi le carnet d'adresses auxquels ils avaient accès dans leur ancien emploi. Cette nouvelle entreprise peut voir le jour avec l'aide de son ancienne entreprise ou non.

Ce type d'entrepreneuriats est un phénomène qui concerne en premier lieu des sociétés technologiques et innovantes. En effet, Il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où origine cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée. Très souvent, l'essaimé est le responsable d'un service que l'entreprise décide d'externaliser. Bien qu'il ne s'agisse pas toujours du moyen de commercialisation le plus efficace pour toutes les techniques, l'essaimage technologique est considérée par ceux qui sont attentifs au développement économique comme un moyen de créer des emplois bien rémunérés et des emplois dérivés ; cette forme de création d'entreprise génère 10 fois plus de retombées en création d'emplois qu'une licence concédée à une entreprise existante pour lancer un nouveau produit sur le marché.

On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaimage :

- L'essaimage à chaud (ou social) : permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- L'essaimage à froid (ou actif) : concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise ;
- L'essaimage stratégique : permet de mettre en œuvre une politique économique gagnant/gagnant pour externaliser une activité.

C'est une option à considérer si vous avez le statut de salarié, d'autant plus que vous bénéficierez d'un accompagnement d'expert pour une collaboration profitable aux différentes parties prenantes.

Louis Jacques Filion a défini trois autres types d'essaimage :

- Essaimage interne (spin-off) : Un membre du personnel de l'organisation essaimante (ou plusieurs selon Pirnay (2000)) crée une entreprise à partir d'une technologie développée au sein de l'organisation essaimante.
- Essaimage externe (spin-in) : Une entreprise est créée par un chercheur externe à l'organisation essaimante mais en utilisant une technologie développée au sein de celle-ci.
- Essaimage de sortie (spin-out) : L'entreprise est créée parce que l'organisation essaimante ne veut plus de cette technologie.

C- Créer une entreprise en Intrapreneuriat :

Depuis la publication d'Intrapreneuring (Pinchot, 1985), la notion d'intrapreneuriat a pris de plus en plus d'importance. Malgré l'absence de consensus sur sa définition, on qualifie généralement d'acte intrapreneurial les activités entrepreneuriales au sein même d'une organisation établie (Antoncic & Hirisch, 2001 ; Zahra, 1991). Ainsi, une entreprise confie à un de ses cadres la mission de créer et développer un centre d'activité spécifique (agence, succursale, usine, filiale, établissement à l'étranger). Le salarié est doté des moyens financiers nécessaires au lancement et peut même être associé au capital, dans certains cas (Jacques Arlotto, 2005). Généralement, Il peut arriver que le salarié d'une entreprise ait une idée d'entreprise et cette idée se trouve être innovante. L'entreprise sepropose à ce salarié de le financer, mais son service qu'il souhaite fournir restera un bien de

l'entreprise de l'entreprise. Ces salariés sont généralement des cadres qui sont des experts de leur domaine. Et comme on le dit : « Ils n'ont plus rien à prouver ». Ils se donnent de nouveaux challenges. Il faut souligner que ce n'est pas tous les salariés qui ont cette envie.

Donc, d'intrapreneuriatest un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'intrapreneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action. Pour l'entreprise, l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique », notamment dans les structures de service.Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'entrepreneuriat n'est pas seulement l'affaire de l'instinct. Une formation pointue et transversale vous aidera à dégrossir le travail et à maximiser les chances de succès.

d- Créer une entreprise en Entrepreneuriat ex-nihilo :

C'est la forme d'entrepreneuriat la plus plébiscitée par les jeunes porteurs de projet. Elle se base sur la concrétisation d'une « nouvelle » idée avec un investissement initial nul ou négligeable (pas de reprise, ni de rachat de fonds ou de franchise…). La motivation derrière cette forme d'entreprendre peut être une innovation, une réponse à des problèmes rencontrés au quotidien par le porteur du projet ou encore l'identification d'un changement du microenvironnement qui pourrait être favorable à une affaire.

Si le porteur de projet décide de se mettre à son propre compte après avoir travaillé dans une entreprise, il devra veiller au respect de l'obligation de loyauté vis à vis de son ancien employeur, en fonction des clauses de son contrat de travail. Certains salariés signent en effet des contrats prévoyant une clause qui interdit le lancement d'une activité concurrente pendant une période bien déterminée.

C'est le type d'entrepreneuriat le plus plébiscité aujourd'hui. Il consiste à faire éclore une idée qui répond à un besoin bien défini. C'est un travail de longue haleine car on reprend à zéro et ce, dans un marché qu'on ne maîtrise pas toujours. Il faut adapter l'idée que l'on veut développer afin de résoudre de manière efficiente les problèmes constatés.

e- Créer une entreprise par la Reprise d'entreprise :

C'est une forme d'entrepreneuriat qui consiste à reprendre une activité ou une entreprise déjà existante. Le créateur ici est une personne physique ou morale appelée repreneur. Il peut s'agir d'une ou de plusieurs personnes reprenant une PME, une start-up ou même une grande entreprise. A moins que l'exploitant n'exerce en nom propre, une question va se poser très tôt au repreneur : créer une nouvelle société et déposer de nouveaux statuts ou reprendre la société en cours ? Tout dépend de la situation. Concernant les relations avec les clients et les fournisseurs, le message de continuité représente en général un avantage non négligeable. Le repreneur n'aura pas besoin de solder les comptes clients et fournisseurs pour ne pas remettre en cause d'éventuels avantages antérieurs durement acquis.

Il existe d'autres classifications des types et modes d'entreprenariat, Parmi ces classifications on signaler :

- L'entrepreneur classique : c'est le créateur seul motivé par des considérations économiquespour la création de l'entreprise. Il peut s'agir aussi de plusieurs personnes qui créent ensemble une même entreprise.

- L'entrepreneur organisationnel : il s'agit des formes entrepreneuriales. Des activités d'exploration au sein d'une entreprise déjà existante.
- L'entrepreneur social : il s'agit de la création visant la maximisation de l'utilité sociale plutôt que la rentabilité économique.
  C'est un type d'entrepreneuriat essentiellement consacré aux peuples. On ne cherche pas à faire beaucoup de profit parce que la cible visée n'est pas assez nantie. L'argent produit permet d'assurer le service dont bénéficieront ses populations ciblées. Les bibliothèques sont des illustrations parfaites dans ce cas d'entrepreneuriat.
- L'entrepreneur postmoderne : c'est l'entrepreneur dont la motivation principale est de donner du sens à sa vie plus que d'améliorer ses revenus. En plus, son choix d'entreprendre n'est ni exclusif nidéfinitif. Il peut mener en même temps à un travail salarié et à une activité entrepreneuriale. Il entre et peut ressortir de l'activité entrepreneuriale selon l'opportunité.

Une autre classification met l'accent sur :

- Entrepreneuriat de type Auto-création : L'auto-création d'emploi constitue généralement une alternative, voir une solution, pour ceux qui éprouvent des difficultés à trouver un emploi.
- Entrepreneuriat non marchand ou social : le principe de base ici est de créer des entreprises dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la « valeur sociale », à mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux (dans les domaines de la création d'emploi, du développement durable, de l'environnement, de la santé...). Les entreprises de microcrédit, à l'image de la Grameen Bank de Mohamed Younes, constituent un bon exemple.
- Entrepreneuriat public : les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau National, provincial ou local, orienté vers le service aux citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public.

L'entrepreneuriat est donc, sous toutes ses formes, réalisées dans le cadre formel ou informel ou à travers d'autres formes ou structures le cas des coopératives ou même des associations, un moyen incontournable de création d'emploi et de richesse. Le soutien de l'entrepreneuriat suppose tout, d'abord, la levée des barrières qui freine l'action entrepreneuriale.

4- Caractéristiques de l'entreprenariat

Plusieurs sont les caractéristiques de l'entreprenariat et de la motivation des hommes et femmes à s'aventurer dans ce domaine. Parmi les principales caractéristiques entrepreneuriales on peut citer :

- Création d'entreprise
- Création de nouveaux produits, méthodes de production, marchés, sources d'approvisionnement, etc.
- Prise de risque
- Création de valeur
- Dépistage et exploitation d'une occasion d'affaires

- Mobilisation des ressources
- Désir d'accomplissement
- Recherche du pouvoir
- L'autonomie
- La confiance en soi
- Haut niveau d'énergie et de dynamisme
- Persévérance malgré les obstacles
- Tolérance au stress
- Capable de faire face à la concurrence
- Personne orientée vers l'action
- Innovateur
- Capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et de se projeter dans l'avenir
- Détecteur d'occasion d'affaires,
- Etre bon dans les relations
- Etre un créateur et un intuitif tout en demeurant réaliste
- Confiance en soi
- Persévérance
- Energie, talent et habiletés à prendre des risques calculés
- S'organiser pour trouver les «moyens» d'atteindre des objectifs

Aussi, les caractéristiques d'entreprenariat ont été l'objet de plusieurs recherches, études et investigations des chercheurs et théoriciens surtout durant les dernières décennies du XXème et XXIème siècles. Parmi les propositions de ces auteurs on peut citer :

MILLER & TOULOUSE (1980)

- Personnalité particulière du dirigeant
- Contrôle interne
- Innovateur
- Proactif
- Preneur de risque

HORNADAY(1982)

- Confiance en soi
- Energique – Dynamique
- Talentueux
- Habile à bien s'entendre avec les gens
- Habile dans la prise de risquescalculés
- Fait preuve d'initiative
- Responsable face au défi
- Indépendant
- Leader
- Flexible
- Polyvalent,connaissance duproduit,du marché et de la technologie

- S'adapte aux suggestions, critiques
- Fait preuve de créativité
- Besoin de réalisation
- Prévoyant
- Orienté vers les _profits
- Possède de l'acuité
- Persévérant
- Optimiste

MILLER (1989)

- Fanatique talentueux
- Persuasif
- Il sait trouver les ressources
- Audacieux et s'allie à despartenaires utiles
- Goût du risque
- Initiative
- S'organise pour franchir les obstacles
- Indépendant
- Motivé par la réalisation desesambitions
- Travaillant
- Le succès est important
- Développement technique plutôtque la recherche
- Imaginatif
- Obstiné
- Utilise le temps de ses loisirs
- Pressé d'atteindre ses objectifs,
- Peu préoccupé par le pouvoir

FILION (1991) (1980)

- Visionnaire
- Détecteur d'opportunités
- Résolution de problèmes - preneur de décision
- Innovateur
- Bon dans les relations d'affaires
- Preneur de risque, mais calculés
- Initiative, leadership
- Intuitif – Jugement
- Réaliste
- Va au-devant des défis
- Non-conformiste
- Indépendant
- Le profit n'est pas le seu1 élément de motivation
- Flexible
- Travailleur et persévérant

- Opportuniste
- Créateur
- Imaginatif
- Communicateur
- Utilisateur de l'argent des autres
- Hommes d'affaires
- Orienté vers l'action
- Optimiste
- Apprend deses erreurs

BLAIS, TOULOUSE (1992)

- Sait saisir les informations et anticiper le changement

SPENCER & SPENCER (1993)

- Pensée stratégique
- Détecteur d'opportunitépouvoir agir
- Gestion des relations entre les individus et relations d'affaires
- Forte habileté de communication
- Initiative
- Confiance en soi
- Leadership de changement
- Monitorat au lieu de contrôler et diriger
- Préoccupation pour un travail de haute qualité
- Persistance

GASSE (1995)

- Confiance
- Autonomie
- Persévérance
- Pouvoir
- Connaît ses capacités
- Besoin d'accomplissement
- Innovateur
- Orienté vers l'action
- Comportement cognitif
- Gère son stress

GASSE (1997)

- Visionnaire
- Démontre de l'entrepreneuriat
- Excellent dans la résolution de problème
- Connaissance en gestion financière
- Bons dans les relations interpersonnelles
- Créateur
- Leader
- Coach
- Prévoit les futures alliances
- Communicateur

- stratégiques

McCLELLAND (1961) dans ROBERTS E.B. (1991)

- Orienté vers le futur
- Preneur de décision dans un contexted'incertitude
- Innovateur d'affaires
- Preneur de risquesmodérés
- Ne tolère pas l'autorité ou toute autre forme de leadershipsupérieur au sien
- Coordonne les efforts et les activités autres personnes
- Travaillant - Innovateur dans la manière de faire les choses

ROBERTS E.B. (1991)

- Haut degré d'accomplissement
- Intuitif
- Apporte une nouvelle technologie plutôt que l'expérience
- Extraverti
- Jugement
- Contrôle et va au-devant des défis (willin_gness)
- Un fort désir d'Indépendance
- Gestion participative
- S'entoure d'une équipe multidisciplinaireperformante
- Favorise les relations avec les autres

JULIEN (2000)

- Visionnaire
- Sait profiter des opportunitéset des modes du moment.
- Un être social : contact régulier avec employés, partenaires, fournisseurset surtout, clients - Réseau
- Communiquer sa vision
- Entraîner l'organisation à changer,innover
- Observateur
- Possède une bonne sensibilité pour comprendre les changements clés

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE L'ENTREPREUNARIAT DANS LA PROVINCE DE CHEFCHAOUEN

A nos jours, Les femmes dirigent environ un tiers des entreprises de l'économie mondiale. La majorité de celles qui exercent dans les économies en développement sont des très petites ou des micro-entreprises. Certaines attitudes et normes sociales empêchent certaines femmes d'envisager la création d'entreprise, tandis que des obstacles systémiques font que de nombreuses femmes entrepreneurs opèrent dans l'économie informelle. Cette situation non seulement limite leur capacité de gagner un revenu pour elles-mêmes et leurs familles, mais restreint également leur vrai potentiel de contribuer à la création d'emplois et au développement socioéconomique et durable.

Actuellement, l'encouragement de l'entreprise féminine au Maroc s'inscrit dans le cadred'une approche de promotion et d'amélioration de la situation de la femme dans les différents domaines de la vie active. Cet encouragement commence à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution remarquable de l'entrepreneuriat des femmes qui apparaît au niveau de leur contribution au développement économique. Parfois, les femmes entrepreneurs renvoient aux femmes pauvres et précaires disposant de micros entreprises opérant dans l'informel. Lorsqu'un nombre important de femmes ont créés de petites, de moyennes ou des grandes entreprises organisées de manière moderne et gérées de façon professionnelle et exerçantdans le secteur formel et elles représentent de 10 à 12% des entrepreneurs.

Au niveau de la région Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, avec l'absence des statistiques officielles des femmes entrepreneurs, les femmes représentent environ 50% de la population totale et constituent presque le quart de la population active. La participation des femmes à la main d'œuvre aaugmenté à la fois dans les villes et dans les milieux ruraux et les femmes sont actives, de façon prédominante, dans le secteur informel.

Avec le développement économique continu qu'a connu la région dans les dernières décennies, le nombre des femmes entrepreneurs ne cesse de se développer comme le preuve l'accroissement des entreprises, des coopératives et des associations économiques créées par les femmes et l'existence de plusieurs structures et programmes d'appui et d'encadrement de la création de l'entreprise féminine.

Dans la même perspective, et comme alternative au salariat, au chômage ou d'autres raisons un nombre important de femmes de la Province de Chefchaouen ont préféré le recours à l'entrepreneuriat.

Pour développer l'initiative entrepreneuriale féminine dans la Province de Chefchaouen, leprojet« Promotion de l'équité de genre et appui intégral aux femmes et enfants victimes deviolence familiale au Nord du Maroc 2ème année »,porté par l'ONG STEI Intersindical en partenariat avec l'Association Talassemtane pour l'Environnement et le Développement (ATED) et appuyépar Gouvernement des Îles Balears programme la réalisationd'uneétude d'identification des potentialités des différents secteurs économiques de la région pour orienter l'entrepreneuriat féminin de Chefchaouen. L'objectif généralde cette étude est d'aboutir à la réalisation d'une identification des potentialités des différents secteurs économiques sur les plans régional et localet de tracer les différentes pistes pour favoriser et développer l'entrepreneuriat féminin.

I- Cadrage de l'étude

A-Etat de question

L'entrepreneuriat est parmi les concepts les plus étudié et développé dans l'histoire puisque par l'entrepreneuriat, il est entendu l'action de créer la richesse tout en l'appropriant, dans le but de

proposer, trouver et d'implanter des solutions répondant aux besoins des individus ou des groupes. Apres certain temps, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un des facteurs capitaux pour une économie en pleine croissance. En effet, la promotion de l'entrepreneuriat est devenue une nécessité pour le développement de toute nation qui se veut être compétitive.

Plusieurs auteurs et théoriciens ont s'intéresser à ce sujet comme a été signalé auparavant pour en présenter des définitions, des théories et des explications. L'année 1950, a connu l'apparitionde la terminologie de l'entreprenariat par l'économiste Joseph Schumpeter. Et de cette date à nos jours plusieurs recherches, études et développements ont été réalisé à propos de ce sujet.

L'entreprenariat et l'entreprenariat féminin a été sujet de plusieurs études réalisés par des organismes internationales le cas du FMI, BM ou OIT… ou réalisés sur le plan de chaque pays.

Au niveau du Maroc, l'entreprenariat et entreprenariat féminin a étésujet de plusieurs recherches académiques et études réalisées par des établissements gouvernementaux, secteur privé et société civile pour répondre à des questions économiques d'ordre théoriques ou pratiques, générales ou spécifiques liées à un secteur déterminé ou à un territoire prédéfini.

Dans la même perspective et pour la Région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima, L'entreprenariat et l'entreprenariat féminin sera un sujet de recherche et d'étude pour les chercheurs dans l'université Abdelmalek Essaadi, pour certains établissements étatiques au niveau de réalisation de certaines études et monographies et pour les collectivités dans le cadre de réalisation de leur Programme d'Action Communal –PAC- . Mais, la caractéristique dominante de ses recherches c'est qu'elles ne traitent pas directement et spécifiquement le sujet de l'entreprenariat féminin pour cela il y a un manque de données et statistiques relatives à ce sujet.

Pour apporter des réponses à ce sujet sur le plan local et plus précisément dans la Province de Chefchaouen, le projet« Promotion de l'équité de genre et appui intégral aux femmes et enfants victimes de violence familiale au Nord du Maroc 2ème année », par le biais de cette étude qui essayerade déterminer les potentialités économiques régionales et provinciales et les opportunités d'entreprenariat féminin.

.

B-Problématique

Depuis les dernières décennies, l'économie mondiale fait face à des transformations majeures comportant plusieurs éléments de changement, dont la féminisation des marchés de l'emploi et de l'entrepreneuriat. Autrefois considéré comme des domainesréservés au masculin. L'entrepreneuriat tend donc à se féminiser de plus en plus et ce, particulièrement dans les pays industrialisés.

Au Maroc, elle se développe peu à peu et représente aujourd'hui une force de développement non négligeable. Mais, malgré l'accroissement du taux de femmes entrepreneures marocaines, la pénétration des marchés économiques demeure un défi en soi pour plusieurs d'entre elles. L'entrepreneuriat féminin démontre plusieurs problématiques se rattachant aux femmes entrepreneures que ce soit dans un contexte de démarrage, de consolidation, d'expansion ou de transfert d'entreprises. Ces problématiques se traduisent entre autres par l'accès au capital, à la performance, au réseautage, à la conciliation travail-famille, àl'accès au financement et à la formation etc... Considérant l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme levier économique au Maroc et sur le plan local, il est important de connaître davantage ce qui motive et guide les choix de ces femmes entrepreneures.

De plus en plus souvent, la classe politique, l'enseignement supérieur, le secteur privé, les sociétés civiles et autres considèrent l'entrepreneuriat et entreprenariat féminin comme un élément important pour promouvoir des idées novatrices, des activités d'entreprises et le progrès économique.

Ainsi, la question générale qui se pose, comment les croyances professionnelles, entrepreneuriales et sociales influencent elles l'intention entrepreneuriale des femmes ? Est-ce que la création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus ? Comment peut- on tenter d'expliquer les causes qui amènent les femmes à devenir entrepreneur ?

Certes, sur le plan local, le cas de la Province de Chefchaouen, la naissance d'une démarche d'entrepreneuriat féminin trouve son explication aussi dans la problématique de la crise de l'emploi salarié et d'un contexte de grande pauvreté. Elle participe à des stratégies développées par les populations pour faire face à la conjoncture économique et sociale difficile et qui reste très liée aux potentialités économiques locales et aux systèmes économiques dominants et surtout l'agriculture, l'artisanat, les produits de terroirs et le tourisme culturel et rural. A cet effet, se pose la question des bonnes pratiques sur les plans international et national pour orienter et favoriser l'entrepreneuriat féminin dans la Province de Chefchaouen.

C-Hypothèses

Généralement, l'hypothèse est définie comme étant une proposition de réponses aux questions que l'on se pose à propos de l'objectif de notre recherche et que l'observation et l'analyse puissent fournir des réponses. Ou encore, c'est une réponse provisoire et anticipée aux questions posées dans la problématique.

Ainsi nous avons formulé nos hypothèses en liaison à trois questions principales, la première est liéeaux facteurs de succès et principaux obstacles de l'entreprenariat féminin, la seconde relative aux potentialités économiques de la région de TTA et la Province de Chefchaouen et leurs impacts sur la création et le développement de l'entreprenariat féminin et la troisième et dernière sur l'importance des bonnes pratiques nationales et internationales sur le développement de l'entreprenariat local.

Question liée aux facteurs de succès et principaux obstacles de l'entreprenariat féminin :

- Hypothèse 1 : Il est probable que les facteurs à la base de l'entrepreneuriat féminin soient multiples notamment : l'insuffisance du revenu, la pauvreté, l'auto emploi ou la lutte contre lechômage, le désir d'autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi-même, de relever un défi qui motiveraient la femme à se lancer dans la carrière entrepreneuriale … ;

- Hypothèse 2 : Il se pourrait que l'épargne personnelle, les aides et dons, les micro-crédits soient les principales sources de financement de l'entrepreneuriat féminin.

- Hypothèse 3 : L'émergence de l'entrepreneuriat féminin serait ralentie par les contraintes socio-culturelles qui limiteraient l'engagement de la femme dans l'activité entrepreneuriale ;

Question liée aux potentialités économiques de la région de TTA et la Province de Chefchaouen et leurs impacts sur la création et le développement de l'entreprenariat féminin :

- Hypothèse 4 : Les potentialités économiques locales laissent des grandes espaces pour le développement de l'entrepreneuriat féminin ;

- Hypothèse 5 : Le Marché régional est en expansion continu et propose des opportunités pour l'entrepreneuriat féminin ;

Question liée à l'importance des bonnes pratiques nationales et internationales sur le développement de l'entreprenariat local :

- Hypothèse 6 : Les réseaux entrepreneuriaux affectent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

- Hypothèse 7 : L'existence d'une multiplicité de bonnes pratiques entrepreneuriales et possibilités d'inspiration et de proposition de pratiques locales spécifiques.

D- Objectifs de l'étude

L'objectif général :

L'objectif assigné à ce travail est d'identifier les potentialités des différents secteurs économiques de la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima pour orienter l'entrepreneuriat féminin de Chefchaouen. Dans une vision de promotion de l'équité de genre et d'appui intégral aux femmes et enfants victimes de violence familiale et de les orienter à entreprendre pouraméliorer leur situation socioéconomique.

Les objectifs spécifiques :

Les objectifs plus spécifiques sont :

- Identifier les opportunités de l'entrepreneuriat féminin ;
- Identifier les menaces qui guettent l'entrepreneuriat féminin.
- Réalisation d'analyses sur les différents secteurs économiques.
- Réalisation d'enquêtes, entretiens, etc…, pour la collecte de données économiques locaux.
- Analyse de l'offre et la demande économique locale.
- La description des différents secteurs économiques et opportunités entrepreneuriat détectés.
- Enumérer les bonnes pratiques de l'entreprenariat féminin.

La finalité recherchée donc de cette étude est de produire les connaissances et les renseignements pertinents permettant de mieux comprendre et développer l'entreprenariat féminin dans la province de Chefchaouen.

F.-Choix et intérêt du sujet

Le choix de cette étude comme a été signalé au niveau de l'objectif est d'identifier les potentialités des différents secteurs économiques de la région pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Ce travail revêt donc un double intérêt :

Il pourra servira de support à d'autres chercheurs qui voudront orienter leurs études dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin.

Il pourra aussi éclairer les différents acteurs de l'économie et autres dans la compréhension de l'entrepreneuriat féminin et leur faire montrer l'importance de ces activités sur la vie socio-économique.

G.-Délimitation du sujet et champ d'investigation

Dans le souci de mieux cerner notre réflexion et notre étude, il convient d'en préciser les limites. Ce travail se borne sur l'identification des potentialités des différents secteurs économiques de la région de Tanger-Tétouan-Al-Hoceima pour orienter l'entrepreneuriat féminin dela Province de Chefchaouen

Pour la zone d'intervention pour la réalisation du sujet, l'étude va être réalisé sur dans la ville de Chefchaouen et deux communes de la province qui sont la commune de Dardara : deux douars et la commune de Bab Taza aux douars : Khezana et Magou.

Dans le temps, il s'étend sur une période de la réalisation des enquêtes, jusqu'à la réalisation de l'étude proprement dite et laisser le temps pour appliquer les leçons et pratiques liés à l'entreprenariat féminin dans une phase ultérieure.

I- Méthodologie

Dans le cadre du présent travail, nous avons utilisés plusieurs méthodes, à savoir, la méthode descriptive, la méthode statistique,la méthode analytique, ainsi que la méthode explicative,est cela pour atteindre les objectifs de l'étude.

* La méthode descriptive : est une méthode scientifique qui consiste à décrire et à observer le comportement des différents partenaires en liaison avec le sujet de l'entreprenariat féminin, cette méthode sera nécessaire pour rendre possible aussi la description des caractéristiques des enquêtés.

* La méthode statistique : celle-ci consiste à quantifier les données récoltées, à procéder à leur représentation sous forme de graphique, ou autre…, à leur traitement ainsi qu'à leur interprétation. Cette méthode nous servira à interpréter les données, à représenter les données recueillies.

* La méthode analytique : est une méthode qui permet à partir des résultats obtenus d'en ressortir des conclusions et des recommandations opérationnelles.

* La méthode explicative : elle nous permettra de faire comprendre à nos lecteurs. Une approche explicative facilitera la détermination des facteurs explicatifs mais aussi l'analyse des informations qui seront recueillies sur terrain liées aux notions de l'entrepreneuriat ;

L'usage des méthodes susdites, nous a obligés à recourir à certaines techniques qui nous ont également favorisé la récolte des données nécessaires à la rédaction du présent travail.

- La technique documentaire : consiste à puiser les données existantes dans les écrits en rapport avec le sujet. Nous avons consulté divers documents portant directement ou indirectementsur l'entrepreneuriat et l'entreprenariat féminin.

- La technique d'interview : consiste à puiser les données utiles à une enquête suscitant des déclarations orales de quelques personnes susceptibles de fournir ces données.

– La technique d'observation directe : Celle-ci est une technique par laquelle on a regardé attentivement les faits économiques et sociaux liés au sujet dans le Province de Chefchaouen aux niveaux urbain et rural.

– La technique de questionnaire :Elle nous aidera à réunir des informations auprès de nos enquêtés par le biais d'un questionnement opérationnel et orienté visant l'analyse du marché provincial de Chefchaouen et du domaine de l'entreprenariat et entreprenariat féminin dans la même province. On a opté pour un nombre de 500 questionnaires visant les différents partenaires dans la ville de Chefchaouen et aux deux communes rurales de Dardara et Bab Taza.

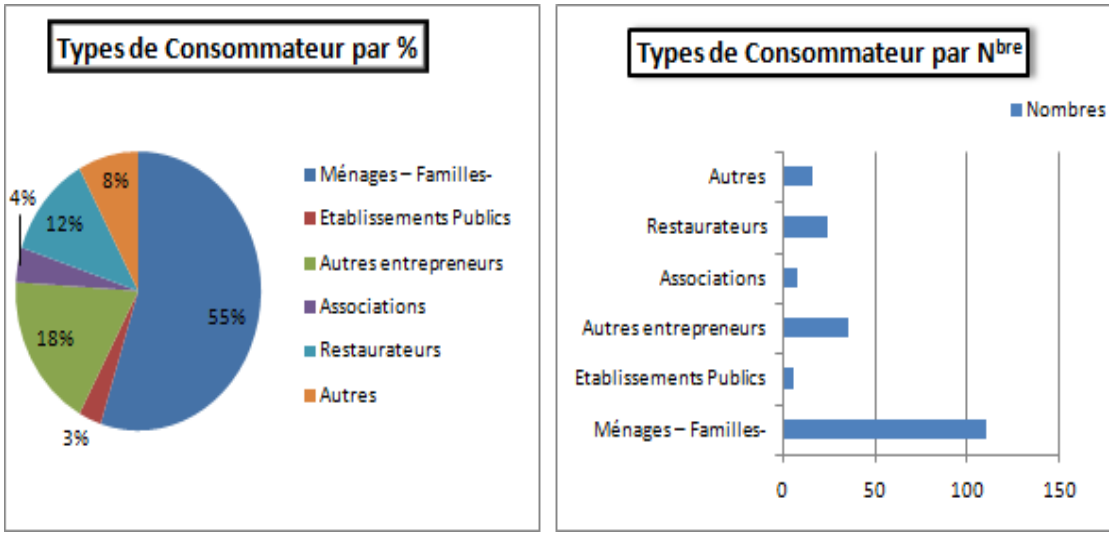
II- Résultats de l'étude

Cette étude a été réalisée pour répondre à la possibilité d'implantation de nouveaux entrepreneurs (femmes entrepreneurs) dans le marché local de la province de Chefchaouen. La méthodologie employée pour y parvenir est celle d'un questionnaire (voir en annexe) et de quelques entretiens complémentaires.

L'analyse des besoins du marché(Demande) a été faite par une enquête menée auprès des différents opérateurs économiques et institutionnels à savoir les ménages (Familles), les Etablissements Publics, les entrepreneurs, les associations, les restaurateurs et autres partenaires. Le questionnairea été élaboré et validé entre partenaire. Le questionnaire a été ensuite soit directement rempli par des entretiens personnalisé des enquêteurs soit envoyé aux différents opérateurs ciblés, tout en fixant un rendez-vous pour la réception ou le remplissage du questionnaire. Dans certains cas les enquêteurs ont été demandé de rejoindre les enquêtés plusieurs fois pour compléterles questionnaires.

L'enquête a recueilli 200 réponses d'un ensemble environ de 300 questionnaires distribuéssoit un taux de retour de plus de 66%, et qui est un taux satisfaisant. EtLes questionnaires ont été réalisés et analysés dans le respect de l'anonymat.

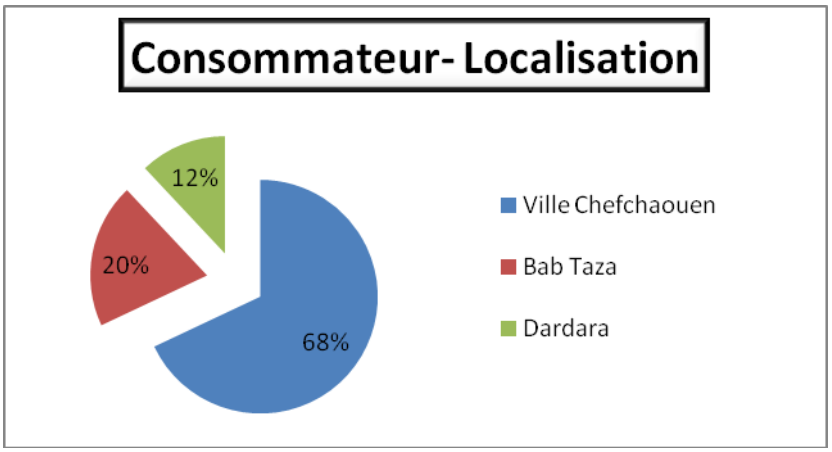
1- Types de Consommateur



Graphique 1

Nous pouvons observer grâce au Graphique 1, la répartition des catégories de partenaires susmentionnées. Les ménages (familles) représentent la majeure partie des répondants avec 55%. Suivi par les entrepreneurs soit 18%. Ensuite, les restaurateurs avec 12%, les associations avec 04% et les Etablissements Publics avec 03%. D'autres partenaires qui ne figurent pas avec les groupes susmentionnées représentent les mono-industries, les artisans et les autres prestataires de services autres que les restaurateurs.

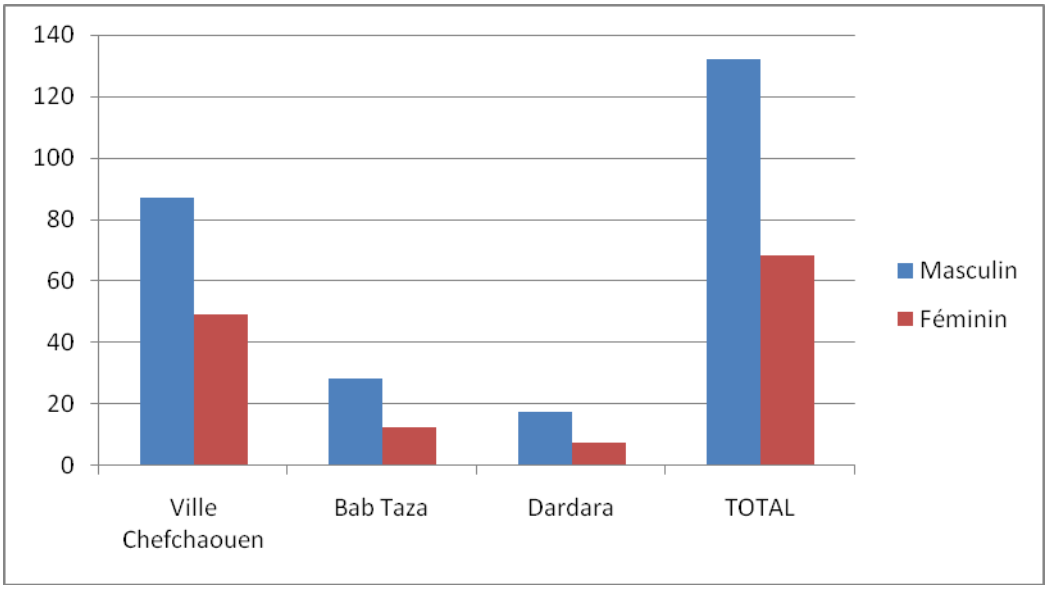
2- Consommateur, Localisation



Graphique 2

En poursuivant la délimitation de l'étude et du projet, nous avons choisi d'enquêter dans trois Communes de la Province de Chefchaouen à savoir la Commune de Chefchaouen, la Commune de Derdara et la Commune de Bab Taza. La Ville de Chefchaouen a pris la part du lion avec un pourcentage de 68% du au nombre important des habitants et d'opérateurs suivie de la Commune rurale de Bab Taza par 20% des enquêtés et enfin la Commune rurale de Derdara par 12%. Les critères de la population et du nombre d'opérateurs ont été pris en considération pour les trois communes.

3- Consommateur, Localisation et Genre



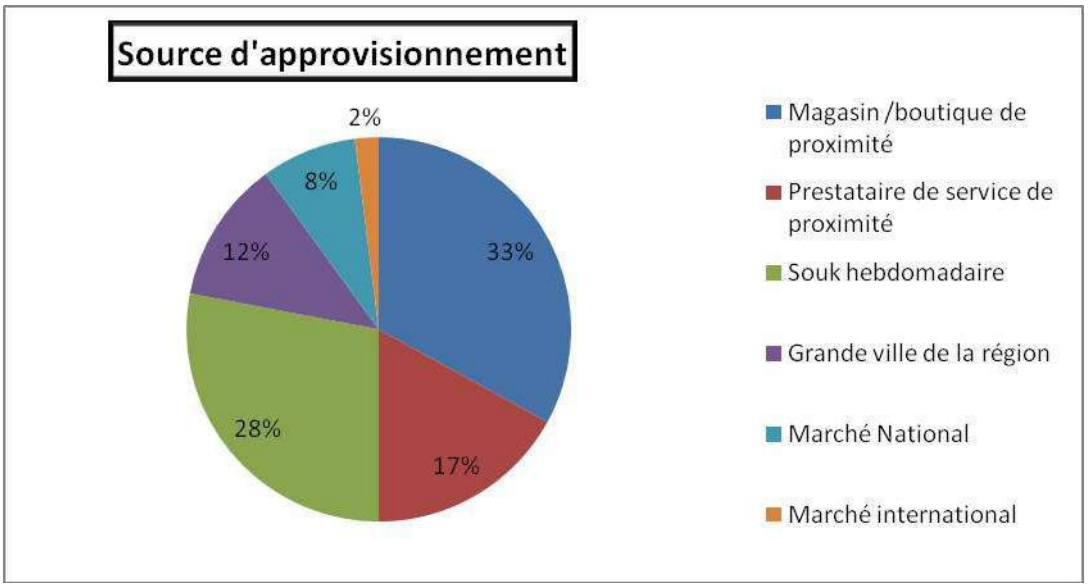
Graphique 3

Puisque notre étude veut apporter des solutions à un sujet du genre, aux femmes victimes de violence familiale à travers l'entreprenariat féminin, On a essayé d'enquêter le maximum possible des femmes. Mais malheureusement nous nous sommes confrontés à des coutumes restantes qui éloignent la femme de la vie publique surtout dans les communes rurales. A cet effet, le nombre total des femmes enquêtées est de 68, représentant 36% des enquêtés dans la ville de Chefchaouen, 31% dans la Commune de Bab Taza et 30% dans la Commune de Derdara.

Tableau récapitulatif des enquêtés, Genre et localisation

Localisation	Taux de représentation	Nombre	Masculin		Féminin	
			Taux représ.	Nombre	Taux représ.	Nombre
Ville Chefchaouen	68%	136	64%	87	36%	49
Bab Taza	20%	40	69%	28	31%	12
Derdara	12%	24	70%	17	30%	7
TOTAL	100%	200		132		68

4- Source d'approvisionnement



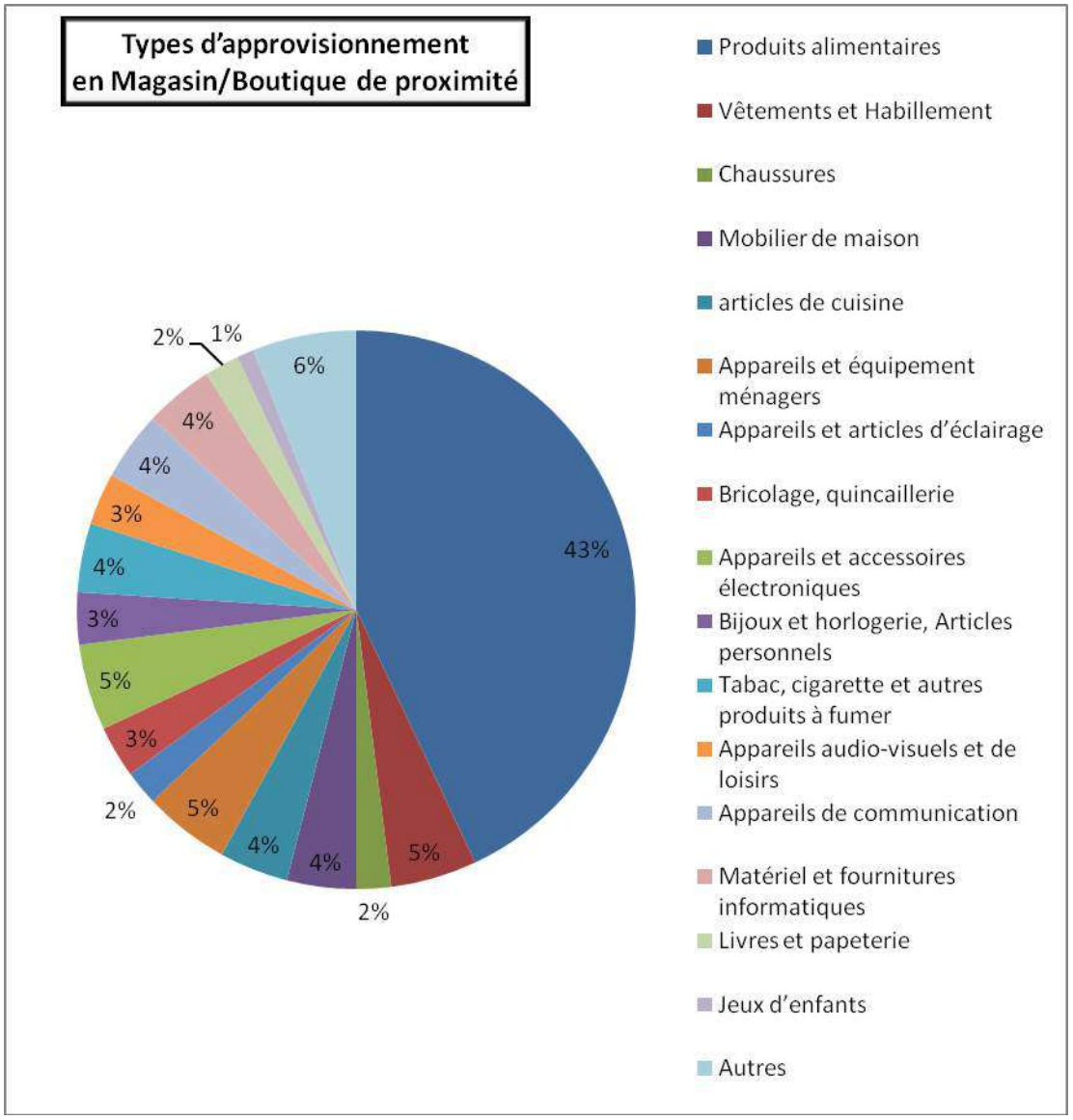
Graphique 4

Les sources d'approvisionnement sont vraiment des lieux de confrontation de l'offre et la Demande. Et en analysant avec efficacité les sources d'approvisionnement de la Province de Chefchaouen, on aura une vision claire sur ses points forts et faibles, sur la demande actuelle et prévisionnelle, sur les potentialités et les opportunités des marchés…

Selon les enquêtés, il existe une multitude de sources d'approvisionnement pour la Province de Chefchaouen, au premier rang sont classés les Magasins /boutiques de proximité avec 33% et prestataires de service de proximité par 17%, suivie par les Souks hebdomadaires existant dans les deux communes de Chefchaouen et Bab Taza par 28%, suivi des grandes villes de la région par 12% surtout la ville de Tétouan qui approvisionne Chefchaouen par son Marché de gros de fruits et légumes et par d'autres produits et services parce que les habitants de Chefchaouen sont habitués à visiter Tétouan pour faire les courses et acheter les produits non existant à Chefchaouen. Aussi, suivipar le marché national, d'un pourcentage de 8% surtout de l'achat de certains produits des marchés

de Casablanca et enfin, le marché international par 2% pour répondre aux besoins de certaines entreprises et Etablissements Publics qui n'existent pas sur la marché national.

5- Types d'approvisionnement en Magasin/Boutique de proximité :



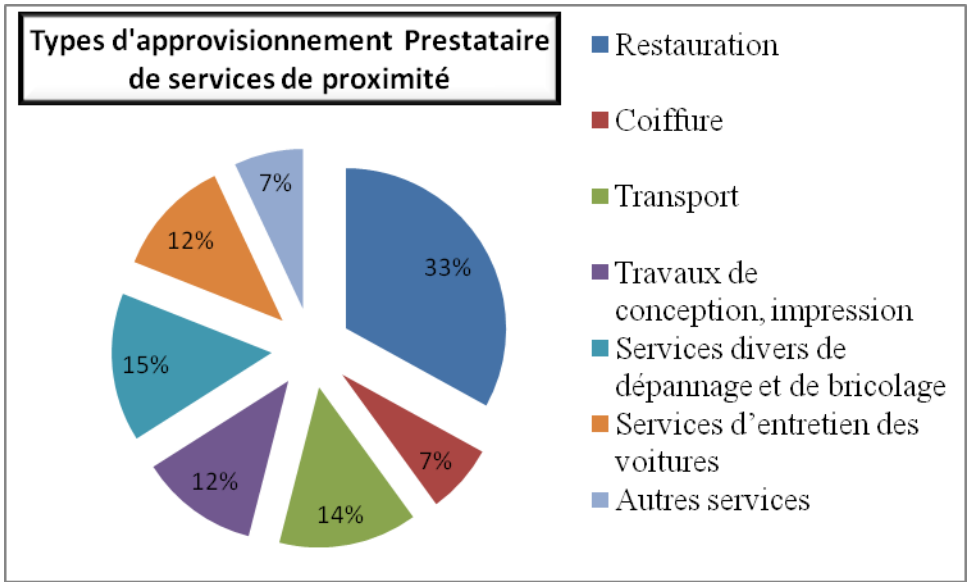
Graphique 5

Les Magasin/Boutique de proximité ou commerce de proximité est un type de commerce dit de quotidienneté et où le consommateur se rend très régulièrement. Ces commerces proposent des produits et des services consommés et renouvelés fréquemment par les ménages. C'est d'ailleurs le cas de la majorité du commerce dans les petites villes comme le Cas de Chefchaouen, ou dans les communes rurales comme les communes de Bab Taza et Derdara.

Selon les réponses des enquêtés le classement des produits achetés de ces unités de commerce se présente comme suit : au premier rang les produits alimentaires par 43% regroupant les légumes, fruits, viandes de toute sorte et autres produits alimentaires, 2eme Vêtementset Habillement par 05%, Appareils et équipement ménagers par 05%, Appareils et accessoires électroniques par 05%, Mobilier de maison par 04%, articles de cuisine par 04%, Tabac, cigarette et autres produits à fumer par 04%, Appareils de communication par 04%, Matériel et fournitures informatiques par 04%,

Bricolage, quincaillerie par 03%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels par 03%, Appareils audio-visuels et de loisirs par 03%, Chaussures par 02%, Appareils et articles d'éclairage par 02%, Livres et papeterie par 02%, Jeux d'enfants par 01% et autres produits par 06% .

6- Types d'approvisionnement Prestataire de services de proximité :



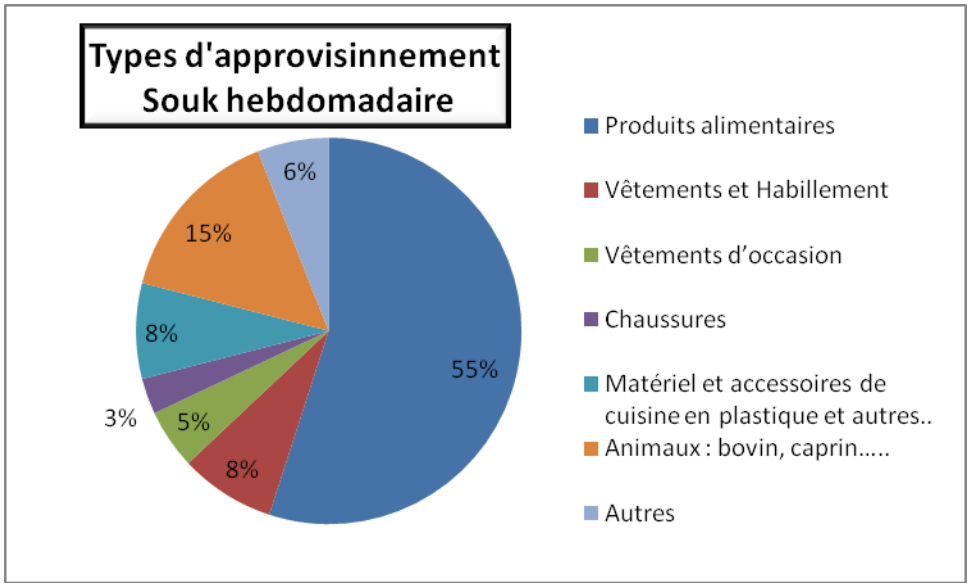
Graphique 6

Généralement, les services de proximité ce sont des prestations ou activités livrées à la personne, qui répondent aux besoins des particuliers dans leur vie quotidienne : de services à la famille : garde d'enfants, soutien scolaire, garde-malade, etc… des services de la vie quotidienne : entretien domestique, livraison des repas, courses à domicile, travaux de jardinage, etc. …ou des services aux personnes dépendantes : personnes âgées, personnes handicapées, conduite de véhicule personnel, etc. …ou des services publics : écoles, hôpitaux, maternités, bureaux de poste, etc., ..ou des services de réseaux : eau, électricité, téléphone, etc….ou autres le cas des restaurants, pharmacies, garages automobiles, etc.

Et puisque nous sommes dans la Province de Chefchaouen, il y a prédominance de l'écosystème tourisme culturel et rural, la majorité des prestations de proximité sont liées à ce secteur.

A cet effet, les services de proximité figurant au niveau de la province sont comme suit : la restauration par 33%, les Services divers de dépannage et de bricolage par 15%, le Transport par 14%, les Travaux de conception, impression par 12%, de même pour les Services d'entretien des voitures par 12%, le Coiffure et autres services par 07%.

7- **Types d'approvisionnement Souk hebdomadaire :**



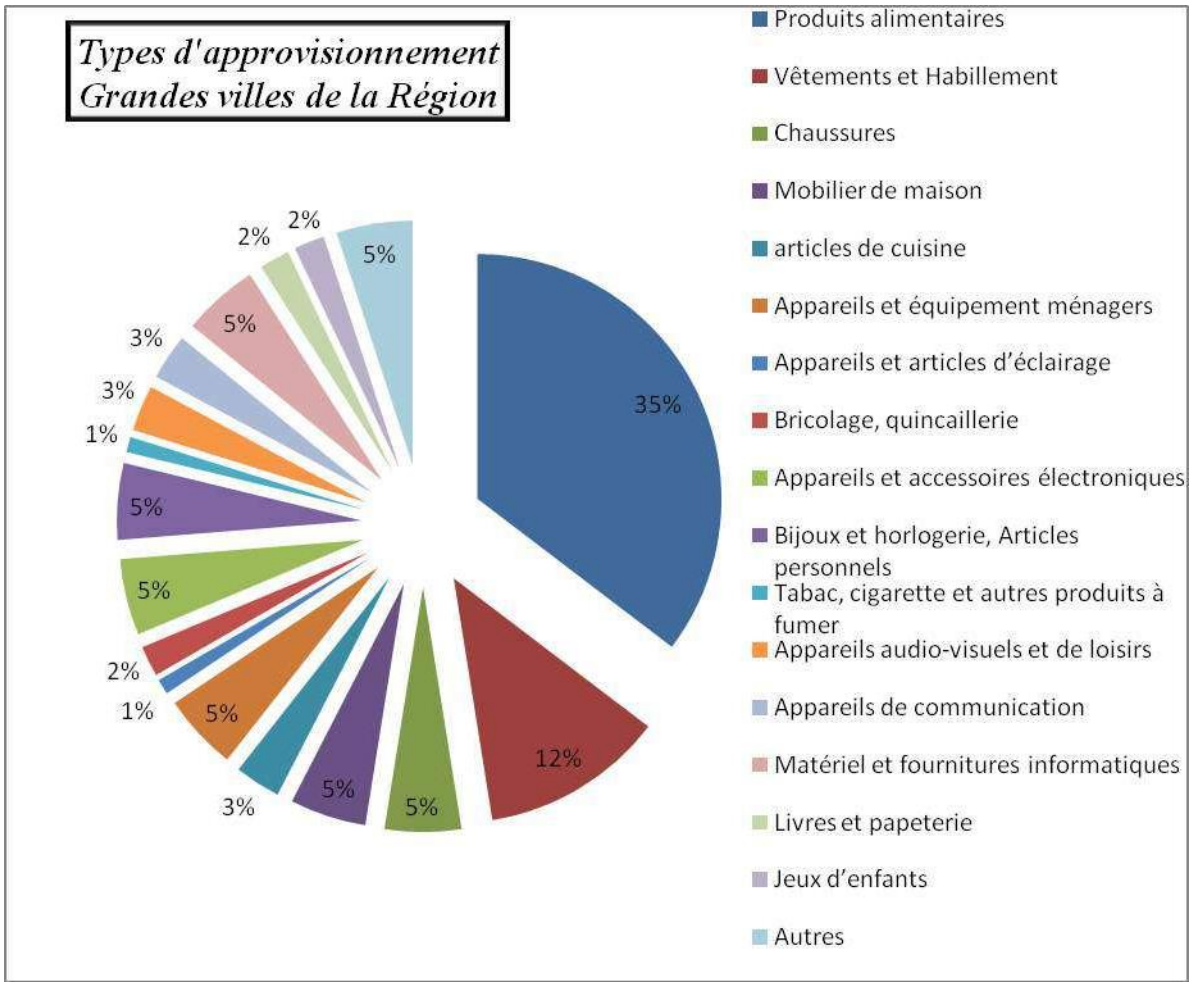
Graphique 7

Les souks hebdomadaires est expérience marocaine, et on le trouve aussi à l'étranger.Le souk hebdomadairese tient dans presque la majorité des villages marocains, mais aussi dans les petites villes. Dressé pour quelques heures, il regroupe les productions agricoles et artisanales des paysans de la région, ainsi que les produits de première nécessité.

Les souks hebdomadaires de la province de chefchaouen sont le soukhebdomadaire de la ville de Chefchaouen organisé chaque lundi et jeudi et le soukhebdomadaire de Khézana à Bab Taza qui est organisé chaque mercredi.

Les produits d'approvisionnement au sein des souks hebdomadaires de la province sont représentent ce qui suit : Produits alimentaires 55%, Animaux : bovin, caprin 15%, Vêtements et Habillement08%, Matériel et accessoires de cuisine en plastique et autres.. 08%, Vêtements d'occasion 05%, Chaussures 03% et Autres 06%.

8- Types d'approvisionnement Grandes villes de la Région :

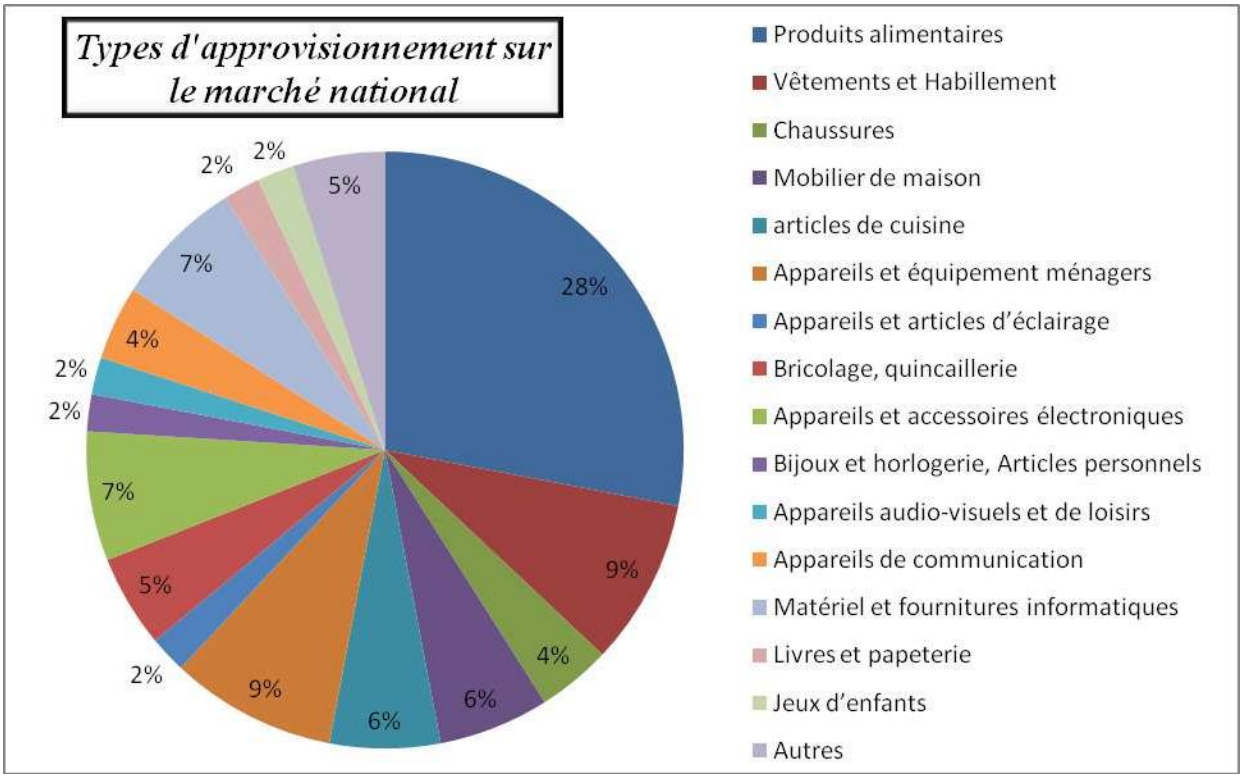


Graphique 8

Les grandes villes de la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima sont les villes de Tanger, Tétouan, Al Hoceima, Ksar el Kebir et autres. Historiquement, les habitants de Chefchaouen sont habitués de s'approvisionner de la ville de Tétouan. Mais, avec le développement du réseau routier, cette opération s'est étendue sur d'autres villes.

Les principaux produits d'approvisionnement sur les villes de la région peuvent être classés ainsi : Produits alimentaires 35%, Vêtements et Habillement 12%, Chaussures 05%, Mobilier de maison 05%, Appareils et équipement ménagers 05%, Appareils et accessoires électroniques 05%, Bijoux et horlogerie, Articles personnels 05%, Matériel et fournitures informatiques 05%, articles de cuisine 03%, Appareils audio-visuels et de loisirs 03%, Appareils de communication 03%, Bricolage, quincaillerie 02%, Livres et papeterie 02%, Jeux d'enfants 02%, Appareils et articles d'éclairage 01%, Tabac, cigarette et autres produits à fumer 01%, autres produits 05%.

9- Types d'approvisionnement sur le marché national :

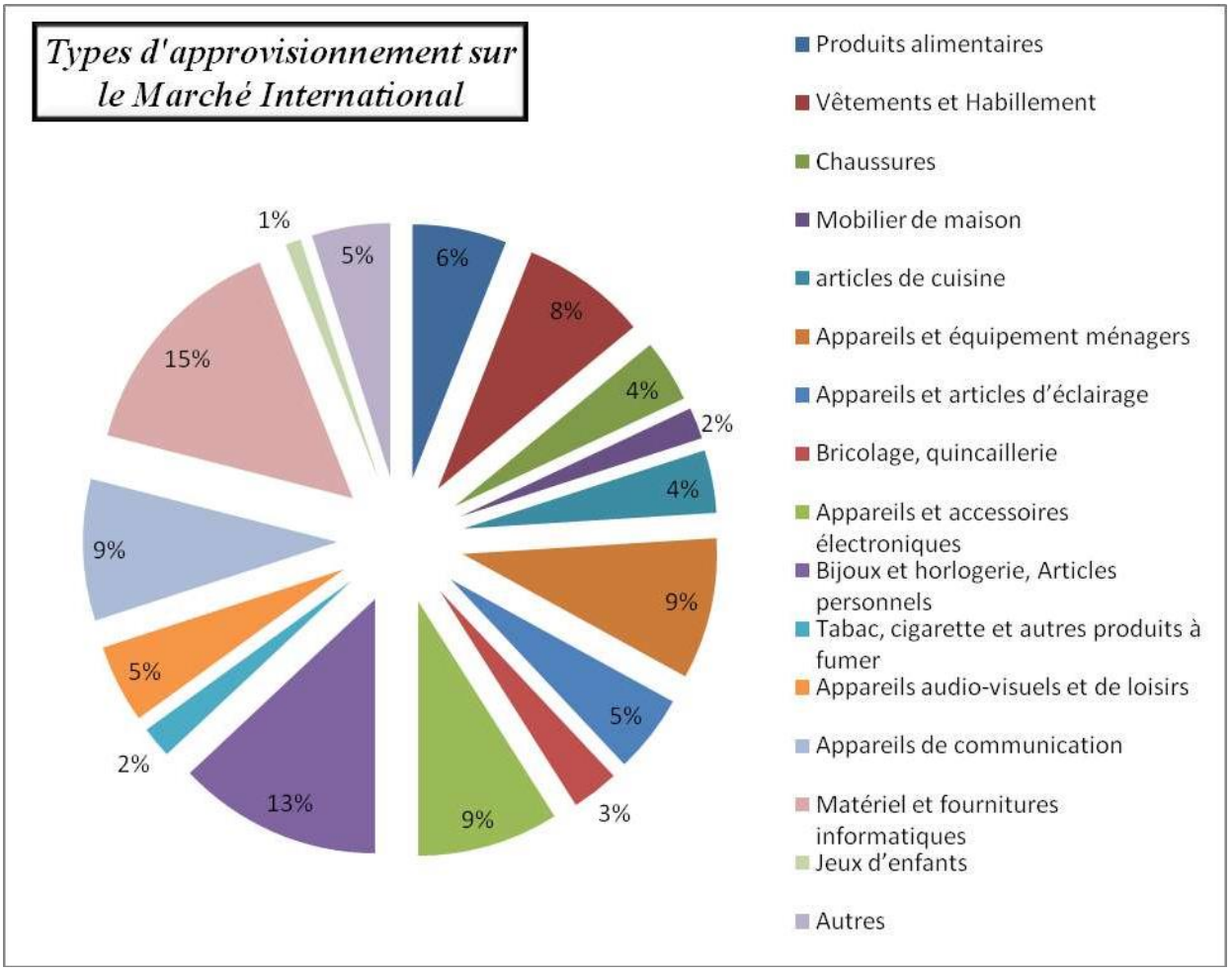


Graphique 9

Les produits non trouvés par les commerçants et la population sur les marchés locaux ou dans les villes de la région, ils sont cherchés sur le plan national surtout dans la ville de Casablanca.

Les principaux produits d'approvisionnement chercher sur le marché national peuvent être énumérés ainsi : sur les villes de la région peuvent être classés ainsi : Produits alimentaires 28%, Vêtements et Habillement 09%, Appareils et équipement ménagers 09%, Appareils et accessoires électroniques 07%,Matériel et fournitures informatiques 07%, Mobilier de maison 06%, articles de cuisine 06%, Bricolage, quincaillerie 05%, Appareils de communication 04%, Chaussures 04%,, Bijoux et horlogerie, Articles personnels 02%, , Appareils audio-visuels et de loisirs 02%, , Livres et papeterie 02%, Jeux d'enfants 02%, Appareils et articles d'éclairage 02%, autres produits 05%.

10- Types d'approvisionnement sur le Marché International :

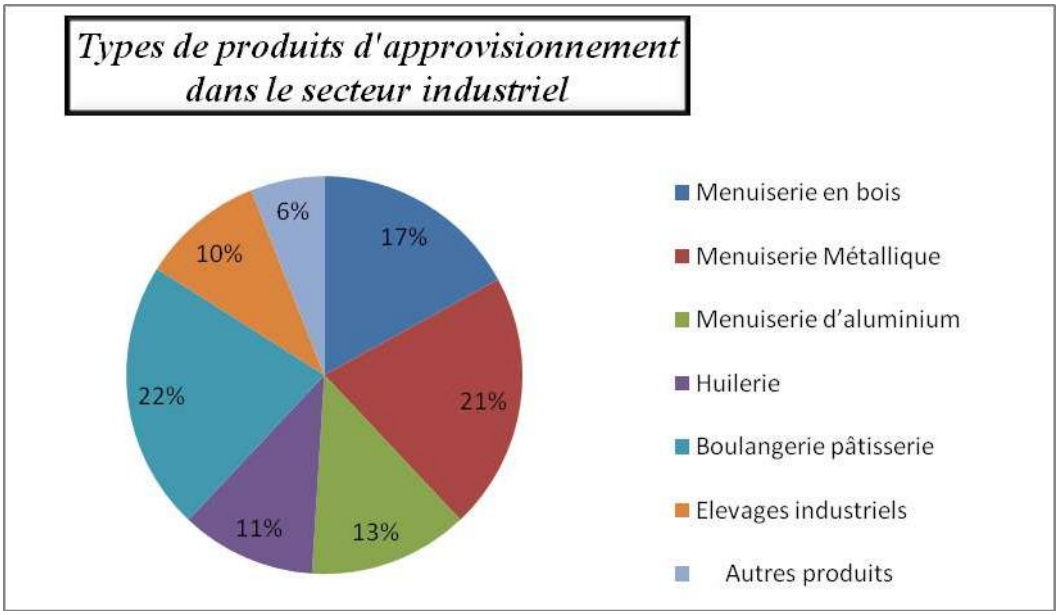


Graphique 10

De même, les produits non trouvés sur les marchés régional et national, ils sont sollicités sur le marché international. Cette opération est très limitée. Elle ne concerne que certains Etablissements publics et certaines entreprises pour des produits de pointe ou rares.

Les principaux produits sollicités à l'étranger représentent comme suit : Matériel et fournitures informatiques 15%,Bijoux et horlogerie, Articles personnels 13%, Appareils et équipement ménagers 09%, Appareils et accessoires électroniques 09%,Appareils de communication09%, Vêtements et Habillement 08%, Produits alimentaires 06%, Appareils audio-visuels et de loisirs 05%, Appareils et articles d'éclairage 05%,Mobilier de maison 06%, articles de cuisine 04%,
%, Chaussures 04%, Bricolage, quincaillerie 03%, Jeux d'enfants 01%, autres produits 05%.

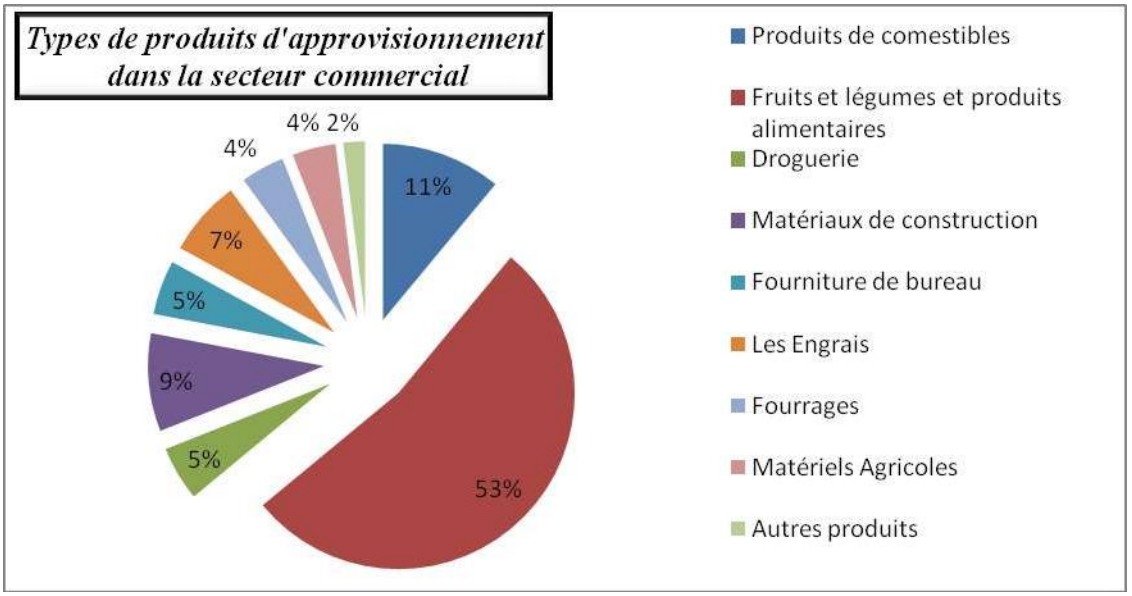
11- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur industriel :



Graphique 11

En passant de différents types de marchés aux différents secteurs d'activités. Et on commence par le secteur d'industrie qui est un écosystème économique très modeste. Malgré cela, il existe certaines activités qui alimentent le marché local de la province. Selon les réponses des enquêtés, les produits dominants de ce secteur peuvent être classés ainsi : Boulangerie pâtisserie par 22%, la Menuiserie Métallique par 21%, la Menuiserie en bois par 17%, la Menuiserie d'aluminium par 13%, l'Huilerie par 11%, Elevages industriels par 10% et Autres produits 06%.

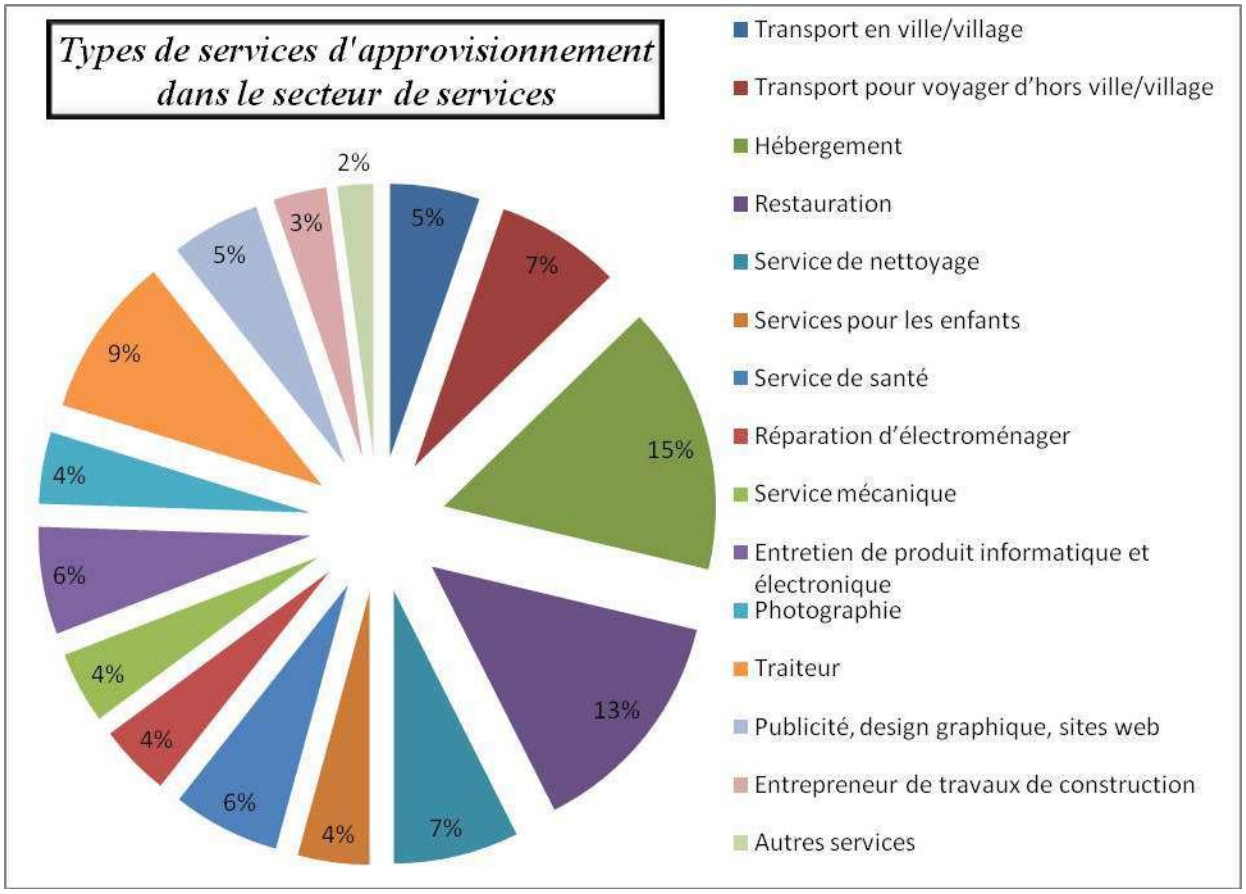
12- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur commercial :



Graphique 12

Si en regroupe les différentes activités commerciales signalées auparavant dans les différents types d'approvisionnement, les réponses des enquêtés ont classées les produits d'approvisionnement de ce secteur comme suit : les Fruits et légumes et produits alimentaires par 53%, les Produits de comestibles par 11%, les Matériaux de construction par 09%, Les Engrais par 07%, la Droguerie par 05%, les Fournitures de bureaux par 05%, les Fourrages par 04%, le Matériel Agricole par 04% et les autres produits par 02%.

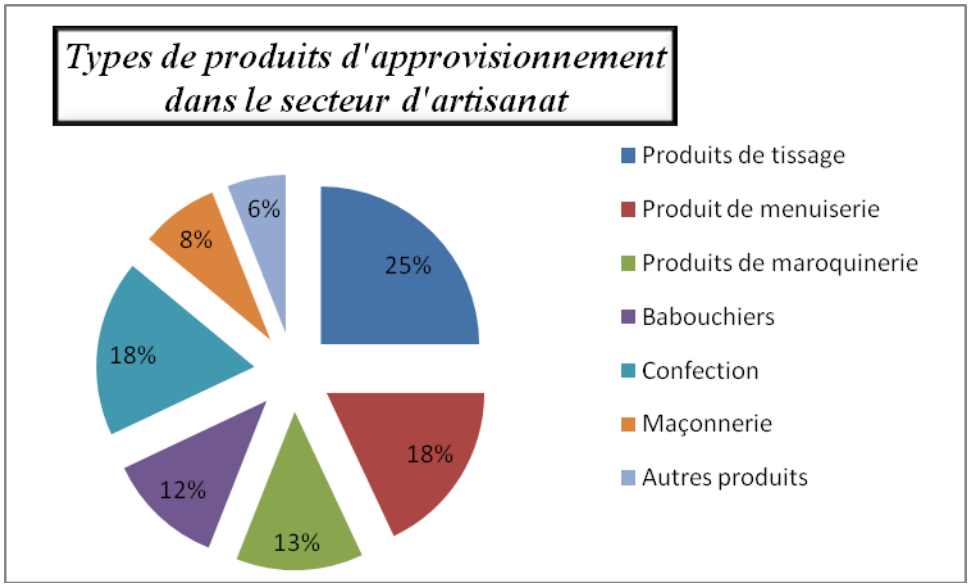
13- Types de services d'approvisionnement dans le secteur de services :



Graphique 13

Concernant le secteur tertiaire, et puisque la province de Chefchaouen connait la dominance du secteur du tourisme. La majorité des services existants sont liés à ce secteur. Et ils sont classés de la façon suivante : l'Hébergement par 15% , la Restauration par 13%, le Traiteur par 09%, Transport pour voyager d'hors ville/village 07%, le Service de nettoyage par 07%, Le Service de santé par 06%, Entretien de produit informatique et électronique par 06%, le Transport en ville/village 05%, la Publicité, design graphique, sites web par 05%, les Services pour les enfants par 04%, la Réparation d'électroménager 04%, le Service mécanique par 04%, la Photographie par 04%, les Entrepreneurs de travaux de construction par 03% et les autres services par 02%.

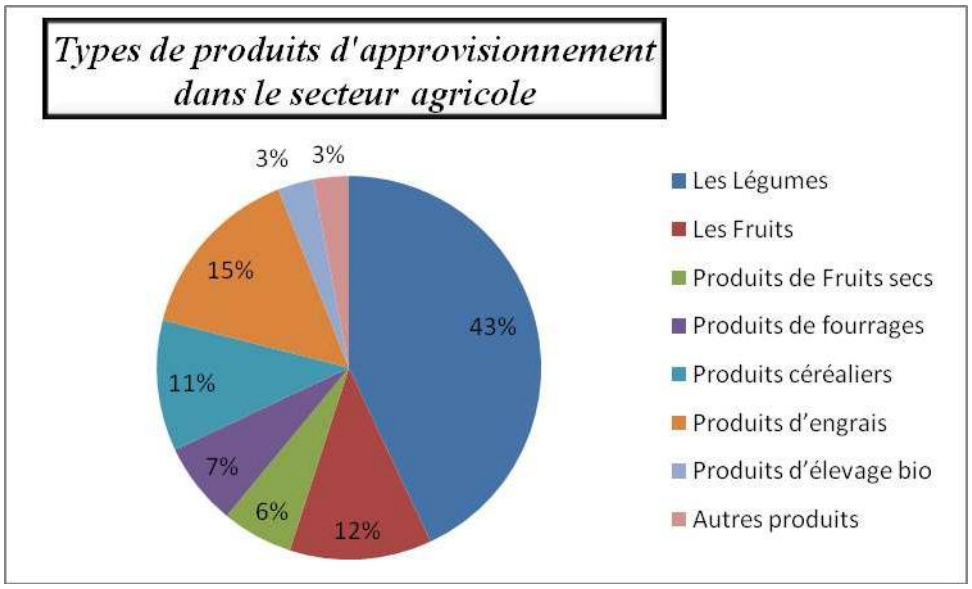
14- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur d'artisanat :



Graphique 14

Le secteur de l'artisanat est parmi les secteurs importants de la province de Chefchaouen à la fois dans la ville de Chefchaouen et au niveau des communes rurales. Les produits de l'artisanat et produits de terroirs qui alimentent le marché de la province peuvent être signalés comme suit : les Produits de tissage par 25%, les Produits de menuiserie par 18%, les produits de Confection par 18%, les Produits de maroquinerie par 13%, les Babouchiers par 12%, les produits de la Maçonnerie par 08%, les Autres produits par 06%.

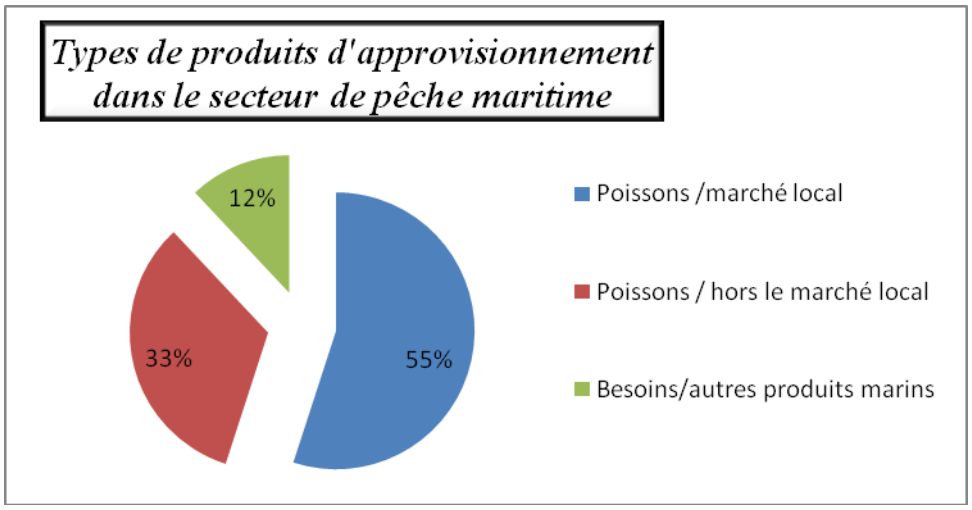
15- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur agricole :



Graphique 15

Les produits provenant du secteur agricole représentent la part principale de l'approvisionnement du marché de la province. Les produits agricoles et les produits de terroirs d'origine de l'agriculture qui approvisionnent le marché de la province peuvent être énumérés comme suit : Les Légumes par 43%, les Produits d'engrais par 15%, Les Fruits par 12%, les Produits céréaliers par 11%, les Produits de fourrages par 07%, les Produits de Fruits secs par 06%, les Produits d'élevage bio par 03% et les Autres produits par 03%.

16- Types de produits d'approvisionnement dans le secteur de pêche maritime :



Graphique 16

La province de Chefchaouen est dotée de plusieurs ports maritimes le cas du port de Jebba, de Bouhmed, de Kaa Asras et autres qui alimentent le marché local en poissons frais. La population locale préfère les poissons frais au lieu des poissons congelés. Les sources d'approvisionnement en poisson sont classées d'abord en Poissons /marché local qui représentent 55%, ensuite par lesPoissons / hors le marché local qui représentent 33%. Il reste un Besoins/des autres produits marins de 12% qu'il faut chercher à satisfaire.