

REMACOOP

Revue Marocaine des Coopératives

4-

Éditée par l'Office du Développement
de la Coopération (ODCO)

- *Economie Sociale et Solidaire : Valorisation des produits de terroir et respect de l'environnement*
- *Nouvelles Coopératives : Emploi comme priorité*
- *Coopératives touristiques : un créneau qui s'affirme*

Édition 2014

Sommaire

Editorial	3
Le Secteur Coopératif au Maroc	
• Pratiques du marketing coopératif : cas de la COPAG	6
• Les coopératives apicoles au Maroc : Un secteur vital avec des retombés multidimensionnels	14
• Quelle coopérative du Maroc d'aujourd'hui et de demain pour la création de l'emploi et de richesse ?	29
• L'économie sociale et solidaire au service de l'environnement	35
• Les coopératives touristiques au Maroc : Un gisement d'opportunités d'insertion des jeunes	41
• Dynamique de développement des coopératives dans la région Doukkala Abda	47
Point de vue	
• Quelle place pour les coopératives dans le plan Maroc-vert ?	66
Reportage	
• Ainsi les montagnes font le bonheur des hommes	74
Entretien	
• Entretien : avec le coordinateur du REMESS.	82
De tout horizon	
• Les coopératives (sahakari) dans le pays de milles et un contraste	90
• A.C.I Afrique : Plan d'action pour une decennie des cooperatives	97
Statistiques	113



Editorial

Le système coopératif enregistre une élancée considérable à travers le monde avec plus d'un milliard d'adhérents. Sa contribution à la création d'emploi et de la richesse ainsi qu'à la sécurité alimentaire diffère d'un pays à un autre. En Inde, à titre d'exemple, les besoins de consommation de 67% des ménages en milieu rural sont satisfaits par des coopératives. Au niveau national, le nombre des coopératives a été multiplié par plus de 2,6 fois pendant les 10 dernières années (en passant de moins 4.500 en 2003 à plus de 12.000 en 2013). Cette évolution est le fruit, principalement, de la dynamique des femmes et des jeunes ainsi que des opportunités offertes par différents programmes de l'Etat dont l'Initiative Nationale de Développement Humain, le plan Maroc Vert (pilier II)...

Certes la contribution du système coopératif marocain au PIB national demeure très faible (environ 1,6%) et le taux de pénétration dépasse à peine les 4 % de la population active, néanmoins la diversité des activités des coopératives marque l'importance de l'innovation de plusieurs initiatives : coopératives de jeunes diplômés, de tourisme rural...

Les coopératives agricoles enregistrent une croissance régulière avec près de 68% du total des coopératives et

une diversité marquante orientée par les potentialités naturelles propres à chaque territoire. La dynamique insufflée par le Plan Maroc Vert (pilier II) et les divers programmes de développement rural mis en œuvre par plusieurs acteurs (agences de développement, Ministères...) ont favorisé la création et/ou l'accompagnement davantage de coopératives. L'année 2014 est déclarée, par l'Assemblée Générale des Nations Unies, année internationale de l'agriculture familiale (AIAF) afin de rehausser l'image de la petite agriculture en mettant en exergue sa contribution à l'éradication de la pauvreté, à la gestion des ressources naturelles, au développement durable... L'objectif de l'AIAF 2014 est de (re)mettre l'agriculture familiale au centre des politiques agricoles, environnementales et sociales dans les programmes d'action nationaux et de favoriser la transition vers un développement plus équitable et plus équilibré. Le salon international de l'agriculture de Meknès dans sa 9ème édition (2014) a été consacré aux produits de terroir et les assises de l'agriculture ont été organisées autour de l'agriculture familiale.

Le défi d'agir dans le cadre d'un développement durable n'est pas exclusif aux coopératives agricoles mais de multiples d'autres initiatives

y convergent. C'est le cas des coopératives de tourisme rural qui œuvrent à travers la valorisation de la richesse des ressources naturelles et du patrimoine local (architecture, traditions, cuisine...) à l'amélioration du niveau et des conditions de vie des populations locales ainsi qu'à la création d'emploi. La coopérative de tourisme rural d'Amlay présentée dans le présent numéro nous fait voyager dans les paysages et les traditions du haut atlas marocain.

L'accent est principalement mis, dans ce numéro, sur le rôle des coopératives pour la création d'emploi en présentant quelques expériences réussies comme opportunités réelles. Effectivement, l'encouragement des coopératives créatives d'emploi au sein de jeunes est l'un des programmes centraux de l'Office du Développement de la Coopération (ODCo) à travers la sensibilisation en vulgarisant les exemples réussis de coopératives de jeunes (agriculture, formation et éducation...) et notamment via l'accompagnement dans un cadre complémentaire avec tous les intervenants.

En 2014, l'ODCo ambitionne d'étudier le secteur coopératif à travers un diagnostic approfondi et d'améliorer la qualité et l'importance de ses prestations. C'est ainsi que son programme 2014 accorde une importance capitale à la connaissance du secteur coopératif à travers un recensement général des coopératives et unions des coopératives

(part des coopératives inactives, contribution à l'économie locale...). Le développement du partenariat national avec les agences de développement, départements ministériels et société civile et international... est un axe prioritaire pour rehausser l'efficacité de l'action de l'office et pour assurer une veille stratégique de développement de l'économie sociale et solidaire à travers le monde. La modernisation de la gestion de l'office est également un maillon incontournable pour accompagner le rythme actuel de création des coopératives : suivi, contrôle, écoute...

Néanmoins, l'adoption de la nouvelle loi des coopératives, impose une révision des missions et une restructuration de l'office pour qu'il puisse jouer son rôle de la mise en œuvre de la politique gouvernementale dans le domaine des coopératives.

Rappelons que cette revue est ouverte à toutes les contributions des chercheurs, gestionnaires, acteurs sociaux... pour partager les expériences ou résultats avec l'ensemble des intervenants dans le domaine de l'économie sociale et solidaire.

Abdelkrim AZENFAR
Directeur de l'ODCO

Le Secteur Cooperatif au Maroc



Pratiques du marketing coopératif : cas de la COPAG

Par :

Hicham ATTOUCH

Professeur habilité, FSJES, Université Mohamed V Souissi Rabat-Maroc.
Président Forum des Économistes Marocains
attouch@gmail.com

1. Introduction

Les coopératives de production ou de services ou de travail qui interviennent dans des marchés concurrentiels sont obligées à l'instar des entreprises classiques de proposer des produits ou services de qualité acceptables à des prix équitables, de fidéliser la clientèle, et plus profondément d'adopter les bonnes pratiques managériales du monde des affaires. Ceci dit, la pérennité, la survie et la continuité nécessite un esprit d'amélioration continue fondé sur une base managériale solide. Parmi les ingrédients de ce socle on trouve le marketing.

D'emblée, il est à rappeler que les coopératives sont des entreprises assez particulières aussi bien par leurs valeurs et principes que par leurs objectifs et modes organisationnels. Ceci ne va pas sans avoir un impact sur le

style managérial qu'elles doivent adopter en l'occurrence dans le domaine commercial (Attouch, 2012). En effet, le commerce pratiqué par celles-ci devrait être équitable et le marketing devrait porter les qualificatifs de responsable et éthique.

Partant de ce postulat, quelles sont les spécificités des pratiques des coopératives dans la détection ou la stimulation des besoins et par conséquent de délimitation du mix-marketing ?

Pour répondre à cette question centrale, nous avons structuré notre travail en deux axes principaux. Le premier reviendra sur le marketing pratiqué par les coopératives dans l'optique de déceler ces points de ressemblance et de différence par rapport au marketing qui sévit dans les entreprises classiques. Le second axe analysera la

démarche marketing mise en place dans la Coopérative Agricole de Taroudant (COPAG). Le choix de cette coopérative découle du fait qu'elle est leader dans ses domaines d'activité et elle est considérée comme l'idéal modèle au Maroc dans le secteur coopératif.

Outre, la démarche documentaire que nous avons utilisé aussi bien pour déceler les spécificités du marketing coopératif sur le plan théorique que pour explorer notre terrain d'investigation (celui de la COPAG) nous avons recouru à une démarche qualitative basée sur une interview avec le président de la COPAG et un entretien semi directif avec le responsable marketing de la coopérative qui a été suivi par la réception de quelques documents portant sur les activités commerciales et marketing de la COPAG. Afin de compléter notre enquête une visite terrain au siège social de la COPAG à Taroudant a été effectuée le 11 Mai 2012, durant laquelle le Directeur Général de la coopérative a répondu à plusieurs de nos interrogations¹.

2. Spécificités du marketing coopératif

Le marketing est le processus sociétal par lequel les individus et les groupes obtiennent ce dont ils ont besoin et

ce qu'ils désirent (Kotler et al, 2009). Il équivaut à l'effort d'adaptation des organisations à des marchés concurrentiels, pour influencer en leur faveur le comportement de leurs publics, par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents (Lendrevie et al, 2006).

Le marketing des affaires a évolué chronologiquement de la simple recherche d'accroissement des débouchés vers la satisfaction du client puis vers la fidélisation du client via le « one to one ». Étant donné que les coopératives sont des entreprises-associations, elles sont sensées vendre leurs produits ou services tout en respectant leur mission et la finalité pour laquelle elles ont été créés. En parlant de la vente automatiquement on évoque la question du marketing quelque soit le niveau de développement de ce dernier dans une organisation. Autrement dit, les coopératives devraient dans leur quête de vente recourir à des stratégies et démarches de marketing.

Nonobstant, une condition fondamentale doit être respectée, à savoir la conciliation entre les objectifs économiques (performance globale), les objectifs sociaux (situation socioéconomique de l'adhérent : formation, éducation, satisfaction et

1. Ces rencontres ont été effectuées avec My M'Hamed LOULTITI (Président), Hicham ELKACEM EL ALAOUI (responsable marketing) et BENHAIDA (DG). Toutes les rencontres ont été réalisées avec l'appui de Kobena Johnson Lauréat du Master Marketing et management Commercial lors du 6ème Congrès International d'Economie et de Gestion portant sur le thème « Entrepreneuriat et Management des Coopératives : Regards Croisés » et qui s'est déroulé à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir les 10 et 11 Mai 2012.

le bien-être) et la participation au développement humain durable local et national (altruisme) (Boisvert, 1981 ; Côté, 2005).

A priori, la coopérative en tant qu'entreprise se doit d'appliquer la démarche marketing de la même façon qu'une entreprise classique. Les étapes restent donc les mêmes :

- Diagnostic de la situation du marché et de la coopérative par rapport à ce marché (client, concurrents, distributeurs, etc.) via des outils comme le PESTEL, SWOT, les rivalités élargies (5+1) et les matrices ;
- Délimitation de la stratégie marketing et plus particulièrement le ciblage, la segmentation et le positionnement. A cet égard, les arguments les plus fréquents à mettre en avant sont la proximité, la saisonnalité, les produits de terroir ou bio, etc.
- Enfin vient l'étape de détermination du mix-marketing qui définit la véritable offre de la coopérative.

Où résident donc les spécificités ?

Sur le plan stratégique, les décisions marketing dans la coopérative sont prises par concertation (Kamdem, 2012). Ainsi, la vision, la détermination de la stratégie et la planification marketing sont l'œuvre du conseil d'administration lequel les propose pour

discussion et adoption à l'assemblée générale sauf si celle-ci délègue ce pouvoir expressément au conseil ou au responsable chargé de la fonction. En outre, la stratégie marketing d'une coopérative devrait valoriser l'Homme aussi bien adhérent que client.

Sur le plan opérationnel, la coopérative doit adopter un mix-marketing cohérent avec ces principes.

Premièrement, la politique produit met en exergue la typicité, l'originalité et l'authenticité des produits ou services issus des coopératives sans oublier le côté innovant qui doit être présent afin d'ancrer le produit ou le service dans l'authentique (Fort, 2006). Plus particulièrement pour les coopératives agricoles, d'autres aspects de la politique de produit sont pris en considération à savoir : sélection des semences, période de récolte, techniques ancestrales de récolte-traitement-production-stockage des produits agricoles.

Deuxièmement, la politique prix doit éviter l'asymétrie de l'information vis-à-vis du client par l'application de prix justes et aussi doit s'adapter au principe du commerce équitable (Grandval et Soparnot, 2005) par l'application d'un prix qui permet une rémunération correcte et satisfaisante des producteurs.

Troisièmement, la politique de la distribution doit accomplir la

tâche de conciliation temporelle et géographique entre le lieu de la création du service/produit et le lieu de la consommation. Différents canaux de distribution s'offrent à la coopérative, elle a les possibilités suivantes:

Vente directe au consommateur final à travers ses propres points de vente (stratégie intensive) ou la participation aux foires, marchés équitables, ...;

Vente par le biais d'un intermédiaire en évitant la sous intermédiation :

- ❑ livraison directe aux détaillants via des représentations locales ou des grossistes ou commercialisation auprès des grandes surfaces ;
- ❑ Recours aux circuits spécialisés à savoir les magasins spécialisés dans la vente des produits équitables, par correspondance et par internet. (Diaz Pedregal, 2007).

Enfin, la politique communication de l'entreprise coopérative se doit être éthique et à l'écoute de son marché. En plus dans les coopératives il faut distinguer nettement entre information commerciale avec les membres d'une part (communication interne) et le marketing au sens commercial sur le marché d'autre part (communication externe). L'entreprise coopérative doit opter également pour une communication responsable qui met en avant son engagement dans le développement humain durable.

La frontière entre le marketing de la coopérative et celui de l'entreprise classique semble perméable, les exigences des clients se sont développées au fil des années devant la multiplicité et la diversité de l'offre et à l'apparition de mouvements verts et de consumérisme qui plaident pour un marketing éthique et responsable quelque soit la nature de l'entreprise qui vend le produit et/ou le service. Ce dernier se vérifie-t-il dans le contexte marocain.

3. Marketing chez COPAG

Les différentes données recueillies des documents et des entrevues avec le Président, le Directeur Général et le Responsable du service marketing de la COPAG, nous ont permis d'approcher les grandes lignes de la démarche marketing appliquée au sein de cette coopérative.

Tout d'abord il faut noter que deux phénomènes majeurs ont contribué au développement du marketing chez COPAG. Primo, la forte concurrence sur le marché laitier avec la présence du leader « société Centrale Laitière » et du peloton des suiveurs (Colainord, Best Milk, Safi Lait, Bon Lait, Halib Souss, Chergui et Extra Lait) sans oublier les petits producteurs ou encore des entreprises d'importations/distributions. Secundo, la modification de la fiscalité des coopératives en 2005, qui a poussé la COPAG d'investir en de nouvelles pistes de création de la valeur notamment le bon management.

Sur le plan stratégique, le marketing de la COPAG c'est construit autour de la jonction de quatre stratégies (Louliti, 2012) :

- ❑ la stratégie d'intégration de l'amont à l'aval des stades de la filière agricole ;
- ❑ la stratégie de portes ouvertes pour augmenter l'effectif des adhérents et faire croître la quantité de lait collectée et transformée ;
- ❑ la stratégie de diversification fondée sur la Recherche-Développement et l'innovation guidée par « des produits originaux à des prix accessibles à l'ensemble », et ayant pour objectif principal un positionnement optimal sur le marché national et international;
- ❑ et la stratégie d'élargissement de son marché afin de proposer une offre accessible

Des études de marchés sont très souvent réalisées par des cabinets d'études à la demande de la COPAG, soit pour mesurer la satisfaction de sa clientèle ou sa notoriété; soit pour lancer des nouveaux produits. Pour la segmentation et le ciblage, bien que la cible de la COPAG soit le consommateur final, celle-ci passe par des cibles secondaires traditionnelles (épiciers et grossistes) ou modernes (GMS et supermarchés). Cette cible secondaire est réparti selon la règle ABC :

- ❑ Clients classe A: réalisent un chiffre d'affaire journalier supérieur à 500 Dhs ;
- ❑ Clients classe B: réalisent un chiffre d'affaire journalier supérieur ou égale à 300 Dhs ;
- ❑ Clients classe C: réalisent un CA journalier inférieur à 300 Dhs.

Sur le registre du mix-marketing un intérêt particulier est donné aux politiques de produit et de distribution sans omettre de s'intéresser aux politiques de prix et de communication.

Pour la politique produit, la COPAG fabrique et commercialise plusieurs produits, produits laitiers, jus de fruits, primeurs et agrumes ainsi que la viande rouge. Les produits laitiers et jus de fruits sont commercialisés sous la marque ombrelle « Jaouda » dont l'identité visuelle reprend le bleu et le blanc du logo de la coopérative en y ajoutant le vert de la nature.

L'activité lait et ses dérivés est irriguée par un troupeau Holstein de 80.000 têtes dont 50.000 vaches laitières (Louliti, 2012). Pour garantir leur qualité les produits laitiers sont analysés et mis en quarantaine pendant une certaine période et en cas d'anomalie c'est tout le stock concerné qui est détruit, c'est ce que nous a affirmé le Directeur Général lors de notre visite. La gamme des produits frais et de dérivés (yaourt, flan, fromage, beurre) est assez large.

L'activité des primeurs et agrumes (tomate, poivron, haricot, piment, courgettes, maroc late, la clémentine, navel, salustania, sanguine et citron) en phase de maturité grâce à d'importantes superficies (6 400 ha d'agrumes et 1 000 ha de primeurs). 60% de la production totale de cette activité est destinée à l'export et les agrumes qui ne sont pas exportés sont utilisés pour la fabrication du jus de fruit. Afin de garantir la qualité la COPAG a obtenu une certification Global Gap pour les unités de production et une reconnaissance HACCP (et une certification BRC (British Retail Consortium)/NATURES CHICE, pour les unités de conditionnement (Loulfati, 2012).

Les différents emballages utilisés pour les produits laitiers, les agrumes et les primeurs sont : le carton, le plastique (polystyrène et polyéthylène).

L'activité viande rouge est en phase de lancement. La production annuelle est de 1000 tonnes et elle est commercialisée principalement sur Casablanca. La coopérative compte dans le cadre de son plan stratégique 2012-2016 créer un abattoir industriel dont la capacité de traitement annuelle est d'environ 60.000 carcasses ainsi qu'une unité de découpe qui fournira ses produits au marché national (Loulfati, 2012).

La politique de prix adoptée par la COPAG est celle de pénétration, afin de gagner rapidement des parts de marché et pour certains produits, c'est le prix du marché qui est pratiqué. Le paiement par les différents clients se fait

soit après 60 jours maximum ou lors de la livraison. La diversité des produits, ainsi que la diversité des marchés (national et international) et les différentes saisons, implique plusieurs techniques de fixation de prix par la COPAG.

Pour la distribution, la coopérative COPAG dispose d'un parc de 650 véhicules toutes catégories pour assurer la collecte et la distribution des produits bruts, finis et semi-finis. La coopérative alimente avec une fréquence d'un à deux jours deux circuits de distribution à partir de ses agences commerciales : les clients traditionnels et les clients modernes. Pour le Nord et l'oriental seul les GMS sont alimentés. Sur le marché international, c'est la société Prim'Atlas (dont le capital est détenu à 98% par la COPAG) qui est chargée de desservir l'Union européenne. Et la société Maroc Fruit Board (MFB), dont Prim'Atlas est membre fondateur couvre les marchés nord-américain, scandinave, saoudien, russe... La Russie et la Hollande constitue pour COPAG des clients de taille.

La politique de communication passe par plusieurs canaux selon les propos du responsable marketing, entre autres: la télévision, la radio, les affichages, la presse et les prospectus. Il existe aussi un catalogue où sont présentés les différents produits de la coopérative. En outre, la COPAG réalise souvent des actions promotionnelles. Mais celles-ci sont le plus souvent exigées par les GMS et par les supermarchés (cela

est souvent compris dans les clauses de contrat, ristournes, remises de fin d'année...).

Par ailleurs, plusieurs programmes de fidélisation sont mis en œuvre, tel que la distribution de réfrigérateurs aux clients les plus rentables. Aussi, la COPAG participe très souvent aux foires, aux salons et aux expositions, sur le marché national et international. Elle procède également au sponsoring de plusieurs événements, notamment ceux se déroulant dans la région du Sous Massa Drâa. A cela, il faut aussi ajouter l'organisation de journées spéciales de formation et des voyages à l'étranger au profit de ses cadres et la participation aux colloques, aux conférences où est présentée la COPAG (historique, activités, services...).

4. Conclusion

La démarche marketing au sein de la COPAG, telle que nous l'avons décrit plus

haut est l'un des facteurs de sa réussite qui font d'elle un modèle exemplaire de développement de coopérative. Cependant, cette démarche porte certaines limites, notamment au niveau de la politique de communication où l'effort n'est pas suffisamment déployé (pas de publicité grand public, absence d'un site internet, ...).

La formation du personnel du service marketing à la réalisation d'études de marché, et si nécessaire le recrutement des personnes spécialisées dans le domaine constituent un autre défi à relever. Aussi, il faudra réaliser des tests packaging afin d'améliorer les packages des produits. Un effort d'innovation doit être fourni à ce niveau, pour que le package des différents produits soit plus attrayant et plus esthétique, car la bouteille, le carton, le pot sont des vendeurs muets.

Bibliographie

Attouch H. (2012), « Spécificités du management des coopératives », in *REMACOOP* n°3, ODCO, Avril, pp 86-92.

Boisvert J. (1981), *Le marketing dans la perspective coopérative. La Gestion moderne des coopératives*. Chicoutimi, Editions Gaétan Morin, p. 119

Côté D. (2005), « Loyauté et identité coopérative l'implantation d'un nouveau paradigme coopératif », in *RECMA*, N°29.

Diaz Pedregal V. (2007), *Le commerce équitable dans la France contemporaine: idéologies et pratiques*, Editions L'Harmattan.

Fort F. (2006), « Alternatives marketing pour les produits de terroir », in *Revue Française de Gestion* 3/2006 (no 162), p 145-159.

Grandval S. et Sopamot R. (2005), « Le développement durable comme positionnement stratégique », in Wolf D, Mauléon F, *Le management durable l'essentiel du développement durable appliqué aux entreprises*, Lavoisier.

Kamdem E. (2012), « Réponse à la crise à travers l'entreprenariat coopératif et la création d'emplois décents en Afrique » in *Revue Repères et Perspectives*, n° 13-14, 2012, pages 182-199.

Kotler P., Dubois B., Manceau D. (2009), *Marketing management*, 13 éditions Person Education France.

Lendrevie J., Lévy J., Lindon D. (2006), *Mercator*, 8e édition Dunod.

Loultiti M. M. (2012), « COPAG : Intégration et Développement Humain », communication au *6ème Congrès International d'Economie et Gestion* à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir, les 10 et 11 Mai 2012.



Les coopératives apicoles au Maroc : Un secteur vital avec des retombées multidimensionnelles

Par :

Lhajji Slimane

lhajjisl@ yahoo.fr

Le travail en groupe est l'une des caractéristiques primordiales de l'institution coopérative, qui représente en fait l'un des principes fondamentaux des coopératives. Une distinction partagée avec la ruche et la fourmilière.

Les abeilles pareillement aux fourmis livrent un bienveillant modèle du travail en groupe. Un exemple d'assiduité, de responsabilité, de dévouement et plus encore pour aboutir aux buts anticipés. Les abeilles sont guidés et inspirés divinement, puisque Allah dit dans le Saint Coran : **«[Et voilà] ce que ton Seigneur révéla aux abeilles : «Prenez des demeures dans les montagnes, les arbres, et les treillages que [les hommes] font. Puis mangez de toute espèce de fruits, et suivez les sentiers de votre Seigneur, rendus faciles pour vous. De leur ventre, sort une liqueur, aux couleurs variées, dans laquelle il y a une guérison pour les gens. Il y a vraiment là une preuve pour des gens qui réfléchissent».** (Sourate An-nahl, versets 68-69), la liqueur en question est le miel, l'un des aliments le plus précieux et éternellement apprécié, et dont la production a connu un prestigieux élan due à la formalisation et la structuration de l'activité

d'apiculture essentiellement à travers les coopératives apicoles qui désormais détiennent une place d'avant-garde, connaissent un développement sans précédent, et participent effectivement et efficacement dans plusieurs volets.

Qu'on est il donc des coopératives apicoles au Maroc ? Leur genèse ? Ainsi que leurs apports et devenir ?

Les coopératives apicoles au Maroc :

Le tissu coopératif Marocain est connu par la prédominance des coopératives agricoles qui accaparent plus de 80% du nombre total des coopératives agréées, elles sont constituées dans différentes branches d'activité agricole, dont les plus dominantes se répartissent entre la collecte et la commercialisation du lait, l'élevage, l'approvisionnement, l'apiculture et l'utilisation en commun du matériel agricole.

Les coopératives apicoles représentaient à la fin de l'année 2012, 10% de l'ensemble des coopératives agricoles, la cadence de leur création était ordinaire au départ. Ainsi entre 2002 et 2004 on

enregistrait 64 nouvelles coopératives apicoles (soit une moyenne annuelle de 32 coopératives) , cette moyenne explosera par la suite entre 2004 et 2011 puisque l'on assiste à la création de 674 coopératives (soit une moyenne de 96 coopératives apicoles par an), cette situation s'explique par le lancement de l'Initiative Nationale du Développement Humain (I.N.D.H), l'unique et ambitieux programme lancé le 18 mai 2005 soucieux de la situation socio-économique d'une partie de la population en situation précaire, cette augmentation va être soutenue par le Plan Maroc Vert, sans omettre l'effort entrepris par les départements sectoriels concernés pour renforcer le secteur apicole Marocain, tous ces dispositifs vont rallonger le chiffre des coopératives apicoles.

Court escale dans le secteur apicole Marocain :

En termes de production le secteur apicole a délivré au marché marocain en 2010 plus de 3.500 tonnes de miel produites par presque 36.000 apiculteurs disposant d'environ 410.000 ruches dont 250.000 ruches traditionnelles , qui constituaient 80 % de l'ensemble du total des ruches en 2006 contre 73% en 2009 et 60 % en 2010.

De ce fait les ruches modernes ont connu un développement notable grâce à la volonté des pouvoirs publics qui convoitait la modernisation du secteur apicole et l'amélioration de la productivité.

Dans ce sens des aides financières sont octroyées aux coopératives apicoles en tant que groupement d'apiculteurs dans le cadre de l'amélioration génétique du cheptel selon la ruchette de reines d'abeilles reproductrices sélectionnées, ou lors de l'acquisition de matériels d'élevage. De plus dans plusieurs régions du royaume, dans le cadre de divers programmes ou projets portés par des agences nationales ou régionales, des apiculteurs membres des coopératives ont aussi bénéficié de la distribution des ruches modernes peuplées, du matériel technique.

La demande interne est satisfaite par l'importation du miel en provenance essentiellement de la Chine et d'Espagne d'une qualité inférieure voir soupçonnable.

L' I.N.D.H et le Plan Maroc Vert a l'appui des coopératives apicoles :

En effet le programme de l'Initiative Nationale du Développement Humain (I.N.D.H) à travers ses actions qui visent la réduction de la pauvreté, la lutte contre la précarité et l'exclusion sociale, l'amélioration des conditions d'accès aux services et infrastructures de base et le soutien aux personnes en situation de grande vulnérabilité, l' I.N.D.H apporte son soutien aux activités génératrices de revenu et au développement des capacités.

Aussi plusieurs apiculteurs ou personnes en situation précaire regroupés en coopératives apicoles, ou associations

reconverties en coopératives ont bénéficié d'un appui considérable en matériels d'apiculture et en formation .

Dans le même cadre le Plan Maroc Vert dans son deuxième pilier concernant l'agriculture solidaire, a octroyé son soutien aux coopératives apicoles dans le but de la modernisation solidaire de la petite agriculture afin de lutter contre la pauvreté en vue d'un développement rural intégré et de développement de sources alternatives de revenu.

Le nombre des coopératives apicoles à la fin du mois d'aout 2013 a atteint 1435 unités soit une augmentation de 440 % dans les dix dernières années.

Cet évolution est le résultat d'une histoire propre qui a marqué et influencé le secteur coopératif apicole Marocain.

Histoire des coopératives apicoles au Maroc :

Entre la cueillette et la chasse du miel, l'activité d'apiculture au Maroc n'était pas reconnue, bien que le nom du « celui du vendeur du miel » « Aassal » était très répandu. Le miel constituait un élément de grande valeur, il était conservé avec tant de soin par les grandes personnes, surtout les chefs de famille, et il est servi dans les occasions exceptionnelles, ou pour des besoins médicaux.

L'élevage organisé des ruchers au Maroc au rucher collectif d'Inzerki situé au alentour d'Agadir, a été construit en 1850, alors que certains avancent qu'il existait bien avant cette date. Il

est qualifié comme étant le plus grand et ancien rucher collectif au monde ; il revêtait le caractère coopératif.

Ainsi c'est dans la région d'Agadir que l'une des premières coopératives apicoles au Maroc a vu le jour, il s'agissait de la coopérative des apiculteurs d'Imouzer Ida-Outanane dont la constitution a été autorisée par le décret du 17 aout 1959 (Bulletin officiel n° 2444 du 28 aout 1959), elle a été constituée conformément au dahir du 8 juin 1938.

Volet réglementaire :

La production du miel dépendait d'une réglementation qui remonte à un siècle environs. Il s'agit de l'arrêté du 5 mars 1928 portant réglementation de la fabrication et du commerce des sucres, glucoses, miels, confitures, gelées, marmelades (Bulletin officiel n° 806 du 3 avril 1928) , qui définit le miel dans son article 5 comme suit « **la dénomination (miel) s'applique exclusivement au (miel) produit par les abeilles .Toutefois, lorsque pendant la période normale de production de miel, les abeilles ont été nourries à l'aide de sucre ou de substances sucrées autres que le miel, le produit obtenu ne peut être désigné que sous la dénomination (miel de sucre). La dénomination (miel) ne peut être employée pour désigner un miel caramélisé par chauffage ou contenant plus de 25 % d'eau. »**, alors l'article 6 du même arrêté sus visé stipule ce qui suit « **les appellations (miel fantaisie) ou (miel artificiel) sont interdites**», tandis

que l'article 7 stipule que « le qualificatif (pur) ou l'indication d'une région d'origine ne peut s'appliquer qu'au miel produit par les abeilles, à l'exclusion du miel de sucre. »

Il fallait attendre l'année 2010 pour qu'une réglementation qui concerne le miel soit promulguée par la loi n° 28.07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires (Bulletin officiel n° 5822 du 18 mars 2010), qui définit un produit primaire en tout produit agricole destiné à la consommation humaine, cultivé, cueilli ou récolté, ainsi que tout produit tiré des animaux tel que le lait ou le miel ou les œufs et les produits de la chasse, de la pêche ou de la cueillette des espèces sauvages et mis sur le marché, en l'état, sans l'utilisation de systèmes particuliers de préparation pour leur conservation autre que la réfrigération.

Cette loi détermine les conditions dans lesquelles ces produits primaires, doivent être manipulés, traités, transformés, emballés, conditionnés, transportés, entreposés, distribués, exposés à la vente ou exportés pour être qualifiés de produit sûr. Elle indique également les règles obligatoires d'information du consommateur, notamment, par l'étiquetage des produits primaires. Un autre texte législatif très intéressant pour les coopératives apicoles a été promulgué. Il s'agit de la loi n° 25.06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques

(Bulletin officiel n° 5640 du 19 Juin 2008) qui s'est réservée comme objectifs, la préservation de la diversité des productions agricoles et halieutiques, et la protection du patrimoine culturel qui leur est lié par la reconnaissance et la mise en valeur de leurs origines, de leurs caractéristiques et de leurs modes de production, la promotion du développement agricole, par une valorisation des caractéristiques liées au terroir, ainsi que les modes de production et le savoir-faire humains y afférents. L'accroissement de la qualité des produits agricoles, la contribution à l'amélioration des revenus générés par leur valorisation, au profit des opérateurs locaux intervenant dans l'élaboration desdits produits et finalement le renforcement de l'information des consommateurs.

Par la dite loi n° 25.06, les signes distinctifs d'origine et de qualité sont constitués par le label agricole, l'indication géographique et l'appellation d'origine. Ils sont attribués selon des conditions fixées. Cette reconnaissance est liée à des obligations et des responsabilités incombant à ceux qui désirent en bénéficier, y compris les coopératives apicoles, qui s'engagent à respecter les termes du cahier de charges correspondant au signe distinctif, et obtenir dans les formes réglementaires, la certification de son produit.

En 2012 la demande formulée par l'Union des coopératives apicoles de la région de Tadla Azilal (U.C.A.T.AZ)

fut approuvé par l'arrêté du ministre de l'agriculture et de la pêche maritime n°1721.12 du 18 avril 2012 portant reconnaissance de l'indication géographique « miel d'Euphorbe Tadla Azilal » et homologation du cahier des charges y afférent. Cet arrêté a fixé les conditions de production du miel d'Euphorbe et ces caractéristiques. Il a délimité l'aire géographique couverte par l'indication géographique « miel d'Euphorbe Tadla Azilal » en mentionnant les communes concernées appartenant aux provinces de Béni Mellal, d'Azilal et Fquih Ben Saleh. Le miel produit par les coopératives apicoles concernées bénéficiant de l'indication géographique protégée « miel d'Euphorbe Tadla Azilal » doit comporter obligatoirement la mention « indication géographique protégée miel d'Euphorbe Tadla Azilal » ou « IGP d'Euphorbe Tadla Azilal ». Ce miel doit comporter le logo officiel de l'IGP et la référence de la partie désignée pour le contrôle du respect des clauses du cahier de charges et la certification des produits aux producteurs et conditionneurs.

Volet chiffrable :

Les coopératives apicoles ont connu une évolution très importante, tout en maintenant une place de renom parmi les coopératives agricoles constituées en d'autres branches.

En effet les coopératives apicoles comptaient en 2002, 259 coopératives représentant 10 % de l'ensemble des

coopératives agricoles, pour atteindre 17% en 2011 avec 997 coopératives apicoles.

L'évolution des coopératives apicoles Marocaines a marqué une nette augmentation en termes de taux enregistré par rapport à celui réalisé par les coopératives instituées dans les principales branches agricoles en l'occurrence la collecte et commercialisation du lait, l'élevage, l'approvisionnement.

La distinction des coopératives apicoles se fait remarquée à plusieurs égards tant qu'à celui du nombre des unités, celles des adhérents ou ceux des capitaux, au 30 juin 2012 les coopératives apicoles comptaient 1.129 coopératives avec 13.235 adhérents et 23.385.467 dirhams en capitaux contre 409.912 adhérents et 6.418.686.572 dirhams pour 9.813 coopératives qui représentent la somme totale des coopératives agréées en la même date sus visée.

Volet territorial :

Géographiquement les coopératives apicoles en perpétuant une activité ancestrale tout en la modernisant se sont implantées inégalement dans divers régions du Royaume, cette inégalité est liée par les conditions climatiques optimales combinée à une flore mellifère abondante et diversifiée.

Actuellement et à la fin de l'année 2013 deux régions celle de Tanger – Tétouan et celle de Souss-Massa-Draa

s'accaparent 28,5 % des coopératives apicoles avec plus de 200 coopératives chacune, alors que les régions de Laayoune-Boujdour –Sakia al hamra, Oued eddahab –Lagouira et le Grand Casablanca abritent ensemble 5 coopératives seulement.

Il est à noter que la région du Gharb –Cherarda-Béni hssen qui a été depuis longtemps renommée par le développement de l'apiculture se classe en quatrième place avec 170 coopératives.

Tableau n°1 : Evolution des cooperatives apicoles au Maroc depuis l'année 2000

Régions	Nombre des Coopératives apicoles jusqu'au 31 Décembre			
	2000	2005	2010	2013
Tanger - Tétouan	12	27	143	218
Souss-Massa-Darâa	25	43	89	214
Taza-Al Houceima- Taounate	16	54	118	182
Gharb-Chrarda-Bni Hssen	22	33	60	170
Marrakech-Tansift-Al Haouz	6	19	35	106
Rabat - Salé - Zemmour-Zaër	28	40	50	105
Meknés-Tafilalet	18	24	44	90
La région de l'oriental	25	49	75	98
Fés-Boulmane	8	21	49	102
Tadla - Azilal	9	14	34	82
Guelmim - Es-smara	3	10	40	70
Doukhala-Abda	1	10	20	44
Chaouia-Ourdigha	4	5	0	22
Laayoune-Boujdour-Sakia Al Hamra	0	0	0	2
Oued Eddahab-Lagouira	0	0	1	01
Le Grand casablanca	0	0	1	02
Total	259	323	997	1514

Source: Office du développement de la coopération (ODCO)

A signalé que cette répartition se conjugue avec une diversification du miel liée aux spécificités florales de chaque région à part.

Type de coopératives apicoles :

Au Maroc on parle généralement de coopératives apicoles, alors que l'adjectif alloué à chaque coopérative devait dépendre de son objet défini dans ses statuts. Aussi l'on distingue des coopératives des apiculteurs, des coopératives mellifères, des coopératives d'élevage d'essaim, de services au profit des apiculteurs ou de production de miel et de ces dérivés. Entre la culture intensive ou extensive, mais moderne, il existe deux types de coopératives, celles de services et celles de production.

1. Coopératives apicoles de services :

Ce sont des coopératives dont l'objet principal consiste à offrir des services aux apiculteurs adhérents et dont les ruches restent leur propre propriété. Ces services résident principalement dans l'utilisation en commun du matériel apicole et la commercialisation du produit. Ce qui fait que la distribution des excédents dépend des services contractés avec la coopérative qui fait des prélèvements sur les quantités du miel écoulées pour chaque coopérateur.

2. coopératives apicoles de production :

Elles s'approprient les ruches et le matériel d'apiculture, quant aux apiculteurs membres ils travaillent

en commun dans le rucher de la coopérative. Les tâches et le temps du travail sont prédéfinis dans le règlement intérieur des coopératives. La production et la commercialisation se font au nom de la coopérative alors que la répartition des excédents se fait au prorata du travail fourni au sein de celle-ci.

Objets des coopératives apicoles :

En général, les coopératives apicoles se fixent pour objet les éléments suivants :

- ❑ Achat en commun du matériel d'apiculture (Ruches, bac à désoperculer, enfumoirs, extracteurs, combinaisons, brodequins, masques, paires de gants, filtre à miel, hausses, cire gaufré, filtre à miel avec baril, lève cadres, chaudières à cire, maturateurs pour stockage, brosses abeilles, couteaux à désoperculer, nourrisseurs standard, emballage, étiquettes...)
- ❑ Utilisation en commun du matériel apicole (d'extraction du miel...),
- ❑ Conduite des ruchers (apiculture sédentaire ou transhumante),
- ❑ Conditionnement et commercialisation du miel et de ces dérivés (Le miel, le pollen, la gelé royale, la propolis, le venin d'abeille, la production de reines, et tous matériel apicole)
- ❑ Valorisation du miel en tant que produit de terroir,
- ❑ Développement des capacités des adhérents dans le domaine

technique, manageriel et la législation et organisation coopérative,

- ❑ Assurer des services à caractère sociaux au profit des apiculteurs adhérents et à leurs familles.

Caractéristiques des coopératives apicoles au Maroc :

Les coopératives apicoles au Maroc affichent des particularités propres liées à la composition de ces membres, ces capitaux et leur implantation géographique.

La composition des coopératives apicoles au Maroc :

La constitution des coopératives apicoles au Maroc reste l'apanage de divers groupes sociaux mais particulièrement homogène. Le nombre moyen des adhérents à la fin du mois de juin de l'année 2012 est de 12 membres par coopérative, contre 74 membres pour les coopératives de collecte et de commercialisation du lait, la même moyenne a été enregistrée à la fin de l'année 2010.

Les coopératives apicoles sont créées en général par :

- ❑ des membres d'une même famille. La principale raison réside dans le degré élevé de la confiance exigée dans ce type de coopératives,
- ❑ un nombre réduit de ces membres, car ce qui importe c'est le nombre des ruches qui

détermine la quantité de la production,

- ❑ des lauréats des écoles de formation agricole, ou des anciens techniciens agricoles,
- ❑ des jeunes diplômés en quête d'emploi,
- ❑ des femmes issues du milieu rural,
- ❑ des non exploitants ou non propriétaires des terres agricoles,
- ❑ population limitrophe des forêts.

Aspect économiques des coopératives apicoles au Maroc :

- ❑ L'examen du côté financier des coopératives apicoles au Maroc fait ressortir les éléments suivants:
- ❑ n'exigent pas un financement important. Les apiculteurs peuvent se contenter de ruches et de matériels peu conventionnels au démarrage, quant aux abeilles, elles se nourrissent indépendamment de l'apiculteur,
- ❑ offrent un revenu voir même un revenu supplémentaire,
- ❑ permettent une valorisation des produits mellifères,

Le montant moyen des capitaux des coopératives apicole au Maroc est relativement faible par rapport à celui des autres branches d'activités agricoles puisque à la fin du premier semestre de l'année 2012, il avoisinait le chiffre de 20.700,00 dirhams contre 239.000 dirhams pour les autres coopératives agricoles.

Importance du rôle des coopératives dans le développement de l'apiculture marocaine :

- ❑ Les coopératives constituent désormais une passerelle indispensable dans le développement du secteur apicole au Maroc. En effet l'engagement des apiculteurs dans des coopératives permettrait l'achèvement de plusieurs actions à savoir :
- ❑ La modernisation du secteur par le remplacement des ruches traditionnelles, pour permettre la conversion vers une apiculture moderne censée favoriser l'amélioration du rendement du miel et de ces dérivés.
- ❑ Le développement des pratiques modernes et des nouvelles techniques de conduite des ruchers.
- ❑ La formation et la formation continue des membres des coopératives apicoles, par les soins de la coopérative, celles des services techniques concernés ou autres partenaires locales ou étrangers.
- ❑ La professionnalisation de l'activité d'apiculteur par sa promotion en une activité principale et formelle.
- ❑ La commodité d'encadrement sanitaire du cheptel apicole des apiculteurs regroupés en coopératives.
- ❑ Le groupement en coopérative favorise et facilite l'octroi des aides

en nature et en assistance technique allouées au secteur, mêmes les associations sont amenées à se convertir en coopératives eu regard de leur objets qui ne peut concerner les opérations à caractères commerciales.

- ❑ La possibilité de collecter les données concernant le secteur apicole. Qu'il s'agit du nombre des apiculteurs, des ruches, de la production...
- ❑ la valorisation du produit, par sa certification et sa labellisation, qui permette l'accès facile aux divers marchés avec beaucoup d'assurance.
- ❑ La lutte ou la diminution contre les pratiques frauduleuses sur le produit, ce qui protège la santé des consommateurs.
- ❑ l'opportunité de création des unités de conditionnement du miel ou la fabrication des intrants nécessaires à la filière apicole.

Du fait du rôle multifonctionnelle de l'agriculture et celui vérifié des coopératives, celles apicoles se font remarquées à plusieurs angles à savoir :

a) Les coopératives apicoles et la croissance économique :

La restructuration du secteur apicole à travers les coopératives apicoles et l'augmentation de la production et l'amélioration de sa qualité contribue au développement économique.

b) Les coopératives apicoles et la sécurité alimentaire :

Le miel est réputé être un produit coûteux, raffiné, fortifiant, aphrodisiaque, mais il reste toujours un aliment très demandé et défient une place importante dans le menu alimentaire des Marocains.

c) Les coopératives apicoles et la lutte contre la pauvreté :

Socialement, les coopératives apicoles offrent des opportunités d'emploi secondaires ou principales importantes pour divers groupes de la population particulièrement des femmes, des jeunes diplômés, elles sont renommées être créatrices des activités génératrices de revenu.

d) Les coopératives apicoles et le développement durable des territoires :

Grace à la labellisation des produits d'apiculture en application de la loi n°25-06, relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, les coopératives apicoles offrent aux produit de terroir une plus value appréciable et une distinction de la région de son identité et de sa culture.

e) Les coopératives apicoles et le respect de l'environnement :

Elles participent par excellence au maintien de l'écosystème, grâce au travail des abeilles dont l'existence dans une région indique la bonne qualité de l'environnement d'une part, d'autre part elles sont la source de vie des

plantes en qualité et quantité. Malgré le rôle déterminant de la pollinisation, les coopératives apicoles l'ignorent et elles le soustraient de ses objets.

f) Les coopératives apicoles et la stabilité de la population :

Elles proposent aux personnes en situation précaire, aux ruraux qui n'ont pas de terres agricoles de se faire pratiquer une profession qui subviendra à leurs besoin et qui va leur permettre de vivre décemment, actuellement on assiste à un retour d'une partie de la population vers les campagnes pour conduire leur rucher et adhérer à des coopératives.

Les problèmes des coopératives apicoles sont de natures endogènes et exogènes:

Le développement des coopératives apicoles au Maroc reste prisonnier d'une foule d'obstacles généralement d'ordre naturelles, humaines, financières, techniques, commerciales, institutionnelles,

- L'influence des aléas climatiques particulièrement à cause de la sécheresse qui a provoqué le dépeuplement des ruchers et la diminution des rendements en miel, ou à cause des inondations qui ont causé d'énormes dégâts à certaines coopératives en l'absence d'une assurance.
- l'usage irréfléchi et intensif des produits phytosanitaires et les pesticides (insecticides, herbicides,

fongicide,) néfaste à la survie des abeilles et décime le rucher des coopératives apicoles.

- ❑ Difficultés de commercialisation du miel et la forte concurrence de miel importé essentiellement du Chine et d'Espagne et les circuits de commercialisation du miel limités dans le temps et l'espace.
- ❑ Occupation du domaine forestier lors des transhumances : non respect des distances entre ruchers et surcharge dans les parcelles ce qui se traduit par une diminution de la production et une augmentation des risques de contamination des colonies d'abeilles par les maladies.
- ❑ Obstacles liés à l'accès aux crédits, qui reste limité et conditionné par l'existence des garanties, surtout lorsque les coopératives apicoles tentent de diversifier les arômes du miel et se trouvent dans l'obligation de pratiquer la transhumance qui exige beaucoup de moyen financier.
- ❑ Niveau de technicité bas des adhérents des coopératives apicoles qui se traduit par une faible productivité des ruchers à cause la faible maîtrise de la conduite technique moderne de ces ruchers.
- ❑ Faible organisation et structuration des coopératives apicoles en de référant au nombre des coopérative par rapport au nombre des unions constituées.
- ❑ Insuffisance en matière d'information de des adhérents des coopératives

apicoles et du consommateur sur la qualité des produits de la ruche devant l'amplification de la fraude dans la commercialisation du miel.

- ❑ Insuffisance des cadres et techniciens spécialisés pour un encadrement suffisant de la coopérative apicole due essentiellement au départ des fonctionnaires techniciens dont le nombre augmente constamment.
- ❑ Spécialisation des coopératives apicoles dans la production du miel au détriment des autres produits de la ruche non valorisés (cire, pollen, gelée royale, venin, propolis et la production de reines sélectionnées) ou de son usage dans l'acupuncture et l'apiphytothérapie.
- ❑ Vide législatif portant sur l'organisation de la transhumance, l'implantation des ruchers (l'apiculture sédentaire) et la réglementation de l'importation du miel et sa commercialisation.
- ❑ Non respect des dispositions législatives régissant les coopératives au Maroc par les organes de gestion de certaines coopératives, les affecte néfastement.

Les coopératives apicoles au service du développement durable:

Actuellement les coopératives apicoles au Maroc jouissent d'un environnement particulièrement favorable à leur développement et épanouissement grâce aux différentes formes d'appui financiers, techniques, matériels et

institutionnels dispensés par l'INDH le Plan Maroc vert. En effet plusieurs coopératives apicoles ont bénéficié de leur soutien et ont pu exceller dans la filière apicole, seulement il faut élargir les activités, se spécialiser dans certains créneaux en plus de la production du miel seulement.

Le développement des coopératives apicoles s'est renforcé et accompagné par l'élan prestigieux des unions coopératives agréées dont le nombre, au 31 décembre 2013, a atteint 22 institutions implantées copieusement dans les régions réputées historiquement par le développement des activités

Tableau n°2 : Répartition des Unions des coopératives apicoles par région jusqu'au 31 décembre 2013

Régions	Nombre des Unions coopératives apicoles	Provinces	Nombre d'Unions par province
Tanger - Tétouan	4	chefchouen	1
		Larrache	1
		Ouazzane	1
		Tetouane	1
Souss-Massa-Darâa	5	Agadir Ida	1
		Outanane	2
		Chtouka Ait baha	1
		Taroudante	1
		Tinghir	1
Taza-Al Houceïma- Taounate	2	Taza	1
		Al hoceïma	1
Gharb-Chrarda-Bni Hssen	2	Sidi slimane	2
Marrakech-Tansift-Al Haouz	1	Essaouira	1
Rabat - Salé - Zemmour-Zaër	2	Khemisset	1
		Salé	1
Fès-Boulmane	1	Sefrou	1
Tadla - Azilal	1	Beni Mellal	1
Guelmim - Es-smara	2	Guelmim	2
Doukhala-Abda	1	El Jadida	1
Chaouïa-Ourdigha	1	Benslimane	1
Total		22	

Source: Office du développement de la coopération (ODCO)

apicoles avec plus d'une union dans les dix régions concernées, d'autres unions sont encours de gestation.

La création de certaines de ces unions des coopératives apicoles s'insère dans le cadre du développement de l'agriculture de « terroirs » réputée par une forte valeur ajoutée, la diversité florale liée à celle géographique, écologique et socio-culturelle du Maroc offre un environnement fertile pour l'efflorescence de ces institutions.

Conclusion

Assurément les coopératives apicoles ont démontrées leurs impacts criants notamment sur le plan économique,

social et environnemental, elles demeureront des ultimes instruments pour contribuer aux divers programmes et politiques arrêtés, et elles resteront après tout des coopératives très spéciales par leur grande liaison et complicité avec la nature, cette relation majeure guette et hante l'avenir des coopératives apicoles à cause de l'usage intensif des pesticides, et insecticides et autres produits similaires qui déciment fatalement les abeilles non seulement au Maroc mais à l'échelle planétaire. Actuellement le nombre des coopératives apicoles au Maroc a surpassé de loin celui des coopératives d'habitat et cherche à distancer celui de l'artisanat.



Invité d'une ruche

Lhajji slimane, lhajjisl@ yahoo.fr

Bien que l'accès à la ruche est totalement interdit aux étrangers même aux abeilles d'autres colonies, c'est avec une invitation exceptionnelle que la découverte d'un univers fantastiquement mythique a été rendue possible. Dès l'entrée de la ruche la sensation est immense, les abeilles gardiennes sont à pieds de guerre sur leurs pattes surveillent la forteresse à miel. La température à l'intérieur de la ruche était stable.

On distingue clairement trois sortes d'abeilles (reine, ouvrières ou faux bourdons) toutes issues au départ d'un œuf pondu par la reine dans une alvéole. Aux pieds de la reine, et à part les faux bourdons, les ouvrières sont totalement débordées en bradant divers labeurs.

En effet, les faux bourdons sont les seuls mâles de la ruche, issus d'œufs non-fécondés et naissent au printemps, ils sont appelés à féconder la reine pendant un vol nuptial au dépend de leur vie car ceux qui y parviennent en meurent après l'acte de fécondation, alors que les autres lorsque la nourriture se raréfie seront tués ou expulsés de la ruche.

Les ouvrières sont exclusivement des abeilles femelles stériles issues d'œufs fécondés, elles effectuent toutes les tâches nécessaires au bon fonctionnement de la ruche et à la survie de la colonie.

Ces activités sont liées à leur maturation physiologique, ces ouvrières exercent toutes, successivement et avec l'avancement de leur âge : nettoyeuses (nettoyage des cellules de la ruche), nourrices (sécrétion de la nourriture pour les larves), architectes (construction des rayons de la ruche en sécrétant de la cire), manutentionnaires (stockage de pollen et de nectar dans les alvéoles), ventilieuses (la régulation de la température de la ruche de son aération et au séchage de nectar par battement des ailes), gardiennes (défense et protection de la ruche contre les ennemis et les intrus) et butineuses (approvisionnement en nectar, en pollen et d'eau).

Tout au long de ce parcours la tâche de butineuse reste l'ultime, elle s'effectue en dehors de la ruche et elle demande beaucoup d'énergie et d'effort qui épuise la butineuse et la tue en quelques jours.

Tant d'effort et de sacrifice pour octroyer généreusement à l'Homme le fruit de leur travail infernal voir suicidaire.

L'univers mystérieux des abeilles a été le centre d'intérêt pour plusieurs savants dans divers disciplines, en architecture, en médecine, en philosophie, en éthologie, en sociologie et même en économie lorsque Marx s'y basé pour définir le travail et fait la distinction entre le travail par l'instinct et le travail réfléchi. Quant aux similitudes avec les coopératives, les abeilles se partagent certains principes coopératifs :

- ❑ Adhésion volontaire et ouverte à tous : égalité de traitement de toutes les abeilles de la ruche. Celles qui ne sont pas utiles sont expulsées ou tuées même s'il s'agit de la reine.
- ❑ Pouvoir démocratique exercé par les membres : se sont les abeilles qui élisent leur reine.
- ❑ Participation économique des membres : toutes les abeilles sont responsables de la ruche.
- ❑ Autonomie et indépendance : chaque ruche est une vraie forteresse à part.
- ❑ Education, formation et information : grâce à la phéromone de la reine la cohésion de la ruche est consolidée.
- ❑ Engagement vers la communauté : le travail des abeilles protège l'écosystème, voir le devenir de la planète. Albert Einstein disait «Si l'abeille disparaissait du globe, l'homme n'aurait plus que quatre années à vivre ».

Sources bibliographiques :

- Situation de l'agriculture marocaine n° 9 ; Novembre 2011 (Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime).
- Situation de l'agriculture marocaine n° 10 ; Décembre 2012 (Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime).
- Annuaire statistiques des coopératives et unions des coopératives édition 2003,
- Annuaire statistiques des coopératives et unions des coopératives édition 2005,
- Données statistiques auprès de l'Office de Développement de la Coopération (ODCo) ;www.odco.gov.ma.



Quelle coopérative du Maroc d'aujourd'hui et de demain pour la création d'emploi et de richesse ?

Par :

Mme Hakima Khaless

h.khaless@odco.gov.ma

Le chômage, en particulier, celui des jeunes, est placé par le gouvernement marocain au devant de la bataille de l'emploi, car il était de 9,9 % durant le premier trimestre de 2012, selon le Haut-Commissariat au Plan.

Le conseil économique et social a tiré la sonnette d'alarme. Le taux de chômage des jeunes entre 15 et 34 ans est de 28% (14,8 % dans le milieu rural et 27 % dans le milieu urbain), et 50 % des jeunes marocains ont quitté l'école trop tôt, d'après la Banque Mondiale et les journaux marocains (mai 2012). L'intégration des jeunes diplômés pose un grand problème en raison du taux de croissance, des faibles investissements et de l'inadéquation de la formation aux besoins des entreprises.

Il n'y a pas de recette toute prête pour éradiquer ce phénomène qui touche tous les pays aussi bien développés que sous-développés. Le programme de travail du gouvernement actuel 2012 – 2016, préconise plusieurs solutions pour contribuer à la réduction du chômage,

en particulier, des diplômés et ramener son taux à 8%.

Parmi les solutions proposées :

- le recrutement au sein de la fonction publique (très minime par rapport à la demande),
- l'encouragement du recrutement dans le cadre des entreprises mais qui demeure, néanmoins, conditionné par les efforts à déployer dans le domaine des investissements, et,
- la création de petites entreprises (entreprises individuelles, sociétés à responsabilité limitée, coopératives). Cette dernière semble être une des solutions les plus appropriées.

L'état mobilise des fonds énormes pour la création des coopératives créatrices d'emploi. Celles qui réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions de DH, à titre d'exemple, sont exonérées de l'impôt sur les sociétés. Elles bénéficient d'appui financier de la part de plusieurs ministères et

organismes publics, et de subventions d'ONG internationales et d'organismes internationaux de développement.

Malgré cet appui très important, les résultats ne sont pas très satisfaisants d'après les acteurs concernés par le secteur de création des coopératives.

L'origine du problème, selon les études réalisées, semble être la nature de la coopérative à appuyer et les conditions de son accompagnement.

Nous essayerons dans ce bref article de répondre à un certain nombre de questions, telles que :

- ❑ Les coopératives créent-elles de l'emploi?
- ❑ Quelles formes d'organisation créent le plus d'emploi et qu'il conviendra de vulgariser ?
- ❑ Quelles sont les conditions de démarrage et de développement de ces coopératives ?

Les coopératives créent-elles de l'emploi?

Le nombre de coopératives au 31 décembre 2013 a atteint 12.022 coopératives avec 440.372 adhérents, considérés par l'Office de Développement de la Coopération (ODCO) comme des emplois créés.

En réalité, si on considère les emplois directs créés par les coopératives, le nombre est inférieur à ce chiffre. En effet, il faut faire une différence entre

les coopératives de services créées par les producteurs, les coopératives des usagers et les coopératives de travail en commun.

Les coopératives de services créées entre producteurs procurent à ces derniers des services d'approvisionnement en commun pour diminuer le coût de commercialisation. C'est le cas, par exemple, des coopératives agricoles de services où les agriculteurs adhérents fournissent le lait aux coopératives pour le commercialiser (coopératives de collecte de lait). Ils peuvent se contenter de l'approvisionnement en commun dans le cadre de la coopérative pour diminuer le coût des intrants et matières premières (coopératives de services) etc. C'est le cas également des coopératives créées dans le secteur de l'artisanat et la pêche maritime : 90 % des coopératives de ces secteurs sont des coopératives de services. Elles ne créent pas d'emplois directs mais elles contribuent à le préserver, à l'exception des salariés qu'elles embauchent et qui sont de l'ordre de 15.000.

Les coopératives des usagers regroupent les coopératives de consommation, les coopératives de commerçants détaillants et les coopératives d'habitation. Elles sont au nombre de 1 107 et regroupent 49.589 adhérents. Ces derniers ne peuvent pas être considérés comme des emplois directs, le nombre de salariés y étant très minime et ne dépassant pas 400 salariés.

Les coopératives de travail en commun regroupent les coopératives d'éducation et de formation créées entre les lauréats des universités et établissements de formation. Elles englobent également, les coopératives touristiques, les coopératives forestières créées entre jeunes, les coopératives de commerce électronique, imprimeries, centre de gestion coopératif, coopératives de plantes aromatiques et médicinales, coopératives minières etc. Elles créent le plus d'emplois directs car l'adhérent est salarié et en même temps patron. Elles sont au nombre de 683 coopératives et regroupent 12.224 emplois adhérents auxquels il faut ajouter 5000 salariés soit 17.224 emplois environ.

En conclusion, les coopératives qui n'emploient pas suffisamment, sont en grande majorité, les coopératives de services et les coopératives d'usagers, alors que les coopératives de travail en commun sont des entreprises qui créent le plus d'emploi. Il s'agit des coopératives d'éducation et de formation créées entre les lauréats des universités qui exercent des activités de formation, études, soutien scolaire, enseignement de la langue, accompagnement social. La facturation des services aux clients permet de procurer aux lauréats un revenu décent. Cependant le nombre de coopératives de travail en commun est encore faible, de sorte qu'une stratégie de promotion de ces dernières à une grande échelle s'impose.

Quelles sont les catégories qui créent le plus d'emploi et qu'il convient de vulgariser ?

Pour aborder cette question, quelques éclaircissements s'imposent :

- I. La coopérative est un cadre favorable pour la création de l'emploi et des activités génératrices de revenus, avec un minimum de capital. C'est pourquoi le Maroc compte beaucoup sur cette composante pour contribuer à la lutte contre le chômage et la pauvreté, défi majeur d'aujourd'hui et probablement de demain. Cependant, on constate que les coopératives au Maroc, comme indiqué ci-dessous, contribuent effectivement à la création de l'emploi. Un bref constat a fait ressortir l'existence de plusieurs formes de coopératives.

Les coopératives de services, créées par les producteurs des secteurs de l'agriculture, l'artisanat et la pêche maritime, constituent plus de 60% du nombre total des coopératives. Elles dispensent quelques services à leurs adhérents, mais créent peu d'emplois, car elles recrutent rarement du personnel salarié. C'est également le cas des coopératives de consommateurs.

Celles qui créent le plus d'emplois et de richesse sont les coopératives ouvrières de production, constituées dans les secteurs suivants : forestier, de l'artisanat, de l'éducation, de la formation... Le travail s'y fait en commun et chaque adhérent est

considéré comme un poste de travail créé. Leur nombre est minime puisque ne dépassant pas 4% du nombre total de coopératives.

- II. La problématique de délimitation des besoins, et par conséquent les domaines et secteurs porteurs pour la création de coopératives créatrices d'emplois et de richesse, est importante. Il est difficile de présenter une liste exhaustive des besoins ressentis pouvant être satisfaits aujourd'hui et demain par cette catégorie de coopératives. Cette tâche est du ressort des personnes concernées aptes à exprimer ce besoin. Le rôle de l'administration est de vulgariser les avantages de la « formule coopérative » et d'assurer les conditions favorables pour sa promotion.

Cependant, il est possible de donner un bref aperçu en se basant sur les constatations suivantes :

1. Il y a des centaines de milliers de petites entreprises qui trouvent beaucoup de difficultés à s'intégrer dans l'économie de marché et de la concurrence. C'est le cas des entreprises individuelles du programme dit « moukawalati. » Ce dernier vise la création de 30.000 petites entreprises. Leur regroupement dans le cadre de coopératives de services ou de travail est une possibilité.
2. Les coopératives d'activités et d'emploi peuvent leur dispenser

les services dont elles ont besoin, par exemple en comptabilité, appui en conseil et gestion, ou leur faciliter la commercialisation. Les besoins ressentis dans ce domaine se font de plus en plus sentir, y compris pour les entreprises et associations. Il faudrait envisager d'accompagner les coopératives qui seront créées pour dispenser des services de qualité.

La création de coopératives dites sociales, qui ont fait leur preuve en Europe et pouvant satisfaire les besoins sociaux tout en procurant à leurs adhérents de l'emploi, semble être une piste intéressante. L'avantage que possède la coopérative sociale par rapport à l'association, est la promotion de l'auto-emploi et la satisfaction des besoins sociaux. Elle peut constituer un capital social, répartir les excédents entre les membres et réaliser des activités génératrices de revenus.

L'expérience des coopératives de lutte contre l'analphabétisme et la lutte contre la pauvreté, tout en assurant des emplois à ses adhérents, a été encourageante et mérite d'être soulignée.

Un certain nombre de secteurs et créneaux porteurs, offre des opportunités immenses pour la création de nouvelles formes de coopératives d'emplois et d'activités, dans les domaines du tourisme, de la préservation de l'environnement, de la communication, et de l'animation culturelle...

C'est également le cas des coopératives des jeunes diplômés spécialisés dans la formation, l'information, l'éducation, la réalisation des études et l'audit...

La création de ce type de coopérative est l'une des initiatives de coopération d'aujourd'hui et de demain, telles que : les coopératives d'activités et d'emploi, les coopératives d'éducation et de formation, les coopératives de tourisme, les coopératives d'appui en gestion...

Elles présentent l'avantage de créer des emplois et peuvent, en même temps, satisfaire les multiples besoins de leurs clients potentiels y compris les besoins de restructuration des coopératives et entreprises existantes.

Le secteur des services à la personne et services à domicile reste un grand pourvoyeur d'emplois. Les coopératives de services à la personne, qui ont fait leur preuve en France, en Espagne, au Québec etc, sont celles qui réalisent des services de travail en contrepartie d'un revenu. Plus de 30 services recensés au Maroc où de nouvelles coopératives à domicile ou de proximité peuvent se constituer et créer des milliers d'emplois, exécutant des services non satisfaits actuellement : nettoyage, restauration, garde d'enfants à domicile, plomberie, électricité, jardinage, assistance aux personnes âgées à domicile Elles peuvent être créées entre les lauréats des universités des établissements de formation technique. Les lauréats des universités s'occuperont de la

gestion de la coopérative et ceux des établissements de formation technique s'occuperont de la formation des travailleurs (femmes de ménage). Un grand marché de ces services existe et l'emploi est dominé par les intermédiaires et quelques sociétés. Actuellement une seule coopérative a été créée à Tanger entre 40 femmes et s'est spécialisée dans le nettoyage. Elle a décroché, plusieurs contrats de travail auprès de sociétés privées, d'administrations et travaillent également avec les familles à domicile.

Conditions de démarrage et de développement de ces coopératives

L'appui financier, dispensé par l'état et d'autres bailleurs de fonds, est très sollicité pour assurer le démarrage des coopératives génératrices d'emplois, mais il faut conditionner l'octroi de ces subventions aux efforts fournis par les promoteurs à réaliser des études de viabilité de leurs projets coopératifs.

Il faut monter des structures appropriées d'accompagnement des coopératives, car elles exigent des structures d'encadrement au niveau de la constitution (études de viabilité, formation sur mesure etc.) et au niveau du démarrage et du développement (audit, appui en commercialisation, appui en réseautage etc.). De telles structures n'existent pas ou si elles le sont, elles ne fonctionnent pas correctement. Pour citer un seul aspect

de l'accompagnement, à savoir l'encadrement au niveau des études de viabilité, il faut souligner qu'aucune structure ne mène efficacement cette activité actuellement. La coopérative se crée sans étude de marché, sans étude institutionnelle, sans étude

financière ni de financement. La seule étude réalisée au profit des promoteurs de création de coopératives est celle de l'étude technique effectuée par les services des ministères techniques (agriculture, artisanat...).



Rachida ELGHIAAT
richawar@yahoo.f

L'Economie sociale et solidaire au service de l'environnement

Par :



LAABID Abdelouahed
a.laabid@odco.gov.ma

L'initiative royale relative à l'instauration de la charte nationale de l'environnement pour un développement durable en 2009 traduit clairement le choix fait par notre pays de faire de la protection de l'environnement une des priorités dans tous les projets de développement.

La lutte menée à l'échelle nationale par les différents intervenants intéressés par l'éradication des sacs en plastique en est un

exemple. Ces sacs sont en fait réputés très polluants aussi bien lors de leurs processus de production par émission des gaz à effet de serre qu'au niveau de leur usage car ils sont difficilement dégradables et nécessitent, selon des études, plus d'un siècle pour se dégrader. D'autant plus que leur éparpillement partout dans les milieux naturels, nuit considérablement aux paysages, ce qui porte atteinte à la biodiversité.



Le Maroc a promulgué la Loi 22-10, le 16/07/2010 qui interdit la production de sacs non dégradables et non biodégradables pour le marché local ainsi que leur importation, leur détention en vue de la vente, leur mise en vente et leur vente ou distribution à titre gratuit. En conséquence, la mise en application de cette loi présage l'offre sur le marché national de produits alternatifs qui répondent aux demandes des consommateurs tout en respectant l'environnement. C'est ainsi que ces dernières années, la production de sacs écologiques en substitution aux

est acceptée par les grandes sociétés car, en y investissant elles contribuent à la promotion de leurs images, ce n'est pas le cas des petits producteurs, notamment ceux qui approvisionnent le secteur informel. Ce dernier en effet produit approximativement le tiers des sacs en plastiques polluants sur le marché national, et ce n'est pas une quantité dérisoire surtout si l'on sait que chaque marocain consomme en moyenne 900 sacs en plastique par an, ce qui fait que cette loi suscitée n'est pas totalement respectée.



sacs en plastique est devenue un sujet d'actualité qui a suscité l'intérêt de tous intervenants : Entreprises, associations, départements gouvernementaux, producteurs consommateurs...

Si la production des sacs écologiques comme alternative aux sacs en plastique

Ceci montre clairement la gravité des dangers générés par ces sacs et impose avec acuité la nécessité de trouver des solutions appropriées à même de diminuer leur nuisance, voire même éradiquer leur production, et par là, leur utilisation.

Dans cette perspective, le Ministère délégué chargé des Affaires générales et de la gouvernance et le Ministère de l'énergie des Mines de l'eau et de l'environnement, avec la contribution d'autres partenaires gouvernementaux, ont élaboré un plan d'action visant l'éradication des sacs en plastique et leur substitution par d'autres produits qui respectent l'environnement, en l'occurrence, des sacs en toile.

Pour mener à bien cette initiative de promotion des sacs écologiques, et en quête de partenaires à même d'en assurer la réussite, il s'est avéré que les entreprises de l'économie sociale

de l'énergie des Mines de l'eau et de l'environnement, et le ministère en charge de L'Economie Sociale et Solidaire, portant sur un montant de 70 millions de DH.

Une autre convention de partenariat relative, cette fois à la réalisation du projet, a été conclue en septembre 2012 entre le ministère de l'intérieur, le ministère de l'Economie et des finances, le ministère de l'énergie, des mines, de l'eau et de l'environnement et le ministère délégué auprès du chef de gouvernement chargé des affaires générales et de la gouvernance.



et solidaire, tout en disposant d'atouts adéquats, sont en mesure d'y contribuer pleinement.

Ainsi, en Octobre 2011 ; une convention pour le financement du programme pilote de production et utilisation de plus de 2,5 millions de sacs en tissu a été signée entre le Ministère

Il s'agit donc là de la mise en application d'une approche intégrée multidimensionnelle : environnementale, sociale et économique.

Quels Objectifs:

Le cadre général de ce programme s'inscrit dans les orientations de la

charte nationale de l'environnement, les orientations générales de la déclaration du gouvernement concernant l'amélioration de la gestion de l'environnement et la stratégie nationale de promotion de l'économie sociale et solidaire.

Ce programme vise aussi à mobiliser les organisations de l'économie sociale et solidaire ; notamment les coopératives et les associations en les impliquant dans les programmes gouvernementaux ayant trait à la préservation de l'environnement.



L'intérêt que ce programme a accordé aux coopératives artisanales corrobore avec l'importance qui a été accordée depuis le début du 21^{ème} siècle à l'implication de ces structures, notamment de femmes et de jeunes, dans des programmes de développement ; à l'image de l'initiative nationale de développement humain lancée par Sa Majesté le Roi en 2005 et

qui a été un des principaux leviers de développement pour ces entreprises.

Rôle des coopératives :

Le choix porté sur les coopératives pour la production des sacs écologiques en toile est une initiative prometteuse pour ces structures qui ont besoin davantage d'appui et d'accompagnement pour se développer.

Les 139 coopératives qui ont été sélectionnées pour la production d'environ 2,6 millions de sacs sont toutes

actives, exerçant comme principale activité la couture et sont en majorité féminines ou mixtes. Elles disposent d'un capital humain fort de plus de 2000 adhérents, à qui se joindra la main d'œuvre salariée déjà recrutée par les coopératives et, éventuellement davantage de couturiers et couturières qui seront engagés pour honorer les commandes des coopératives à temps.

Le présent programme représente donc une aubaine pour ces coopératives qui ont été sélectionnées pour la production de ces sacs en toile. En effet, un des grands problèmes dont souffrent les coopératives artisanales au Maroc, notamment féminines, est la difficulté de commercialisation de leurs productions surtout dans un marché ouvert à la concurrence et imprégné par les intermédiaires. Ceci renforcera leurs capacités de production ; améliorera leur positionnement sur le marché local, régional et national par l'acquisition de l'expertise ; ainsi que la qualité des produits .Cela permettra de fructifier leurs finances et par là améliorer les revenus des adhérents. Ce qui est en mesure de se répercuter de manière positive sur les familles des adhérents et des salariés en matière d'amélioration des conditions de vie : éducation, santé .

Rôle des associations :

Une fois les sacs en toile produits par les coopératives, des associations locales qui œuvrent en faveur de la protection de l'environnement auraient la double tâche de :

- ❑ Mener des campagnes de sensibilisation auprès des foyers pour les prévenir sur les dangers occasionnés par l'utilisation des sacs en plastique et l'importance de l'usage des autres produits de substitutions, en l'occurrence, les sacs en toile,

- ❑ Distribuer ces sacs en toile dans les points géographiques arrêtés lors de la conception du programme.

Dans ce cadre, plus de 70 associations locales ont été retenues pour mener à bien ces missions auprès d'environ 2 millions de familles.

Dans sa première phase, les actions de ces associations vont cibler 26 villes du royaume qui sont des centres urbains pilotes, répondant aux critères fixés avec l'utilisation de sacs en plastique ramassés.

Ces villes sont ; Agadir, Safi, Ifrane, Béni Mellal, Ben Guérir, Benslimane, Taza, El-Jadida, Al-Hoceima, Casablanca, Khouribga, Rabat, Salé, Settat, Fès, Kelaa segharna, Kenitra, Guelmim, Laayoune, Marrakech, Tanger, Dakhla, Meknès, M'dik, Ouarzazate, Oujda.

Actuellement, le programme s'exécute à un rythme acceptable du moment que les fonds qui y ont été alloués sont déboursés. Ainsi, suite à la production de 50% de la totalité ses sacs, 109 coopératives partenaires ont reçu leur 1ère tranche de financement et trente autres sont en cours de paiement. pour la 2^{ème} tranche 27 coopératives ont reçue leur 2^{ème} financement et les autres sont en cours.

Le lancement de distribution et sensibilisation a concerné en première étape les villes de salé, kénitra, Khribga, El Jadida, Marakech, Tanger, Beni

Mellal, Casablanca et s'étendra prochainement aux autres villes.

L'éradication des sacs en plastique dans notre pays est en réalité un travail de longue haleine qui devrait être mené de manière progressive car, il s'agit de changer les comportements de millions de consommateurs marocains, ce qui nécessitera davantage de

temps, patience et d'effort de tous les intervenants pour y parvenir.

Néanmoins, il faut reconnaître que cette initiative de production de sacs écologiques qui s'appuie sur la société civile est un choix porteur d'atouts de réussite qu'il faut soutenir et généraliser sur l'ensemble du pays.

Les coopératives touristiques au Maroc : Un gisement d'opportunités d'insertion des jeunes

Par :

Hayat Zouhir
hayzouhir@yahoo.fr

Slimane Lhajji
lhajjisl@ yahoo.fr

Le tourisme est l'un des nouveaux créneaux qui ornent le tissu coopératif Marocain, il s'adresse aux jeunes qui optent pour la formule coopérative pour exercer. Actuellement on compte neuf (09) coopératives touristiques.

Le nombre est certes modeste mais qui penche vers une augmentation. Cette prévision tient sa légitimité du climat favorable à un tel développement. En effet le secteur du tourisme au Maroc est sujet d'innombrables mesures d'encouragement, des textes réglementaires révisés et d'autres en cours de finalisation, des lauréats des instituts de formation en métiers de tourisme en nombre et qualification très appréciés, un patrimoine touristique important et diversifié et de surcroît une loi moderne et innovante qui permette la création des coopératives dans toute les branches de l'activité humaine il s'agit de la loi 24.83 relative aux coopératives et les missions de l'Office de développement de la coopération (ODCo).

Atout touristiques du Maroc :

Le Maroc regorge de potentialités touristiques inégalées, favorisées par son

histoire et sa position géographique distinguée. Le Maroc était toujours une des destinations préférées des touristes et l'écho de ces villes impériales se faisait entendre depuis longtemps. Seulement ce n'était pas suffisant devant la concurrence mondiale et il fallait y penser sérieusement à développer ce secteur surtout qu'il est porteur du point de vue économique, sociale voir politique.

Dans ce sens et depuis plus d'une décennie, le Maroc s'est engagé dans un vaste et ambitieux chantier dans tous les secteurs et à tous les niveaux, visant la construction d'un pays moderne et démocratique, dans ce sens, plusieurs visions et stratégies ont été érigées, parmi lesquelles la vision 2020 pour le tourisme Marocain.

Le tourisme reste un créneau très particulier de part sa relation avec tous les autres secteurs et les liens de convergence omni présents qui font de lui une vigoureuse locomotive de croissance et du développement économique du pays. Les résultats enregistrés dans ce secteur sont encourageants (selon la publication du Haut commissariat au plan - Point de

conjuncture -n° 25 du mois d'octobre 2013) ou (selon les statistiques sur le tourisme au Maroc pour le mois d'aout 2013 fournis par l'Observatoire du tourisme), vu le potentiel important, varié et exceptionnel dont dispose le Maroc, et qui à travers la vision 2020 sera mis en valeur et exploité dans une option de développement intégrée et

Territorial, ainsi huit (8) territoires touristiques furent démarqués: Cap Nord , Maroc Méditerranée, Maroc Centre, Souss-Sahara Atlantique, Centre Atlantique, Grand Sud Atlantique , Atlas et Vallées et Marrakech Atlantique.

Dans ces huit territoires touristiques des ADT (Agences de Développement



Touristique) sont créés pour mener à bien les stratégies territoriales, et qui seront chapeautés par la HAT (La Haute Autorité du Tourisme) constituée par l'Etat et le secteur privé.

La préoccupation de consolider l'offre et les services touristiques un panel de programmes furent adoptés à savoir le programme Azur 2020, le programme

Green, le programme Patrimoine et Héritage, le programme Animation, Sport et Loisirs, le programme Niches à forte valeur ajoutée, le programme Biladi.

En parallèle l'engagement volontariste de l'Etat auprès du secteur, la vision 2020 prévoyait la mise en place d'un Fonds Marocain pour le Développement Touristique pour mobiliser l'investissement

national et international. Du côté institutionnel le secteur touristique Marocain disposait d'une armada de textes qui régissent l'ensemble des activités touristiques.

Réglementation des activités touristiques:

Pour être habilité à produire des services touristiques des conditions doivent être réunies et des procédures à respecter, afin de répondre à la demande du touriste, ou du visiteur qui identifié en toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à 12 mois et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité. Il existe deux types de visiteurs, d'une part des touristes qui sont des visiteurs qui passent la nuit, et d'autre part des excursionnistes qui sont des visiteurs de la journée.

La Loi n° 01.07 édictant des mesures particulières relatives aux résidences immobilières de promotion touristique et modifiant et complétant la loi n° 61.00 portant statut des établissements touristiques, définit la résidence immobilière de promotion touristique en tant qu'une résidence dont les unités de logement appartiennent à un ou plusieurs copropriétaires et dont un pourcentage minimal d'unités de

logement, fixé par voie réglementaire, qui ne peut être inférieur à 70%, est géré par une société de gestion qui assure l'homogénéité de la résidence et la permanence de son exploitation. Cette même loi permet en vertu de son article 25, la conversion de certains établissements touristiques en résidences immobilières de promotion touristique. Ces établissements touristiques sont régis par les dispositions de la loi n° 61.00 portant statut des établissements touristiques, il s'agit de tout établissement à caractère commercial, qui reçoit une clientèle de passage ou de séjour et lui fournit, en totalité ou en partie, des prestations d'hébergement, de restauration, de boisson et d'animation, il peut être, selon son implantation, complété par une ou plusieurs installations offrant des services de cures, de repos, de soins, de sport ou de congrès. Un établissement touristique peut être un (Hôtel, Motel, Résidence touristique, Village de vacances, Auberge, Maison d'hôtes, Pension, Camping-caravaning, Restauration touristique, Relais, Gîte, Centre et palais des congrès ou le bivouac) à condition de répondre à la définition apportée par la loi n° 61.00.

Les établissements touristiques sont soumis à un classement en termes d'étoile, de catégorie ou fourchette.

Alors que les agences de voyages, elles sont régies par les dispositions de

la loi n°31.96 portant statut des agences de voyages. En vertu de laquelle est considéré comme agent de voyages, toute personne physique ou morale qui, livre ou apporte son concours principalement à l'organisation de voyages ou de séjours individuels ou collectifs ou la vente des produits de cette activité, la prestation de services pouvant être fournis à l'occasion de voyages ou de séjours, notamment la réservation et la délivrance de titres de transports, la location pour le compte de sa clientèle, de moyens de transports, la réservation de chambres dans des établissements d'hébergement touristique...l'exercice de cette profession exige, entre autres, de garanties financières suffisantes, résultant d'un cautionnement permanent et ininterrompu, spécialement affecté à la garantie des engagements contractés à l'égard des clients et des prestataires de services d'une part, et d'autre part une assurance contractée contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle.

Quant aux autres professions touristiques elles sont régies par la loi n° 05.12 réglementant la profession de guide de tourisme promulguée par le dahir n°1.12.34 du 4 septembre 2012 et qui a abrogé la loi n° 30-96 portant statut des accompagnateurs de tourisme, des guides de tourisme et des guides de montagne.

La nouvelle loi n° 05.12 se soucie de professionnaliser, moderniser et simplifier les métiers de guidage, de par cette loi deux catégories de guide touristique ont été instaurées, celui de guides des villes et des circuits touristiques et celui de guides des espaces naturels, étant des personnes physiques, ils sont censés tout les deux contre une rémunération d'accompagner les touristes et veiller à leur sécurité, leur tranquillité et leur fournir les informations nécessaires, ils exercent tous les deux sur l'ensemble du territoire national seulement chacun selon ses compétences.

Ainsi les guides des villes et des circuits touristiques se chargent à fournir aux touristes toutes informations à caractère géographique, historique, architectural, culturel, social, économique ou autres, et à les assister et les accompagner à pied ou à bord des véhicules de transport, sur la voie publique et les sites touristiques, à l'intérieur des monuments, des musées, des lieux d'intérêt culturel ou artistique, des établissements touristiques et des lieux publics.

Alors que les guides des espaces naturels se spécialisent en l'accompagnement et assistance des touristes au cours d'excursions ou de randonnées au niveau des sites naturels tels que les montagnes, déserts, villages ou autres, à pied ou à dos de bêtes de somme ou encore dans les véhicules de transport

appropriés, sur des circuits comportant des sentiers ou des voies praticables sans le recours aux techniques de l'escalade, de l'alpinisme ou de ski et à leur fournir les informations sur les zones et les sites visités aussi bien à caractère naturel, historique, géographique, culturel, économique ou social.

L'exercice de la profession de guide touristique dans le cadre de la nouvelle loi n° 05.12 exige en plus de l'obtention d'un agrément, un badge et une carte professionnelle qui sont nominatifs.

L'exercice de la profession de guide touristique nécessite désormais une formation initiale de deux ans en plus d'une formation continue obligatoire, conditions qui n'étaient pas exigées

auparavant par l'ancienne loi.

Cette profession peut être exercée soit à titre indépendant, sous forme d'une société de guide de tourisme ou en tant que salarié d'un organisme touristique ou d'une entreprise touristique ou d'une société de guide touristique.

Coopératives touristiques : un choix et une conviction

La réalisation de certaines de ces activités citées ci-dessus est possible lorsque les conditions stipulées par les lois en vigueur sont réunies.

Actuellement le secteur des coopératives touristiques au Maroc dénombre à la fin de l'année 2013 neuf (09) entités réparties comme suit :

Région	Nombres des coopératives touristiques	Adhérents
Gharb-Chrarda-Bni hssen	01	08
Guelmim-Es-smara	02	14
Marrakech-Tensift-Alhaouz	02	17
Sous-Massa-Daraa	01	07
Tanger- Tetouan	03	23
Total	09	69

Source : Office du Développement de la Coopération (ODCo).

Historiquement c'est en 1999 qu'a eu lieu la constitution de deux premières coopératives touristique au Maroc, l'une dans la région de chrarda Beni Hssen et la seconde dans la région de Tanger Tétouan. Elles ont été créées par des jeunes diplômés qui visaient leur insertion dans la vie active.

Cependant le démarrage de ces deux entités n'était pas des plus facile, pour la coopérative touristique « Camomille-coop » sise à Kenitra, a rencontré des difficultés quant à son installation sur la plage de Mehdiya pour offrir ces prestations, alors que la seconde entité dénommée « Manzeh lzzam » située à la commune de brikcha endurait également des entraves liées à l'acquisition du terrain.

Il a fallu attendre l'année 2010 pour assister à une deuxième vague de constitution par la création de la coopérative touristique « Moulay abdessalam » sise à Tazourt dans la province de Laarache, dont l'objet principale réside dans la gestion et la

location des petites résidences aux profit des visiteurs du Moussem de My Abdeslam Ben Mchich et également au long de l'année.

Parait il que cette initiative n'était pas la dernière car l'année 2012 a connu l'éclore de trois coopératives touristiques à savoir « Agadir Benoumaz » dans la province de Chtouka ait Baha, et « Kasbah Asni » et « Amalay » dans la province d'Elhaouz .

En l'année 2013 la province de Ouezzane a vécu la naissance d'une coopérative qui opère dans le domaine touristique, qui a choisi comme dénomination « Alghad », qui veut dire « demain », ce dernier serait-il une lieu d'espoir devant les jeunes diplômés en quête d'emploi, surtout que les conditions optimales sont réunies, à savoir des centres de formation très qualifiés dans les professions touristiques, des programmes Etatiques très encourageants , un patrimoine culturel et naturel fastueusement varié et attrayant .



Dynamique de développement des coopératives dans la région Doukkala Abda



Driss ENNESRAOUI
Professeur à la Faculté
Polydisciplinaire d'El Jadida
atia005@hotmail.com

par :



Mustapha EZZAHIRI
Professeur à la Faculté
Polydisciplinaire d'El Jadida
zah_mus@yahoo.fr

1. Introduction

Les coopératives, en tant que composante essentielle de l'économie sociale et solidaire répondant aux besoins de la croissance et aux impératifs de développement socio-économique, ont suscité un grand intérêt des organismes internationaux, dont on cite essentiellement la déclaration des Nations-Unies en l'an 2012¹ et la recommandation 193 de l'Organisation Internationale du Travail².

Al'instant d'autres pays, les coopératives au Maroc occupent une place de choix dans les différentes stratégies de développement qu'il mène. En ce sens, il s'est engagé depuis son indépendance dans un vaste programme de réformes les concernant, assorties des mesures d'appui et d'accompagnement (institutionnelle, juridique, financière...), pour les rendre une véritable locomotive de développement aux différentes échelles spatiales et capables de répondre aux défis majeurs d'ordre interne et externe auxquels elles sont confrontées.

1. L'assemblée générale des Nations Unies a proclamé l'an 2012 une année internationale des coopératives. L'objectif, c'est rendre hommage au secteur coopératif, ayant un rôle déterminant dans la vie économique et sociale en matière de création d'investissements, d'emplois, de réduction de la pauvreté, d'atténuation de la marginalisation et de l'exclusion sociale.
2. Dans le cadre de cette recommandation relevant de cet organisme, les coopératives sont des structures productives de valeurs ajoutées et de richesses par le truchement de la mobilisation et de l'insertion des populations concernées dans la dynamique économique et sociale.

Conscient de ses propres contraintes, la région Doukkala-Abda enregistre un taux d'implantation des coopératives le plus élevé par rapport aux autres régions du pays. Compte tenu de leur importance au sein de cet espace, elles ont montré un dynamisme dans le processus de croissance et de développement endogène. Les différentes phases décisives qu'elles ont parcourues³ se sont traduites, durant ces dernières années, par un grand essor pouvant être expliqué par un environnement socioéconomique local plus propice.

A cet égard, en parallèle avec les grands projets en cours⁴, le plan régional mis en place pour le développement des coopératives porte sur l'instauration d'une culture de bonne gouvernance locale auprès des acteurs concernés, axée sur la synergie, la complémentarité et la convergence entre eux, permettant tout à la fois la valorisation des atouts et potentialités des coopératives et l'atténuation de leurs sources de dysfonctionnement.

Certes, malgré les efforts de soutien et les avantages dont elles disposent, les coopératives de la région Doukkala-

Abda souffrent de plusieurs contraintes en amont et en aval du marché. Certaines d'entre elles sont liées aux plates-formes logistiques, aux moyens financiers et aux ressources humaines et matérielles ; d'autres sont spécifiques aux problèmes de gestion, de production, de marketing et de commercialisation. Ces contraintes constituent, pour la majorité, des facteurs de blocage de leur processus de développement.

En partant de ce qui précède, nous essayerons à travers le présent article de mener succinctement une analyse rétrospective de la situation des coopératives dans la région Doukkala Abda, notamment leur dynamique au sein de cette région suivant ses propres spécificités, ses contraintes et ses perspectives d'évolution. Il y a lieu donc, de s'interroger sur les problèmes dont elles souffrent, en vue d'explicitier sommairement certaines recommandations qui nous semblent importantes et aptes à promouvoir le secteur en question au niveau de cette entité territoriale du Maroc.

3. Le secteur coopératif a émergé sous l'impulsion du protectorat, notamment dans l'artisanat afin d'intégrer les corporations de métiers traditionnels dans le système coopératif proprement dit. Il a connu, après l'indépendance, un essor important surtout dans l'agriculture au moment de la réforme agraire, qui semblait à l'époque, le moyen adéquat pour intégrer les larges couches des paysans traditionnels dans l'économie moderne et pallier aux inégalités sociales.

4. Ces projets s'inscrivent dans le cadre des stratégies nationales dans les domaines de l'agriculture (plan Maroc vert), de la pêche (plan Halieutis 2020), de l'Artisanat (vision 2015), etc. Ces projets portent essentiellement sur la promotion des activités à faible valeur ajoutée et l'atténuation des difficultés d'accès aux marchés nationaux et étrangers pour les petits producteurs.

1. Poids et importance du secteur coopératif dans la région Doukkala-Abda

Avant d'expliciter le poids et la nature d'activités des coopératives de ladite région, ainsi que leurs rôles dans la dynamique socioéconomique régionale, il y a lieu d'abord de s'interroger très succinctement sur les atouts et potentialités économiques propres à la région en question, considérée comme plate-forme très attractive pour les coopératives locales.

1.1. Spécificités de la région bénéfiques au secteur coopératif local

Composée de quatre provinces (El Jadida, Sidi Bennour, Safi, Youssoufia)⁵, la région Doukkala Abda représente à peine 2% de la superficie totale du pays (soit 13.285 km²). Elle dispose d'énormes potentialités (agricole, industrielle, commerciale) très favorables pour son développement et son insertion aussi bien dans l'espace national⁶ qu'international. Cependant, compte tenu de son contexte d'évolution, et pour être au rang des économies avancées, elle devra faire face à un certain

nombre de goulots d'étranglement et répondre aux défis majeurs auxquels elle est confrontée.

En effet, au sein de cette région, l'agriculture joue un rôle catalyseur dans la vie économique et sociale puisqu'elle représente la part la plus élevée par rapport à celle enregistrée à l'échelle nationale, notamment en termes des surfaces agricoles utiles (soit 79% du total de sa superficie). Ses terres fertiles et ses investissements en équipements agricoles lui donnent un important avantage d'une agriculture moderne et valorisée où s'exerce des activités diverses (cultures céréalières, légumineuses, produits maraichers, plantes fruitières, betterave à sucre...) dont certaines d'entre elles sont orientées vers l'industrie agroalimentaire éligible à l'exportation (Bouchaib Erraziki, 2012). En outre, la région participe pour une part non négligeable en matière de production animale et laitière⁷.

Un autre atout dont elle dispose étant le secteur industriel. Dans ce cadre, la région affiche un dynamisme et une diversité de productions qui en font une pionnière en matière d'industrie

5. Selon le découpage administratif du 17 Août 1997.

6. La région est considérée aujourd'hui, comme un grand pôle de développement économique du pays. Elle participe activement dans la création de richesses et d'emploi au niveau national et participe à raison de 6,8% dans le PIB national, soit le septième rang national (Haut Commissariat au Plan ; *le Maroc des régions* ; 2010).

7. La région dispose de 12% du cheptel national bovin, 8% du cheptel ovin et 22% de la production laitière nationale (la province de Sidi Bennour contribue, à elle seule, de 16% du lait au niveau national).

marocaine. Elle est considérée comme le deuxième pôle industriel du Maroc après Casablanca, en raison aussi bien de l'importance de ses infrastructures de base (voies routières, ferroviaires, maritimes, ports) que de son tissu industriel marqué par la prédominance des industries chimiques et para-chimiques et des industries agroalimentaires, auxquelles s'ajoutent d'autres activités industrielles (métallique et métallurgique, textile et cuir, électrique et électronique). Elle abrite de grands groupes industriels nationaux et internationaux (OCP, Accor, Lafarge, Kerzner, Nestlé, SONASID, JLEC, Cosumar, Pfizer, Afriquia Gaz, etc.) et compte plus de 279 sociétés de transformation participant à hauteur de 11,2 milliards de DH dans la valeur ajoutée industrielle nationale, soit 13% du national et emploient près de 20.000 personnes (Bouchaib Erraziki, 2012).

Sur le plan des ressources minières, le sous-sol de la région regorge d'immenses richesses minières notamment, le phosphate, le gypse, le sel, etc. En matière de phosphates, la région dispose de la plus importante réserve du Royaume après celle de Khouribga; réserve localisée entièrement dans la province de Safi au niveau du plateau Guentour⁸. Ce potentiel minier important rend la région une terre d'attraction pour les

investisseurs étrangers (Pakistanaï, japonais...) ayant créés en partenariat avec l'OCP leurs groupes industriels pour une coproduction valorisée en phosphate et ses dérivées de haute valeur ajoutée.

Par ailleurs, le secteur artisanal, qui occupe une place importante dans l'économie de la région par sa contribution à l'emploi et à la création de richesses, se distingue par la qualité et la diversité des activités exercées, et plus particulièrement par l'abondance des matières premières utilisées. Ainsi, des activités comme celle de la poterie de Safi, la Jallaba Saïssia d'El Jadida, la broderie d'Azemmour et de Safi, et la ferronnerie de Youssooufia, occasionnent à la région des rentrées substantielles en devises étrangères procurées par l'exportation de quelques produits ; et continueront aujourd'hui de garder leur existence, leur authenticité et leur traditionalisme, et ce en dépit d'une forte concurrence de certains produits industriels.

En matière de pêche, la région est dotée d'une façade maritime de 300 km ouverte sur l'océan atlantique lui offrant une richesse halieutique exceptionnelle. De même, ses énormes infrastructures portuaires (Jorf Lasfar, ports de Safi et d'El Jadida) lui donnent une place privilégiée sur la scène nationale et internationale. Ces ports de haut niveau, tout en favorisant l'exportation des

8. En 2008, la production de la région en phosphates est évaluée à plus de 3,6 millions de tonnes, soit près de 14,6% de la production nationale (Haut Commissariat au Plan, op. cit)

principales productions phosphatées, assurent les débarquements de la production maritime dont la majeure partie est garantie par le port de Safi (soit 72% du total des déchargements). La région est connue également par la dynamique engendrée par les chantiers navals, la production des algues et aussi par l'ostréiculture.

Enfin, la région dispose d'un potentiel touristique indéniable (monuments historiques⁹, plages de sable, stations balnéaires modernes, centres de sports nautiques, etc.), lui permettant d'être un espace attractif pour les touristes et les investisseurs nationaux et étrangers.

Après cette présentation sommaire des particularités inhérentes à la région Doukkala Abda, nous nous attellerons

à l'analyse du secteur coopératif local et sa participation à la croissance et au développement endogène de cet espace.

1.2. Analyse de la dynamique du secteur coopératif local

Au sein de la région Doukkala Abda, le secteur coopératif marque un certain dynamisme et une évolution intéressante ; une telle situation est favorisée essentiellement par les atouts économiques et historiques dont dispose la région. Comme l'illustre le tableau ci-après, la région compte près de 810 coopératives en 2011 (soit 8,95% du total), contre 650 et 570 respectivement en 2008 et en 2006, enregistrant un taux de croissance de 24,62% entre 2008 et 2011, presque le double de ce qui a été

Tableau 1 : Évolution des coopératives

	2006	2008	2011
Effectifs	570	650	810
Nouvelles créations	20	48	86
Adhérents	-	37766	42779

Source : ODCO ; 2011

enregistré entre 2006 et 2008, soit 14,04%.

Les nouvelles créations de coopératives, qui ont eu lieu entre 2006 et 2011 (soit +330%) ainsi que l'augmentation du nombre de leurs adhérents entre 2008 et 2011 (soit +13,27%), montrent bien

l'émergence d'une nouvelle culture dans ce domaine social qui est entrain d'être instaurée dans cet espace national.

Sur le plan sectoriel, l'agriculture reste un secteur très attractif pour les coopératives vu les spécificités agricoles particulières

9. La région englobe plusieurs monuments historiques : la cité portugaise, le château de mer, la Kasbah de Boulaouane, les tours et forteresses, les murailles, etc.

de la région, mais aussi en raison des avantages et privilèges contenus dans le «Plan Maroc Vert» mis en place en faveur de ce secteur. Compte tenu de cet atout, les coopératives agricoles se placent en première position (soit 76,7% du total au niveau local) par rapport aux autres coopératives opérant dans les secteurs d'habitat (11,7% du total), d'artisanat (6,2%) et de pêche maritime (3,5%), comme le précise le tableau 2 ci-

dessous.

Quant à la répartition provinciale, la ville d'El Jadida est classée la première en terme de nombre d'implantations comme l'illustre le tableau ci-après. L'attractivité de cette ville s'explique essentiellement par sa disposition d'une infrastructure intéressante et plus valorisée, ainsi que par sa situation géographique stratégique plus proche de la ville de Casablanca, premier pôle

Tableau 2 : Répartition sectorielle et provinciale des coopératives de la région Doukkala Abda

	Agriculture	Artisanat	Habitat	Pêche maritime	Autres secteurs	Total
Yousseoufia	42	05	01	-	01	49
Sidi Bennour	246	08	08	04	05	271
El Jadida	260	21	57	18	04	360
Safi	73	16	29	06	06	130
Total	621	50	95	28	16	810

Source: ODCO, 2011

économique du Maroc.

La dynamique de développement enregistrée par le secteur coopératif dans la région a constitué aussi un facteur d'attraction de la population féminine relevant essentiellement du milieu rural où on avait assisté à la mise en place des petits projets générateurs de revenus la concernant. L'évolution y afférente demeure intéressante passant

de 56 coopératives en 2008 à 75 en 2011 (soit +40%), représentant 6,2% de l'effectif féminin global (1213 en 2011) et générant environ 532.650 DH de capital.

Néanmoins, si le nombre de coopératives existant, exprimé en termes d'effectifs et d'adhérents, situe la région Doukkala-Abda en troisième position par rapport aux autres espaces régionaux¹⁰; alors les indicateurs

10. Voir tableau 1 en annexe

exprimés à la fois en termes de chiffre d'affaires la place au cinquième rang avec une valeur de 521.097.567 DH en 2011 (8,2% du total enregistré au niveau national) et au neuvième rang du point de vue création d'emplois (1173, soit 4,75 % du global)¹¹. Ainsi, on s'aperçoit que les coopératives de ladite région participent activement à sa dynamique de développement via la création de richesses, d'emplois et d'investissements, ainsi qu'à la lutte contre la vulnérabilité des couches sociales les plus démunies.

En effet, malgré la vitalité affichée et le dynamisme remarqué, le secteur coopératif dans cet espace régional reste confronté à des difficultés énormes freinant son développement et l'empêchant de suivre les mutations et les exigences du marché.

2. Sources de dysfonctionnements des coopératives de la région Doukkala Abda

Les diagnostics réalisés au niveau des

coopératives de cette région¹² montrent que ces dernières souffrent de plusieurs contraintes à la fois d'ordre interne et externe et nous nous limiterons dans ce paragraphe à quelques-unes.

2.1- Contraintes internes

Ces contraintes, de nature quantitative et qualitative, sont liées entre autres à l'esprit d'entrepreneuriat, à l'apport du capital, à la gestion de production et du patrimoine et à l'orientation marketing¹³.

À l'égard de *«l'entrepreneuriat»* : le manque d'esprit entrepreneurial étant largement constaté au niveau de la majorité des coopérateurs de la région; ces derniers trouvent des difficultés à formuler leurs propres projets porteurs et viables économiquement. Ajoutons à cela, que le niveau modeste de formation des coopérateurs ne leur permet pas d'avoir un esprit d'initiative et d'innovation ; ce qui limite leur capacité de gestion et de communication avec

11. Voir tableau 2 en annexe

12. Un diagnostic a été réalisé par le ministère des affaires générales et de la gouvernance lors de l'élaboration du «Plan régional de développement de l'économie sociale et solidaire dans la région Doukkala Abda, 2010-2020» ; mais aussi un diagnostic mené dans le cadre du projet «Solid Exchange» réalisé au cours de l'année 2012 en partenariat entre l'Université Chouaib Doukkali, la Haute École Francisco Ferrer de Bruxelles et le bureau d'études international «Academic Exchange». Il a concerné un échantillon de vingt coopératives sélectionnées au niveau des différentes régions du Maroc. Son objectif principal était de faire d'abord, un diagnostic général des coopératives via des équipes composées de chercheurs universitaires, et ce pour identifier les forces et faiblesses les concernant, et ensuite leur fournir l'encadrement et l'accompagnement nécessaires pour une ouverture réussie sur le marché européen.

13. La liste des contraintes internes relatives aux coopératives de la région Doukkala-Abda citées dans ce paragraphe n'est pas exhaustive ; d'autres contraintes peuvent être relevées et qui peuvent constituer aussi des handicaps sérieux au développement de ces unités.

leur environnement. Ces coopérateurs comptent essentiellement sur leur savoir-faire qu'ils ont accumulé au fil des années d'acquis et d'expériences dans le domaine.

Concernant *«l'apport en capital»*: la plupart des coopératives de la région ont un capital très faible et quelque peu significatif pour pouvoir gagner la confiance des fournisseurs et des banques. Faute de quoi, elles ne peuvent résolument engager des opérations à moyen ou à long terme, voire participer à des actions engendrant des retombées positives tant économiques que commerciales.

Quant à *«la structure et à la gestion financière»*, elle est caractérisée par une sous-capitalisation due au rationnement de leurs fonds propres. En ce sens, une grande partie des coopératives souffre de l'insuffisance et de l'irrégularité des ressources financières, handicapant sensiblement leurs projets d'investissement et rendant difficile la planification de leurs actions¹⁴. Malgré les aides et les subventions financières accordées par les établissements concernés¹⁵, ces entités demeurent en situations financières difficiles. Elles n'arrivent pas à assurer un déroulement régulier de leur processus

de production, notamment l'acquisition de machines, de matières premières et de quelques équipements de sécurité et d'hygiène.

D'après notre diagnostic mené dans le cadre du projet *«Solid Exchange»*, les créances de certaines coopératives sont plus élevées, dues aux facilités de paiement accordées aux clients afin de les fidéliser. Leur recouvrement n'est pas immédiat pour permettre aux coopératives d'avoir plus de liquidités suffisantes et disponibles à tout temps pour faire face à leurs dépenses quotidiennes ; recouvrement qui pose problème de financement car il ne s'effectuera que partiellement ou après une longue durée.

La dynamique de développement des coopératives, que ce soit au niveau de la région Doukkala Abda ou ailleurs, n'a pas permis l'émergence d'une véritable fonction financière en leur sein. La non maîtrise des méthodes et techniques de gestion financière, pour la plupart d'entre elles, est liée au manque de cadres qualifiés, à l'inexistence d'un système d'information financière et des moyens de contrôle financier ; ce qui rend difficile la connaissance et l'analyse de leurs états financiers et

14. Toutefois, on a noté qu'il y a des coopératives qui connaissent une situation financière stable. Leurs résultats augmentent d'une année à l'autre, en raison du volume de ventes réalisées assorti d'une meilleure gestion de leurs activités. Mais, les excédents ainsi dégagés demeurent insuffisants pour assurer leurs performances et leur pérennité.

15. Les coopératives de la région en question reçoivent des subventions et des aides auprès de l'INDH, des communes, des directions régionales des administrations concernées et des autres acteurs.

donc la prise de bonnes décisions à tous les niveaux (financier, commercial, organisationnel,...).

Les instruments souvent employés demeurent subjectifs et n'obéissent pas en général à certaines règles ou critères communs. A titre d'illustration, les coopératives fixent les prix d'une manière intuitive ou approximative en fonction de ceux du marché. Il n'existe donc pas de données réelles qui permettent ou aident à la prise de décisions marketing. Ajoutons à cela, que certaines d'entre elles réalisent des marges bénéficiaires très importantes, mais les résultats enregistrés au niveau des Bilans et des CPC sont contradictoires avec les performances réelles enregistrées faute d'absence ou de manque de pièces comptables justificatives des opérations de transactions qu'elles effectuent avec des tiers (factures, bons de caisse, chèques, virements...) ¹⁶.

Du côté de *«la gestion de production»*, elle reste inadaptée à leur potentiel existant et mal organisée ou déstructurée. En outre, les coopératives ne sont pas dotées d'importantes infrastructures de production. Les équipements employés demeurent traditionnels, voire archaïques,

ne favorisant pas une production de qualité et en grandes quantités, sachant que le monde d'aujourd'hui les incite à être alignées aux normes et standards internationaux. Le recours d'ailleurs au progrès technologique est très timide, sachant que celui-ci présente autant d'avantages, notamment en termes de concurrence et de compétitivité.

Les procédures et les instructions de travail constituent encore un autre handicap qui leur est propre. Les coopératives ne disposent pas de véritables manuels relatifs aux cycles d'exploitation et de production, ni de procédures précises d'exécution des tâches y afférentes. Elles fournissent juste des formations embryonnaires aux adhérents afin qu'ils comprennent les démarches de production à suivre. Le stockage de matières premières, de produits semi-finis et de produits finis pose un problème aussi, telle l'existence de petits entrepôts non convenables au niveau de l'aération, l'hygiène, la sécurité et la propreté.

Enfin, pour ce qui est de *«l'orientation marketing»* : suite aux visites organisées auprès des coopératives en question, la fonction marketing est souvent inexistante pour la plupart d'entre

16. D'après notre diagnostic mené dans le cadre du projet «Solid Exchange», les coopératives, tenant une comptabilité dans leur majorité ne fournissent pas aux comptables tous les documents justificatifs des opérations commerciales et financières réalisées, dont la majorité d'entre elles ne sont pas déclarées et non inscrites dans les registres comptables. Cela, remis en cause la crédibilité de la comptabilité qu'elles mènent et la rende non fiable, et donc pas de résultats exacts.

elles. Celle-ci n'est pas pratiquée sous prétexte qu'il ne s'agit pas d'une fonction d'importance majeure, et donc non productive. Au cours de notre diagnostic, on a soulevé que la majorité des coopératives produisent de bons produits, mais sont mal commercialisés (absence de publicité ; emballage, étiquetage et conditionnement non conformes ; mauvaise présentation,...).

2.2. Contraintes externes

Ces contraintes sont diverses et multidimensionnelles, dont on cite essentiellement celles qui sont liées au marché, au mode de financement, aux aspects juridique et institutionnel, à l'informel et aux infrastructures de base, récapitulées comme suit¹⁷ :

Contraintes du marché : d'après les résultats de notre diagnostic et de celui réalisé par le ministère des affaires générales et de la gouvernance, la plupart des coopératives de la région souffre des difficultés en matière d'écoulement de leurs produits et d'accès aux marchés porteurs. Elles se contentent souvent d'une clientèle locale à faible niveau d'achat ou d'occasions saisonnières (Fêtes, Mois de Ramadan, Foires et Salons). Toutefois, les lieux géographiques d'exposition des produits, tout en étant mal organisés, demeurent concentrés au niveau de

quelques grandes villes.

En outre, la plupart des petites coopératives ne résistent pas aux aléas du marché et à ses exigences en termes de qualité et de prix. Elles sont incapables de pouvoir assurer une position rentable et une place stable et prometteuse dans un marché dominé par les intermédiaires et la concurrence des grandes unités économiques.

Difficulté d'accès au financement externe : à défaut de présence de garantie ou d'organismes de cautionnement, beaucoup de coopératives n'accèdent pas aux crédits bancaires ou à d'autres sources de financement. Ce qui constitue une limite assez forte pour leur évolution et leur succès. En outre, le manque de crédibilité de leurs états de synthèse (Bilan, CPC) provoque une certaine réticence auprès des bailleurs de fonds.

Cadre juridique inadéquat : le cadre juridique des coopératives au Maroc, en vigueur depuis plus de 25 ans, présente certaines failles et inadaptations au nouvel environnement économique et social du pays. Autrement dit, la loi les régissant, telle qu'elle est aujourd'hui, n'est plus adaptée à la réalité socio-économique du pays et présente plusieurs contraintes qui entravent le développement du secteur coopératif.

17. La liste des contraintes externes relatives aux coopératives de la région Doukkala-Abda citées dans ce paragraphe n'est pas exhaustive ; d'autres contraintes peuvent être relevées et qui peuvent constituer aussi des handicaps sérieux au développement de ces unités.

Parmi lesquelles, on cite, entre autres :

- ❑ La complexité des procédures administratives pour la création d'une coopérative ;
- ❑ La dépendance vis à vis de l'administration ;
- ❑ L'absence d'un registre de coopératives équivalant au registre de commerce permettant aux coopératives d'accéder aux marchés publics ;
- ❑ L'adhésion à une coopérative est conditionnée par l'exercice d'une activité entrant dans le ressort territorial de celle-ci.

Environnement dominé par l'informel: il s'agit du type de rapports que tissent la plupart des petites coopératives avec leur environnement économique. La façon de s'approvisionner en produits et moyens de production, et la manière d'écoulement de leurs produits, souvent sans facture ni reçu, constitue le fond et l'arrière-plan de ces rapports. C'est un environnement qui ne favorise pas leur développement et rend vains tous les efforts déployés par les différents intervenants (Mustapha Bouchafra, 2011).

Un cadre institutionnel complexe agissant sans coordination : le secteur des coopératives au Maroc est géré

par plusieurs intervenants publics, dont les actions ne sont que très peu coordonnées. En effet, malgré les efforts déployés par le Ministère en charge de l'économie sociale et solidaire, à travers son département chargé de l'économie sociale depuis sa création en 2002, les programmes engagés n'ont pas pu créer les conditions favorables pour l'émergence d'un secteur coopératif plus performant et capable de relever les défis du contexte actuel.

Pour ce qui est des autres départements ministériels, le manque de synergie est souvent constaté que se soit au niveau des actions à entreprendre et les moyens à mobiliser pour les réaliser, ou sur le plan d'orientations stratégiques envisagées en leur faveur.

Faiblesse d'infrastructure : les coopératives surtout en milieu rural souffrent de l'insuffisance ou la dégradation des infrastructures de base (routes, moyens de transport, électricité, moyens de communication,...), ne permettant l'approvisionnement et l'acheminement de la production en temps voulu surtout en hiver. Cela condamne les coopératives du monde rural à la stagnation. Ajoutons à cela, les prix trop élevés des terrains et des locaux dans le milieu urbain et les frais de leur aménagement qui ne sont pas encourageants dans la majorité des cas.

18. En plus des différents départements ministériels, d'autres acteurs sont intéressés par la promotion des coopératives au Maroc, on cite : l'agence de développement social (ADS), l'agence de développement agricole (ADA) ainsi que, les institutions non gouvernementales (fédération nationale des coopératives du Maroc, unions sectorielles des coopératives, fédération nationale des associations de micro crédit, etc).

Malgré les contraintes dont souffrent les coopératives de la région Doukkala Abda¹ (aussi considérées comme des faiblesses ou des menaces), elles disposent aussi de plusieurs atouts (forces ou opportunités) récapitulés dans ci-après²⁰ :

Forces : Origine interne (Organisationnelles)	Opportunités : Origine externe (Environnementales)
<ul style="list-style-type: none"> • Produits représentant un patrimoine culturel et artisanal ; • Coopérateurs ambitieux dotés d'une certaine compétence et d'un savoir faire ; • Solidarité entre les membres avec une répartition équitable du travail; • Abondance de matières premières de bonne qualité ; • Production diversifiée (arganier, câprier, figuier, vignoble doukkali, cumin, truffes, cactus,.....) employant une technologie de transformation simple et peu coûteuse; • Présence d'esprit d'innovation dans la production ; • Produits dotés d'une bonne qualité ayant des effets positifs sur la santé et la sécurité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proximité géographique de l'Europe ; • Produits disposant d'un avantage compétitif ; • Produits jouissant d'une renommée internationale aptes à répondre aux demandes étrangères grandissantes ; • Demande interne croissante pour les produits de terroirs ; • Mesures incitatives lancées par l'État : INDH, plan Maroc vert, plan émergence, vision artisanale 2015,..... ; • Exonération de certaines taxes et impôts ; • Climat naturel favorable pour certains produits ; • Plusieurs établissements et acteurs nationaux et internationaux de soutien ; • Existence des établissements de formation professionnelle dans divers métiers (Cuir , Bois,....) ; • Présence d'esprit de partenariat et de coopération entre les coopérateurs.

19. Ces contraintes sont aussi valables pour les coopératives situées dans les autres régions du Maroc. Cela est constaté suite à l'analyse des résultats de notre diagnostic mené dans le cadre du programme Solid Exchange, mais aussi, le diagnostic réalisé par le ministère des affaires générales et de la gouvernance concernant les coopératives au niveau national.

20. Il s'agit d'un extrait de l'analyse SWOT menée dans le cadre du diagnostic des coopératives ayant bénéficiées du programme «Solid'Exchange».

Compte tenu des atouts et contraintes ainsi évoqués, la mise en place des actions de promotion et de développement des coopératives de la région en question, devient aujourd'hui une nécessité, faisant appel à tous les acteurs concernés d'intervenir de manière concertée et coordonnée afin de rendre ce secteur plus productif, plus rentable et plus ouvert sur le marché international.

3. Quelques recommandations envisagées pour promouvoir le secteur coopératif local

Ces recommandations étant le résultat des principales conclusions issues de différentes missions d'investigations et de prospections effectuées par les groupes de recherches universitaires dans le cadre du programme «Solid Exchange». Elles sont également le fruit de divers contacts organisés avec des hommes d'affaires Belges lors de séjours des étudiants, des coopérateurs et des enseignants-chercheurs locaux à Bruxelles²¹.

Les recommandations ainsi formulées, qui devraient en principe être hiérarchisées selon leur ordre de priorité, s'énoncent comme suit :

- ❑ Développement et modernisation du processus et outils de production (machines, équipements, instruments de travail,...) afin de répondre aux exigences du marché national et international exprimées en termes de qualité, prix, goûts, hygiène, sécurité et délais ;
- ❑ Sensibilisation des coopérateurs à l'égard du renforcement de la compétitivité de leurs produits par le truchement de la maîtrise du coût de revient et des prix, ainsi que par l'application des normes, la maîtrise du contrôle qualité, la certification, Label, etc ;
- ❑ Nécessité de recourir aux laboratoires d'analyse et d'essai, et aux centres techniques industriels pour avoir des renseignements et des conseils pour développer les produits ;
- ❑ Valorisation des produits et leur distinction par rapport aux autres marques étrangères par le biais du choix de meilleures étiquettes²² et emballages plus attrayants conformes aux normes et standards internationaux ;
- ❑ Conception des dépliants/catalogues, comme un moyen de communication et de commercialisation des produits, à la hauteur des clients locaux et étrangers ;

21. Dans le cadre du programme «Solid Exchange», des séjours d'investigations et de prospections des marchés européens ont été programmés à Bruxelles à la fois pour les étudiants, les enseignants et les coopérateurs.

22. Ces étiquettes doivent être claires, attirantes, contenant des informations détaillées sur les produits (mode d'utilisation, marque, valeurs nutritives, ingrédients,...) et écrites en plusieurs langues (arabe, français, anglais, flamand, etc.).

- ❑ Création d'un site web pour faire connaître les coopératives et faciliter l'écoulement de leurs produits aussi bien au niveau national qu'international ;
- ❑ Mobilisation de tous les acteurs concernés par le monde des coopératives en vue de jouer un rôle plus dynamique et plus concret en matière d'appui, de conseil, d'information, de formation, d'encadrement et d'assistance aux coopératives dans les domaines du transfert technologique, d'alphabétisation, de formation professionnelle, d'amélioration de la qualité, de normalisation, de certification, et de commercialisation des produits au niveau national et international ;
- ❑ Implication des banques en mettant en place des lignes de crédits spécialisées dans le financement des coopératives avec des taux d'intérêts préférentiels et des conditions d'octroi avantageuses et adaptées à toutes les coopératives;
- ❑ Encourager les coopératives à joindre leurs efforts et à se rassembler pour pallier aux insuffisances en matière de gestion de leurs ressources (humaines, financières et techniques) et d'amélioration de leurs compétences organisationnelles, managériales, commerciales et informationnelles.

Soulignons en ce sens que ces recommandations renferment des actions convergentes avec celles recommandées dans le cadre du plan régional de développement de l'économie sociale et solidaire dans la région Doukkala Abda.

Conclusion

Les importants atouts et potentialités dont dispose la région Doukkala Abda constituent de forts signes d'attraction des coopératives opérantes dans divers secteurs d'activités socio-économiques, et offrent d'énormes opportunités pour leur développement et leur croissance. Cet environnement très favorable devra être couplé avec des mesures d'appui et d'accompagnement à mettre en œuvre en amont et en aval pour promouvoir ce secteur surtout sur le reste du monde.

Ce travail de diagnostic sur les coopératives de la région Doukkala Abda, nous a permis de s'interroger sur leur poids et leur importance, notamment, en termes de création d'emplois, d'amélioration des conditions de vie des populations vulnérables, de génération de richesses et de lutte contre la pauvreté. Il s'agit, d'après les données analysées, d'un secteur porteur pour le développement et la croissance de la région. Un tel diagnostic, nous a permis aussi de soulever les principales contraintes dont souffrent la plupart des coopératives locales.

Une attention toute particulière donc, devrait être accordée à ce secteur auprès de tous les intervenants concernés (collectivités locales, services décentralisés, élus, ONG, société civile) pour le maintenir et assurer sa pérennité. Celle-ci nécessite en fait la conjugaison des efforts des uns et des autres chacun dans son domaine de compétence en vue de surmonter ses contraintes

portant atteinte à son processus de développement.

Le développement des coopératives que ça soit au niveau local, régional ou national, devient aujourd'hui, dans un contexte marqué par des crises économiques et financières, une priorité pour faire face à ces changements et bouleversements qui frappent durement l'économie mondiale.

Annexe

Tableau 1 : Répartition des coopératives par région

Régions	Effectifs	Adhérents	Capital en DH
Souss-Massa-Draâ	1005	45 924	881 093 401
Marrakech-Tansift-Alhaouz	629	55 392	445 663 381
Meknès-Tafilalt	685	26 974	218 197 458
Tanger-Tétouan	884	29 642	366 506 528
Guelmim-Es- Smara	553	6787	54 565 357
Doukkala-Abda	810	42 779	521 097 567
Taza-Alhouceima-Taounat	480	11 923	89 662 313
Fès-Boulmane	404	10 735	198 755 643
Oriental	751	42 526	514 293 725
Laâyoune-Boujdour	328	3 897	8 427 900
Tadla-Azilal	423	37 369	180 642 907
Rabat-Salé-Zemmour-Zaïr	613	19 031	718 821 284
Chaouia-Ouardigha	578	32 177	973 150 128
Gharb-Cherarda-Beni hssen	538	20 684	204 354 865
Oued Edahab-Lagouira	133	1363	3 002 700
Le Grand Casablanca	232	12 355	996 787 145
Total	9046	399 558	6 375 022 303

Source : Office du Développement de la Coopération, 2011

Tableau 2 : Indicateurs économiques et sociaux des coopératives au Maroc

Indicateurs Régions	Chiffres d'affaires en DH	Actifs immobilisés en DH	Montants des achats en DH	Excédents annuels en DH	Emplois	Masse salariale en DH
Souss-Massa-Draâ	3 658 415 053	728 655 334	3 007 453 687	22 727 697	6970	250 762 249
Marrakech-Tansift-Alhaouz	207 310 069	101 572 087	190 081 374	4 527 570	1823	15 131 500
Meknès-Tafilalt	244 807 877	92 082 948	197 828 978	14 483 471	2364	18 627 778
Tanger-Tétouan	594 651 096	124 468 461	718 437 165	15 338 643	1918	36 800 045
Guelmim-Es-Smara	1 383 741	1 104 183	695 628	115 128	384	108 907
Doukkala-Abda	504 131 290	78 277 452	430 830 470	4 889 548	1173	12 215 463
Taza-Alhouceima-Taounat	77 861 975	11 132 113	67 871 465	1 813 781	1259	4 730 510
Fès-Boulmane	47 714 231	5 357 925	37 242 104	1 497 922	820	3 995 486
Oriental	514 147 105	138 949 003	451 466 048	11 614 311	2539	42 397 312
Laâyoune-Boujdour	28 207 456	5 565 734	21 324 224	1 431 559	468	1 159 811
Tadla-Azilal	482 902 768	107 053 139	422 265 250	12 437 578	1038	11 443 180
Rabat-Salé-Zemmour-Zaïr	28 597 822	2 434 378	20 342 597	732 164	896	5 860 410
Chaouia-Ouardigha	143 154 467	289 565 377	134 471 706	1 800 956	633	8 815 371
Gharb-Cherarda-Beni-hssen	460 068 514	66 133 883	358 563 320	7 751 145	1174	32 758 184
Oued Edahab-Lagouira	588 820	603 000	111 530	-	48	150 000
Le Grand Casablanca	848 249 757	245 364 260	755 577 590	3 053 930	1212	50 760 908
Total	7 842 192 041	1 998 319 278	6 814 563 137	104 215 405	24 719	495 717 113

Source : ODCO, Annuaire statistique des coopératives au Maroc, 2010

Bibliographies :

Reuves

- Bouchaib Erraziki (2012) ; un avenir prometteur pour la région Doukkala-Abda ; Revue Aujourd'hui le Maroc ; n°2796
- Hakima KHALESS (2012) ; Cinquante années d'appui aux coopératives ; Revue marocaine des coopératives ; n°3
- Mustapha BOUCHAFRA (2011) ; Le secteur coopératif marocain durant les cinq dernières années. Une dynamique à soutenir ; Revue marocaine des coopératives ; n°1
- Mustapha BOUCHAFRA (2012) ; Les coopératives une forte pénétration territoriale; Revue marocaine des coopératives ; n°3
- Rachida ELGHIAT (2011) ; Les Coopératives de femmes au Maroc : État des lieux; Revue marocaine des coopératives ; n°1

Communications

Saïd AHROUCH ; Les enjeux de l'attractivité des coopératives : cas du Maroc ; Communication présentée au colloque européen de l'ACI ; Les contributions des coopératives à une économie plurielle ; organisé à l'Université Lumière-Lyon 2, les 2, 3 et 4 septembre 2010

Travaux de terrain

Résultats de diagnostics sur les coopératives de la région Doukkala Abda, effectués dans le cadre du programme «Solid Exchange» au cours de l'année 2012

Documents administratifs

- ODCO «Annuaire statistiques des coopératives au Maroc» ; 2010
- ODCO «Rapports annuels» ; 2010, 2011 et 2012
- Délégation de l'ODCO à Safi «Données statistiques sur les coopératives de la région Doukkala Abda»
- Ministère des affaires générales et de la gouvernance «Plan régional de développement de l'économie sociale et solidaire dans la région Doukkala Abda. Éléments de diagnostic et plan d'action» 2010
- Haut Commissariat au Plan «Le Maroc des régions» ; 2010

Textes juridiques

Loi n°24-83 fixant le statut général des coopératives et les missions de l'office de développement de la coopération.

Point de vue



Quelle place pour les coopératives dans le plan Maroc-vert ?

Par :

BENOUAICHA MOSTAFA

Mousting01@hotmail.com

En avril 2008, à l'occasion des premières assises de l'agriculture, l'opinion publique et les professionnels découvraient pour la première fois le Plan Maroc Vert : une politique de relance de l'agriculture, désormais considérée comme le principal moteur de croissance de l'économie nationale pour la prochaine décennie. Il est présenté comme un nouveau souffle pour l'agriculture marocaine.

Le 21 avril 2009, le Plan Maroc Vert a entamé sa phase régionale lors des 2^{ème} Assises de l'Agriculture à Meknès, avec la signature des 16 plans régionaux. Il s'agit de conventions dans lesquelles les régions s'engagent à enclencher une dynamique de développement spécifique, adaptée à son positionnement géographique et à ses atouts naturels, avec l'implication des parties prenantes. Elles visent à déterminer les mesures et dispositions à entreprendre en vue de concrétiser les objectifs fixés au niveau de

chaque région, en respectant l'équilibre entre les deux piliers. Ainsi, chaque plan régional intègre un nombre d'objectifs et des performances précises et chiffrables. Il est également censé favoriser l'émergence d'un nombre important de projets, grâce à un soutien technique et à un accompagnement financier efficaces.

On se propose dans cette contribution à alimenter un débat nécessaire mais peu encore engagé sur la place des coopératives dans certains dispositifs d'exécution de cette nouvelle stratégie agricole. On commencera par un survol du contexte du PMV de ces objectifs et de son contenu. On tentera ensuite de nous livrer à un questionnement sur certaines remarques notées par la pratique de l'utilisation des coopératives comme vecteur de regroupement et de productivité et non comme moyen de

développement socio-économique de leurs membres .

CONTEXTE ET ETAT DES LIEUX

Malgré les efforts que le Gouvernement Marocain n'a cessé d'entreprendre depuis l'indépendance, l'agriculture marocaine a toujours souffert d'un déficit de croissance chronique marquée par des déséquilibres entre, des potentiels de développement importants sur les marchés nationaux et internationaux et le risque d'accélération marqué de la pauvreté en milieu rural . Ce secteur représente 15 à 20 % du PIB national. L'agriculture est une source d'emploi majeure avec 3 à 4 millions de ruraux travaillant dans le secteur agricole et 60 à 100.000 emplois dans l'agroalimentaire. Ce domaine a une contribution décisive aux grands équilibres macroéconomiques et à la balance commerciale du pays. Aujourd'hui, la balance alimentaire est largement négative, en excluant la pêche. Sur le terrain, 70% des exploitants marocains ont une surface inférieure à 2,1 hectares, alors qu'en Europe 80% des exploitants disposant chacun de plus de 20 hectares. Cet important morcellement est le fruit des régimes du foncier et des successions. À cela, il faut ajouter des situations de déficit hydrique à court et moyen termes dans certains bassins, et la surexploitation des nappes phréatiques dans d'autres. La sécheresse de certaines années n'a fait qu'aggraver cette situation .

Axé sur la régionalisation de l'agriculture, le PMV est matérialisée par les plans agricoles régionaux (PAR) qui sont des feuilles de route pour le développement agricole dans les 16 régions, déterminant des objectifs à atteindre à travers la réalisation de 1 500 projets d'agrégation agricoles et de projets transverses dans toutes les filières.

OBJECTIFS ET CONTENU

Le Plan Maroc Vert a pour finalité la mise en valeur de l'ensemble du potentiel agricole territorial et la rupture avec l'image simpliste d'une agriculture duale opposant un secteur moderne à un secteur traditionnel et vivrier. Le niveau d'ambition est colossal :



En l'espace de 10 ans seulement, il s'agira de multiplier par 2,5 fois la valeur ajoutée du secteur qui passera de 38 à 100 milliards de DH. Les niveaux de production de certaines cultures devront eux aussi augmenter de manière spectaculaire: 4,12 millions de tonnes d'olives au lieu de 1 million aujourd'hui,

3,7 millions de tonnes d'agrumes au lieu de 1,5 million et 10 millions de tonnes de maraîchage et fruits au lieu de 4,4 millions aujourd'hui. Le plan touchera pas moins de 1,5 million d'agriculteurs aussi bien dans la grande que la petite agriculture .

La nouvelle agriculture marocaine se veut un secteur destiné à tous, sans exclusion, mais avec des stratégies différenciées en fonction du tissu ciblé. Pour cela, elle s'articule autour de deux piliers : l'un pour l'agriculture intensive, l'autre pour l'agriculture vivrière, en plus des projets transverses .

Le premier pilier du Plan vise le développement accéléré d'une agriculture moderne et compétitive, vitale pour l'économie nationale, à travers la concrétisation d'un millier de nouveaux projets à haute valeur ajoutée et / ou productivité tant dans les productions que dans les industries agro-alimentaires, répondant aux règles du marché en s'appuyant sur les investissements privés.

Le second pilier du Plan Maroc Vert vise l'accompagnement solidaire de la petite agriculture à travers la réalisation de 545 projets d'intensification ou de professionnalisation des petites exploitations agricoles dans les zones rurales difficiles ; et la reconversion de la céréaliculture en cultures à plus forte valeur ajoutée (moins sensibles aux précipitations) et la valorisation des produits du terroir.

Afin de renforcer les projets de ces deux piliers, le PMV s'appuie par ailleurs sur des projets dits transverses consistant en la refonte du cadre sectoriel et l'amélioration des facteurs transversaux, relatifs notamment aux politiques de l'eau, du foncier et de l'organisation interprofessionnelle.

Ce Plan s'articule autour du concept d'agrégation permettant de dépasser les contraintes liées à la fragmentation des structures foncières, tout en assurant aux exploitations agrégées l'accès aux techniques modernes de production, l'accès aux financements et aux marchés.



LES COOPERATIVES DANS L'AGREGATION

La logique productiviste marquante, laisse planer un climat de doute des agrégés qui estiment que la relation de confiance mutuelle et de transparence avec les agrégateurs ne pourra être consolidée que par une perpétuelle présence de l'Etat, lequel devrait jouer un rôle d'arbitre

en cas de litige et devrait défendre leur intérêt face à un éventuel abus de pouvoir . Les agrégateurs constatent un élément important, c'est l'avantage de l'organisation du travail présenté par les coopératives. Les agrégés espèrent à travers cette organisation un encadrement plus important et, une réponse décisive à leur souci majeur de commercialisation de leur production. Ils s'attendent également à de grands efforts en terme de subventions pour améliorer leurs revenus. Dans cette relation ,si les agrégateurs perçoivent les avantages, les agrégés semblent être les plus hésitants à tenter l'expérience de l'agrégation, ce qui a justifié la relation tripartite orchestrée par l'intervention de l'Etat. Dans le cas des coopératives, deux scénaris commencent déjà à se distinguer par leurs conséquences économiques et organisationnelles :

- Le premier scénario pour lequel nous plaidons car il offre le climat de confiance tant recherché, est celui où l'agrégateur est une coopérative ou une union de coopératives. C'est un système agrégateur par excellence ou les coopérateurs sont fédérés par des liens tissés sur des bases d'une démocratie économique décisionnelle participative .

Les efforts et les fruits sont partagés équitablement ce qui garantie la continuité du projet même en cas de crise. Les conséquences sur

l'amélioration du niveau de vie des agriculteurs est un autre atout dont la coopérative peut se prévaloir et que l'agrégateur privé ne peut garantir, car les sentiments qui l'animent sont plutôt ceux du gain rapide .



En effet, quelque soit le niveau de la relation de production, entre les membres de la coopérative ou entre celle-ci et la coopérative « agrégatrice» le système est basé sur la distribution des excédents au prorata des actions ou des activités effectuées avec la coopérative, ce qui permet de rémunérer les agriculteurs membres a la juste valeur de leur production. En terme économique, la récupération ne s'effectue pas seulement au niveau de la production mais également au niveau de la commercialisation. Le contrôle du circuit de commercialisation permet ainsi de récupérer les valeurs ajoutées que les intermédiaires s'accaparent et les injecter dans les revenus des agriculteurs qui verront leur situation économique s'améliorer ce qui va renforcer leur adhésion .

- Le second scénario qui semble bénéficier d'un certain encouragement favorise la relation avec un agrégateur privé en faisant miroiter l'apport en investissement et en encadrement de ce dernier. Il est certain que cet apport apportera un plus pour l'augmentation de la production et l'amélioration de l'organisation des circuits pour élever la compétitivité; mais à qui profitera en dernier lieu cette situation ? certains avancent que ce dispositif permet le développement d'une agriculture moderne, performante et à haute valeur ajoutée répondant aux règles du marché et s'appuyant sur les investissements privés; ainsi que l'accompagnement solidaire de la petite agriculture à caractère social, dans les zones à écosystèmes fragiles et l'amélioration des revenus des agriculteurs les plus précaires visant la reconversion des agriculteurs précaires dans des activités viables soutenues par un encadrement et un accompagnement. Cette vision optimiste n'est pas toujours valable dans le cadre coopératif et ce pour plusieurs raisons dont on peut citer :
 - ▶ Les motivations des coopératives ne coïncident pas souvent avec celle d'un éventuel agrégateur. Si la coopérative est liée au territoire car basée sur un système de production local, l'agrégateur sera plutôt motivé par la proximité des centres économiques névralgiques .
 - ▶ La relation liant la coopérative à l'agrégateur est purement commerciale. La coopérative produit et l'agrégateur transforme et commercialise, s'appropriant l'importante valeur ajoutée qui sera créée dans le reste du circuit. Cette situation prendra l'aspect d'une nouvelle division du travail. La valeur récupérée dans le premier scénario par l'agriculteur est accaparée par l'agrégateur dans le second scénario ,et rien n'assure qu'elle va être réinjectée localement. L'impact sur la situation socio-économique des agriculteurs et sur le développement local sera certainement minimisé .
 - ▶ Bénéficiant de la relation contractuelle privilégiée avec le coopérateur-agriculteur, l'agrégateur peut se transformer en unique intermédiaire monopolisant tout le circuit de l'Amont à l'aval faisant la pluie et le beau temps aussi bien pour les producteurs que pour les consommateurs. Le manque à gagner espéré par la diminution du nombre des intermédiaires et du prix des produits risque d'être faussé à la base .

LES COOPERATIVES ET L'APPROCHE FILIERE

L'approche filière qui est utilisée par le PMV est très pertinente pour le développement du secteur, mais elle suppose une forte adhésion et

implication de tous les acteurs, ce qui est loin d'être un pari gagné. Dans certaines filières les coopératives comme mode organisationnel sont sollicitées. Certaines sont déjà constituées et ont fait leur preuve, d'autres sont en cours de constitution pour la mobilisation des agriculteurs. La pratique a cependant révélé que ces institutions sont utilisées comme de simples vecteurs pour canaliser la production et non comme un moyen de développement durable.

Le système peut être amélioré par la préparation et la vulgarisation sur les objectifs escomptés pour mobiliser les agriculteurs ciblés, et, qui sont appelés à s'organiser en coopératives dans des branches d'activités au niveau de la même région à choisir la formule de la coopérative multifonctionnelle. Le système monofonctionnel encourage la création de coopératives faibles, car le membre désorienté et attiré par les subventions se trouve sollicité à adhérer à plusieurs coopératives dans la même région suivant la branche d'activité qu'on souhaite organiser .

conclusion

Le Plan Maroc Vert est une vision stratégique tant attendue pour un secteur très sensible pour notre pays. Dans ses prévisions, il véhicule beaucoup d'ambition et d'espoir pour notre agriculture. Bien que les résultats de sa mise en œuvre ne sont pas encore totalement visibles, on sent qu'il a créé une certaine dynamique susceptible d'ouvrir de meilleures perspectives pour le secteur.

Le rôle des coopératives dans l'exécution de certains dispositifs du PMV doit être reconsidéré et revalorisé pour faire participer ces institutions à la lutte contre la pauvreté, à l'organisation solidaire de la petite et moyenne agriculture, à la diversification ayant pour objectif de générer des revenus supplémentaires et au développement local

L'approche doit privilégier l'encadrement et la sensibilisation des agriculteurs avant même la constitution des coopératives . L'élément humain est le principal capital de la coopérative, assurer son adhésion, préserver ses intérêts constituent des conditions incontournables de la réussite de tout projet.



Brève présentation de l'état d'avancement du PMV

Depuis le lancement du PMV, le GM a lancé d'importantes réformes institutionnelles et a pris les dispositions nécessaires pour le financement des programmes structurants. Ainsi, le MAPM a procédé à la mise en place de 16 Directions Régionales de l'Agriculture (DRA) pour déconcentrer les services, à la restructuration des Chambres d'Agriculture (réduction de leur nombre de 37 à 16) et de l'interprofession, à la mise en place de l'Agence de Développement Agricole (ADA) pour piloter la mise en oeuvre du PMV et l'Office National de sécurité sanitaire des Produits alimentaires (ONSSA) pour le suivi des normes sanitaires, à l'élaboration de 16 Plans Agricoles Régionaux, à la restructuration des services du MAPM, à la signature en avril 2009 d'un Cadre de Dépenses à Moyen Terme (CDMT) 2009-2015 avec le Ministère de l'Economie et des Finances (MEF) pour des besoins financiers estimés à 17 milliards d'US\$, à la signature de 14 Contrat-Programme avec l'Interprofession des filières agro-alimentaires stratégiques, au le lancement du modèle d'agrégation (conclusion d'arrangements contractuels trilatéraux entre les agrégateurs [opérateurs économiques publics et privés], les agrégés [producteurs], et le GM), au le lancement de la réforme du crédit agricole, au lancement de la réforme du mécanisme des incitations (Fonds de Développement Agricole-FDA), ..etc. Le MAPM a aussi piloté l'approbation de l'accord de libre-échange agricole (ALEA) par le Parlement européen, permettant d'offrir des perspectives intéressantes.

Références :

- Najb Akesbi : « plan Maroc Vert :analyse critique »PDF .Du même auteur : « le plan Maroc Vert :plan schématique et trompeur » nov 2009 in [www. economia.ma](http://www.economia.ma)
- Larbi Toumi « la nouvelle stratégie agricole(plan vert) Avril2009
- Supplément « La vie économique »N°spécial N°4506 avril 2009
- CGEM infos : www.cgem.ma
- BAD « appui au plan Maroc Vert :Rapport d évaluation :juin2012
- Site web :CRI Agadir – CRI oriental
- Site web .www.lematin .ma
- www.banque-pdf.fr/fr_etude-mckinsey-plan-maroc-vert
- www.ada.gov.ma.

Reportage



Hayat Zouhir

hayzouhir@yahoo.fr

Ainsi les montagnes font le bonheur des hommes.



Slimane Ihajji

lhajjislim@yahoo.fr

La route nous déversait vers Amlil, on ne savait que penser de ce que nous voyons, mais ce qui nous restait à voir était encore bien plus extraordinaire

Le paysage paraît si neuf, si vierge et protégé par des montagnes, qui s'érigent vers le ciel cherchant désespérément à le toucher. Ce n'est pas par hasard qu'elles se dressent humblement, pour constituer la fierté de la population de la commune d'Asni dans la région d'Elhaouz.

Tout voyageur ne peut qu'être admiratif de ce panorama merveilleux et ébloui devant l'élancement des monts d'Aksoual et d'Oukaimden pour être emporté enfin par la sommité du mont Toubkal qui se dresse sur une altitude de 4165 mètres qui lui relègue le renom du plus haut sommet au Maroc.

L'exploration de ce paysage, qui fait la part belle au contact d'une population chaleureuse et la contemplation d'une nature et de ses merveilles, prend départ obligatoire d'un petit village dénommé Amlil situé à 70 kilomètre au sud de Marrakech à 1740 mètres d'altitude, et qui ouvre aux visiteurs les voies pour la découverte d'un tourisme de proximité auquel une notion de partage se met spontanément en place. Le contact avec l'habitant devient une priorité aux services de sites montagneux époustouffants qui recèlent des trésors ; et qui ne demandent qu'à être dévoilés et appréciés à leur juste valeur.

L'exploration de ces découvertes se réalise grâce à l'assistance des guides, une profession acquise par excellence, sur le tas par la population d'Amlil depuis plusieurs années.

Ainsi, Amlil connaît une vraie mutation avec la prolifération des hôtels et des gîtes profitant de sa notoriété dans la production des pommes et de noix sans oublier les cerises dont la plantation revient au propriétaire d'un établissement hôtelier nommé « Zaratoustra » qui est l'un des trois premiers établissements à Amlil, dont la visite vaut le détour de par le raffinement de ses décors, la somptuosité

de son architecture et la bonne volonté de ses gérants.

Cet environnement a enthousiasmé des jeunes travaillant informellement en tant que guides touristiques ou autres activités s'y rattachant, à investir leur savoir faire acquis pour leur propre compte dans un cadre structuré. Seule la formule coopérative s'est vue propice à la réalisation de leur rêves.



Quelle est donc l'histoire de cette coopérative, son présent et son avenir ?

Virée sur la coopérative Amalay :

L'activité touristique dans la commune d'Asni ne date pas d'aujourd'hui, surtout que cette commune abritait le plus ancien des campings au Maroc (1928). Elle représente un gisement d'opportunités naturelles, sociales, culturelles...qui a permis à la population

locale d'exercer de manière spontanée et informelle les professions touristiques. C'était le métier par excellence de la majorité des jeunes de la région héritée de leurs parents.

La commune d'Asni dispose d'innombrables atouts : sa proximité de la ville de Marrakech qui est un pôle touristique mondial, son potentiel historique (la route des Almohades qui reliait Tlat nmgharen et Oukaimden), sa

station de ski d'Oukaimden, son lac du barrage Ouirkane, son cocktail de vue panoramique où l'écho des chants amazigh appelé ahouch se fait entendre de temps à autre.

Etant conscients des opportunités que peut offrir le créneau de tourisme, dix jeunes de la commune d'Asni ont largué les amarres d'un projet coopératif dans le secteur du tourisme de montagne.

Cette création jouit des dispositions de la loi 24.83 fixant le statut général des coopératives et les missions de l'Office de Développement de la Coopération, qui permet la création des coopératives dans toutes les branches de l'activité humaine entre autre le tourisme. Cette entité a été agréée le 20 septembre 2012, sous la dénomination « Amalay » qui veut dire « touriste » en **amazigh**, avec un capital de 10.000 dirhams souscrit par dix adhérents dont la moyenne d'âge varie de 22 à 34 ans .

Cette coopérative a comme principaux objectifs:

- Création de centres d'hébergement touristique tout au long des pistes et randonnées se trouvant dans les pays d'accueil touristique du grand Atlas ouest,
- Création de créneaux d'animations touristiques,
- Exploitation de toutes les potentialités offertes en vue de promouvoir le produit touristique local ...

L'accomplissement de ces objectifs incombe aux membres de la coopérative qui ont acquis une expérience dans le domaine touristique.

Quant à leur qualification professionnelle, deux des dix membres disposent d'une formation touristique dispensée par Alpin club(1), alors qu'un troisième détient un diplôme en restauration.



Pour ce qui est des moyens de communication avec les clients, en l'occurrence les touristes, deux membres s'expriment aisément en français et en anglais.

La coopérative Amalay en action :

L'écho de la coopérative touristique « Amalay » envahi toute la commune d'Asni, au plus de la bonne réputation de ces membres, l'implantation de ces six gîtes appartenant à six membres parmi les dix, éparpillés dans divers

emplacements. Ce qui leur a procuré le privilège de servir les voyageurs, les excursionnistes, les randonneurs à travers toute la commune.

A cet égard, il est convenu entre les coopérateurs, avant d'entamer toute action liée à la prestation rendue, de percevoir la moitié de son prix pour financer l'activité programmée.

Aussi, vu la nature de l'activité touristique exercée, les membres sont toujours occupés à rendre service aux



clients. La rencontre des adhérents au fil des jours n'est possible que rarement et seul le téléphone mobile se présente comme moyen de communication entre eux.

A travers cet outil, chaque gîteur guette l'arrivée des clients planifiée d'avance pour leur offrir l'opportunité de goûter un bon thé aux plantes

aromatiques spécialement timija, apprécier la succulence d'un déjeuner copieux généralement d'un tagine spécialité de la région, savourer un moment de détente et contempler un paysage naturellement héroïque qui ouvre la porte sur soi même pour la découverte d'un monde plein de sensations et de perceptions.

D'autres adhérents parcourent les pistes montagneuses en compagnie de touristes ayant opté pour un des circuits proposés, dont la durée peut s'étaler d'une journée jusqu'à deux semaines, avec un choix de nuitée en refuge ou en bivouac selon la saison, restent flexibles et accessibles à tout budget. Ils permettent la découverte des merveilles de la région, en passant d'abord de Tacheddirit qui est considéré comme le plus haut douar au Maroc, les vallées d'Amilil et d'Imnan, Azib likemte, Amsouzerte, lac d'Ilni, pour attaquer enfin l'ascension du Toubkal, ou l'ascension Ouanoukrim et Timzguida ou celle d'Oukaimden Aksswal Oikemet et Angour.

A travers ces circuits, quelques adhérents de la coopérative touristique « Amalay » se transforment tantôt en muletiers se chargeant du packaging des clients, le matériel de bivouac, de cuisine et du ravitaillement nécessaire

durant le circuit, tantôt en cuisiniers pour confectionner les repas ou tout simplement en accompagnateurs avertis portant assistance et conseil aux mordus de sport de montagne (alpinistes, cascadeurs de glace, escaladeurs, randonneurs des montagnes, randonneurs de glacie, conducteurs de vélos tout terrain (VTT)...

Le service de certains adhérents peut dépasser la circonscription territoriale d'Amilil lorsque des groupes de touristes sollicitent des randonnées vers le sud à la découverte du désert marocain.

La coopérative Amalay : une réelle valeur ajoutée

La création de la coopérative touristique « Amalay » a été selon les dires du président de la coopérative « comme une porte ou l'on peut frapper » pour solliciter ses services ou soustraire ceux des établissements touristiques agréés.



Cette création a constitué un épanouissement considérable aussi bien pour les adhérents et que leur entourage et ce à divers niveaux :

Niveau économique :

Désormais, la coopérative touristique « Amalay » a permis à ses adhérents de se structurer et à s'organiser, ce qui a engendré l'afflux d'opportunités en créant dix postes de travail directs qui a engendré un revenu modeste mais permanent. D'un autre côté, de nombreuses activités indirectes ont pu voir le jour, tel que l'émergence de petit commerce comme les cafés, les bazars...

La création de la coopérative touristique « Amalay » a constitué un signal de départ pour l'adhésion au modèle coopératif de la part d'autres porteurs de projet, comme celui de la coopérative agricole « sidi fares » de noix et d'un autre projet agricole de pommes qui est en cours de création.

La coopérative touristique « Amalay » à travers ces gîtes éparpillés dans différents points du grand Atlas, a encouragé le développement d'une économie qui peut apporter de l'espoir aux communautés rurales les plus reculées.

Niveau social :

La coopérative touristique « Amalay » a opté, comme priorité pour son volet social, de recourir au service d'un pharmacien pour se procurer des

médicaments au profit des adhérents et de leurs familles, et les négociations avec un médecin sont en cours.

De surcroît, la dynamique créée par la coopérative, a contribué à freiner en partie, le fléau de l'exode de la population locale vers les grandes villes voir même à l'étranger. Ce fut le cas d'un membre du conseil d'administration qui a été tenté par l'immigration clandestine à deux reprises vaines, et qui actuellement après la création de la coopérative, la tentation d'immigrer s'est éclipsée pour laisser place béante à l'amour de son douar qui constitue son avenir.

Niveau environnemental :

La sensibilité et la responsabilité environnementale sont une tendance de plus en plus palpable pour la coopérative touristique « Amalay ».

Lors de l'exercice de leurs fonctions, ces adhérents veillent au respect de la nature : ramassage des déchets engendrés lors du passage des randonneurs et campeurs...et de ce fait, l'activité de la coopérative s'inscrit dans le cadre du tourisme vert, qui relève du bon sens et est socialement nécessaire, économiquement efficient et efficace pour l'environnement.

Niveau culturel :

L'apport de la coopérative touristique « Amalay » est des plus précieux dont le sens qu'elle préserve l'identité, perpétue l'histoire, conserve les us et les

traditions de la région et fait découvrir et redécouvrir ses potentialités culturelles.

Sa contribution se concrétise par le mode de construction de certains de ses gîtes qui préservent l'empreinte authentique de la région.

De plus, lors d'un circuit, il arrive que les clients soient invités spontanément à assister à un mariage, à un moussem ou à partager un moment copieux lors de la préparation du pain ou d'un tagine local.

Challenge à conquérir :

La coopérative touristique « Amalay » dresse un éventail de contraintes à dépasser dans le proche avenir : Aménager un local adéquat pour la coopérative ; restaurer leurs gîtes et finaliser les démarches administratives nécessaires à leurs classement. Ceci va leur permettre de regagner le rang des établissements touristiques reconnus et de proposer directement des services aux clients.

Cette classification ouvrirait certainement un nouvel horizon pour la coopérative qui souhaite renforcer ses activités par l'approvisionnement en commun des moyens nécessaires pour l'amélioration de ses prestations : Matériels de camping, d'alpinisme, de ski, de randonnées, équipements

de gîtes...l'acquisition d'un moyen de transport approprié,, et rendre opérationnel le site web <http://www.amalay.ma> qui est en cours de réalisation.

L'avenir de la coopérative « Amalay » semble être encourageant, dans le sens qu'elle se situe et exerce dans un milieu montagnard attractif inégalé durant toutes les saisons de l'année. Cet environnement a fasciné tous les visiteurs y compris un vautour migrateur surnommé le **Gypaete barbu** renommé le « nettoyeur des alpages » ou le « casseur d'os » des cadavres d'animaux, en faisant tomber leurs os d'une hauteur de 50 à 100 mètres pour se nourrir.

La coopérative touristique « Amalay » constitue l'une des neuf(9) coopératives touristiques du secteur coopératif marocain, recensées jusqu'au fin 2013. Même si cet effectif reste très modeste vu les potentialités touristiques dont jouit notre pays, et les programmes lancés dans ce domaine, spécialement la vision 2020 du tourisme, qui s'inscrit dans une approche d'aménagement du territoire national d'une part, et du rôle reconnu des coopératives en général.

Ainsi les montagnes font le bonheur des hommes de la coopérative touristique « Amalay » .

(1) Le Club Alpin Français de Casablanca est une association marocaine à but non lucratif créé en 1946, elle est régie par le Dahir du 15 novembre 1958, et reconnue d'utilité publique et elle est membre à part entière de la fédération des Clubs Alpains Français.

Parmi les activités de la CAF de Casablanca on énumère :l'alpinisme, la descente de Canyon, l'escalade parapente, la randonnée , le ski alpin, le ski de randonnée , le spéléo, le trek-voyage , le vélo de montagne.

Entretien

Interview avec monsieur Abdeljalil Charkaoui

Par :

Hanane Miri et Najib Koumina



Abdeljalil Charkaoui coordinateur du Réseau Africain de l'Economie Sociale et Solidaire (RAESS)

1. Quel est, d'après vous, la place de l'Economie Sociale et Solidaire -ESS- par rapport à l'économie capitaliste surtout dans cette conjoncture de crise ?

L'ESS est appelée à jouer un rôle très important aujourd'hui pour amener les différentes politiques de développement à sortir d'un schéma de réparation limitatif et réducteur à un schéma alternatif qui propose un développement durable et inclusif. Un développement qui mette l'humain au centre des choix politiques et non le capital et le profit. Un développement qui ne se réduit pas à une croissance

basée sur le quantitatif et sur la consommation boulimique et à sans limite qui nuit à l'équilibre écologique et à l'intérêt des populations à très long terme.

Partant de cette vision, le débat est lancé sur la scène internationale concernant le modèle alternatif de développement garant d'un vrai développement humain tout en intégrant la décence, la durabilité et les droits des générations futures.

La grande problématique, qui se pose dans le cadre de ce débat, réside dans comment peut-on bâtir la relation entre l'Economie Sociale et Solidaire et le modèle capitaliste

d'aujourd'hui. Il est question de savoir est ce que nous allons créer un modèle économique alternatif au capitalisme prônant la rupture ou bien nous voulons un modèle qui soit en mesure d'assurer une certaine cohabitation équilibrée en cherchant à humaniser davantage l'économie du marché. Cela veut dire en d'autres termes, il faut chercher à contenir les excès du capitalisme en introduisant de nouvelles règles qui mettent fin à son caractère spéculatif.

Le débat n'est pas encore fermé. La crise actuelle, qui n'est pas seulement financière et aussi économique, est en train de réchauffer la réflexion au sud comme au nord. C'est un moment important à saisir pour faire donner à ce monde des nouvelles façons pour faire le développement.

Plusieurs recommandations et propositions se sont déjà dégagées dans le cadre de la définition des objectifs de développement post 2015. Les pays ayant résisté, plus au moins, à la crise sont ceux qui ont réussi à mettre en œuvre des mesures de croissance avec des chantiers de haute densité de main d'œuvre, avec des PME et des PMI et avec des politiques sociales plus démocratiques. Ceci nous amène à regarder les pays de l'Amérique latine qui ont fait preuve d'une capacité de résistance face à l'héritage des crises passées et aux problèmes de développement actuel. Ils ont fait des choix politiques ouverts sur une économie inclusive et de solidarité dans le cadre de démocraties participatives. Ce qui leur a permis d'atteindre un certain

positionnement au niveau international. Ils ont compris également que l'économie sociale peut apporter des solutions à des problèmes que l'Etat et le secteur privé, seules, ne peuvent pas résoudre. Dans ce contexte Latino-Américain la société civile a pu faire montre de son rôle contributif et de sa participation dans la mise en place de plusieurs outils de mutualisation et de programmes concertés permettant une redistribution de richesse d'une manière plus équitable et plus juste.

Cette expérience nous interpelle tous et toutes, pour installer un dialogue constructif entre l'ensemble des acteurs en charge du développement notamment les pouvoirs publics dans le but de réduire les méfaits des choix politiques générateurs de pauvreté et d'exclusion. On doit les amener à intégrer cette nouvelle façon de faire l'économie et cette nouvelle façon de respecter l'homme et son environnement.

Ce type de questionnement doit impliquer toutes les forces vives des nations et toutes les organisations transnationales qui influencent l'ordre international en matière de développement.

Il faut développer des réseaux internationaux et des solidarités internationales en tenant compte des projets et contre projets en compétition sur le terrain de la mondialisation. La réflexion collective, comme l'action solidaire, doivent se faire au niveau des régions et continents parce qu'il est

question de faire émerger un modèle de développement alternatif mondial basé sur des valeurs universelles.

2. Vous êtes président d'un réseau africain de l'ESS, comment vous voyez l'ESS en Afrique et son rôle actuel et potentiel face aux difficultés rencontrées au sein de ce continent ?

Comme vous le savez, le continent africain est riche en ressources naturelles. Malheureusement cette richesse n'était pas au service du développement du continent. Le continent africain est resté depuis toujours le fournisseur de la matière première et le fournisseur de la main d'œuvre bon marché. Ceci a fait la richesse et le bonheur de beaucoup de pays du Nord.

Aujourd'hui on assiste à un retour de prise de conscience de cette valeur continentale chez les uns et les autres pour en faire un chemin pour un changement bénéfique et juste. Les vraies questions commencent à être posées : pourquoi nous sommes les habitants d'un continent riche avec un taux de pauvreté important ? Comment faire pour rompre avec le cercle vicieux du sous développement ? Quel choix économique et sociétale peut-on faire pour assurer une sortie de ce marasme économique et social ? Quel mode de gouvernance doit-on adopter et appliquer pour réaliser des avancées réelles et éviter le retour en arrière ?...

Il est à noter qu'une bonne partie de ce type d'interrogation fait l'objet

permanent des débats au sein des différentes rencontres et symposiums organisés par la société civile Africaine. Les initiatives associatives et syndicales de ce genre ont été reproduites dans plusieurs pays pour convaincre les décideurs politiques de l'intérêt de faire l'ESS un choix privilégié qui intègre, bien entendu, l'investissement, le développement humain et la durabilité et ce dans un ensemble cohérent et équilibré où l'humain est plus apprécié que le capital.

Cette manière de faire est différente de celle du capitalisme outrancier qui n'a fait que compliquer les situations, bloquer la croissance et le développement, créer les conditions de l'instabilité et les défaillances des Etats postcoloniaux. Ce plaidoyer est de plus en plus actif et influent au niveau du continent.

L'année 2012, décrétée comme année des coopératives par les nations unies, a été une grande occasion ayant permis de mettre en valeur les atouts des coopératives et de l'économie sociale et solidaire en générale et de montrer, aux uns et aux autres, une nouvelle voie pour un développement inclusif. Les experts africains ont présenté un manifeste à l'attention des Nations Unies pour appeler à une réconciliation avec la principale entreprise de l'ESS qui la coopérative.

Tout le monde convient aujourd'hui à dire que la démocratie économique, telle qu'elle est recherchée par cette nouvelle façon de faire le développement, fait du territoire une composante essentielle

dans le puzzle de la concertation et de la participation .Aussi, il y a lieu de confirmer que la déconcentration et la décentralisation constituent un binôme impératif pour assurer la proximité exigée pour mieux observer les valeurs de l'ESS et répondre aux attentes des populations locales. D'un autre côté la population est appelée à se revêtir d'une posture où la mutualisation et l'associationnisme deviennent une condition pour développer son capital social qui demeure la clef de réussite de toute tentative de changement et de progrès au niveau local en Afrique.

3. Partant de votre plaidoyer, peut-on dire qu'une nouvelle dynamique de l'ESS a été enclenchée en Afrique ?

La richesse africaine commence à devenir le centre d'intérêt de beaucoup de pays. Les partenariats qui se tissent entre l'Afrique et la Chine, l'Afrique et la Corée du Sud, l'Afrique et la Turquie, l'Afrique et le Brésil, l'Afrique et Etats-Unis ... sont des exemples d'un regain d'intérêt pour ce continent. Ainsi les pays les plus industrialisés au monde ont des envies énormes par rapport à la richesse africaine.

Côté Maroc, il n'a recommencé à s'intéresser réellement à l'Afrique que depuis quelques années, après de longues années d'absence. Il s'agit d'une nouvelle dimension géopolitique dans la région .Le Maroc, étant l'un des pays africain qui se positionne comme modèle dans un certain nombre de chantiers de développement, doit

confirmer sa position par l'engagement d'un partenariat gagnant /gagnant . Cette coopération sud-sud ne va plaire à beaucoup de pays occidentaux et ce pour une raison d'un privilège historique de mainmise particulièrement en matière de l'économie. L'Afrique a besoin de ce type de partenariat conduit selon des projets transparents avec des objectifs et résultats bien négociés placés dans des perspectives du long terme.

Actuellement plusieurs pays africain s'organisent autour de groupements régionaux, et nous sommes en train de recenser plusieurs endroits où il y a des organisations africaines qui ont entamé des actions pour la promotion de l'ESS. Il y a beaucoup d'universités africaines telles que l'université de Cotonou et l'institut panafricain pour le développement qui ont instauré des cursus de formation dans le domaine de l'ESS .

Il y a également tout un parterre de projets qui est en train de se faire pour donner l'exemple a travers quelques mutuelles, coopératives et associations. Ces trois familles connaissent un intérêt particulier au continent. Elles bénéficient d'un soutien important dans le cadre de la coopération internationale. Il y a même des projets pilotes expérimentales innovants qui sont en train d'amener la démocratie économique dans beaucoup de pays, notamment dans les zones forestières où il y a beaucoup de richesses et où les gents sont enclavés et loin des offres publiques ou privés. Ces expériences ont une valeur démonstrative importante pour orienter les programmes de

développement innovants et en faire un benchmarking partageable entre les pays du continent.

L'un des facteurs importants pour promouvoir l'ESS et ses projets innovants c'est l'unification des lois et des réglementations appliquées aux entreprises de l'ESS dans les différents pays de l'Afrique. Ceci va permettre, sans aucun doute, le renforcement des liens entre acteurs publics et privés autour des projets panafricains comme des banques solidaires, des plates-formes du commerce équitable ou autres.

Les pays qui ont réussi à mettre en place des alternatives de l'ESS ont considéré cette économie comme un secteur à part entière. Un secteur qui vient non pour remplacer les autres sphères économiques mais pour compléter le schéma global de développement en proposant de nouvelles voies et des moyens pour instaurer un développement homogène. Pour cela ils ont procédé à certaines rectifications de la manière de voir et de faire l'ESS. Le discours sur les coopératives a changé. Elles ne sont pas considérées comme un moyen de lutte contre la modicité ou contre l'extrême pauvreté ou un moyen pour distribuer l'aumône. La coopérative est un cadre approprié pour l'insertion socio-économique juste, pour la lutte contre le chômage à travers un nouveau modèle d'entrepreneuriat basé sur la solidarité et la mutualisation. Cette vision réductrice

a été abandonnée. L'économie sociale et solidaire est appelée aujourd'hui plus avant à assurer une présence plus marquée dans les grands chantiers de développement et à s'installer même au sein des chantiers de grande envergure panafricaine.

De même, il est recommandé de ne pas rester cantonné dans la vieille définition de l'ESS car cette dernière a connu des transitions historiques là où elle a subi des changements. Ces changements doivent être intégrés dans un processus d'innovation et de créativité, tout en conservant les valeurs cadres de cette économie. Les structures, les formes et les statuts de l'entreprise de l'ESS peuvent évoluer en fonction des réalités des territoires concernés et des politiques de chaque pays. Cette dynamique a donné lieu à plusieurs formes auxiliaires d'entreprises de l'ESS surtout en Europe et en Amérique Latine. Il est à noter que cette innovation a été le fruit de partenariats entre les acteurs de l'ESS, l'université et les centres de recherche.

Effectivement les universités ont un rôle important à jouer dans ce changement et l'évolution des choses ne doit pas être l'affaire uniquement des militants et des femmes et des hommes engagés. Les pouvoirs publics doivent investir dans le domaine de recherche en privilégiant la dimension sud-sud et panafricaine en passant aussi par des organisations qui prévoient des pôles thématiques d'innovation.

4. Comment le Maroc se place en termes d'ESS face à son positionnement au continent africain?

Le Maroc a l'avantage d'avoir une société civile très dynamique qui a cumulé tout un parcours d'engagement et de travail associatif responsable à tous les niveaux. Dans le cadre de la géopolitique sous régionale, il est bien situé pour assurer la liaison Europe -Afrique. Seulement son privilège et son rôle ne sont pas suffisamment consommés. Pour cette raison il est invité à doubler l'effort en faveur d'une meilleure institutionnalisation de ce dossier pour assurer le portage de sa volonté d'intégrer la dynamique africaine sur le plan culturel, économique et social.

Cette nouvelle orientation interpelle également le citoyen, l'entrepreneur, le décideur et les autres acteurs de la société civile de repenser leur africanité dans une démarche libératrice pour quitter l'emprise du passé où chaque marocain avait son regard braqué vers les pays du Nord de la méditerranée.

Dans cette perspective le secteur privé marocain doit aussi prendre sa part de responsabilité et de prendre toutes les précautions nécessaires et suffisantes pour que son partenariat commercial ne soit pas nuire à l'image politique citoyenne que le Maroc compte livrer à ses pays amis du continent. Il est recommandé dans ce contexte de l'ESS que les firmes marocaines en question doivent créer des fondations entant outils d'intervention pour prendre en

charge les problèmes sociaux posés dans leur environnement d'affaires au niveau des pays partenaires.

5. Quels sont les chantiers important de l'ESS au Maroc ?

Pour ce qui est des chantiers très urgents en matière d'économie Sociale et Solidaire, il y a lieu de préciser que le champ des coopératives demeure prioritaire. Car il s'agit en réalité d'une opération de réconciliation avec ce genre d'entreprise qui a été souvent mal utilisée et mal traitée. Le pays doit accorder une place de choix à la coopérative pour qu'elle devienne un protocole efficace d'insertion par l'économique et d'auto-emploi.

Pour ce faire, il faut revoir la loi dans le sens de la simplification et de la déconcentration. Il faut considérer la coopérative comme entreprise qui crée de la richesse et il faut la traiter à partir de cette vision constructive et promotionnelle. La synergie recherchée dans ce domaine veut qu'il ait un espace de débat et des possibilités permettant aux acteurs de ce secteur de s'exprimer sur un certain nombre de chantiers vitaux .Ceci pourrait se traduire par la création de structures associatives au niveau régional afin de réunir un minima de conditions en faveur de la promotion économique locale portée par la coopérative et les autres entreprises de l'ESS .L'ensemble des acteurs économiques jouissent de statut de ressortissant de l'une de ces chambres professionnelles excepté les associations, les coopératives et les mutuelles qui restent en dehors de ces formations consulaires. Il y a lieu d'y

penser sérieusement pour pouvoir donner un véritable élan à l'ESS dans notre pays.

Autre élément important, il faut organiser le travail fédérateur des coopératives à travers le renforcement de la Fédération Nationale des Coopératives. Cette organisation doit se positionner comme un interlocuteur incontournable pour faire avancer les contrats programme public-privé de l'ESS. Il doit prendre en charge toute une série de missions qui lui seront déléguées par l'ODCO.

Les fédérations, les réseaux et les associations qui travaillent au niveau national doivent être soutenus politiquement et financièrement par les pouvoirs publics tout en leur préservant leur autonomie tel qu'il est exigé par les principes de l'ESS. Il faut instaurer le principe de la subsidiarité sous un partenariat intelligent capable d'assurer la proximité et de répondre efficacement aux attentes du territoire.

L'ensemble de ces mesures doivent faire l'objet d'un code national de l'ESS pour le cadrage garantir le cadrage et l'organisation des métiers de l'ESS et d'intégrer dans la comptabilité publique la valeur contributive de l'ensembles des entreprises qui opèrent dans ce secteur y compris les actes de solidarité, le bénévolat et le volontariat..

6. Quel rôle préconisez-vous pour l'ODCO ?

L'ODCO doit saisir la mouvance et le dynamisme que connaît le pays pour repenser son rôle de régulation au niveau national. Cet établissement doit jouir entièrement de son statut de personnalité morale autonome agissant

selon les orientations stratégiques fixées par son conseil d'administration. Il est l'instrument le plus approprié pour promouvoir l'ESS et ce en collaboration avec les autres instances et agences. Son action ne doit pas se limiter à sa fonction classique à l'égard des coopératives et son rôle de contrôle pourrait se reconverter à une mission de facilitateur, d'accompagnateur, de promoteur et d'évaluateur avec une simplification des procédures technico-administratives. Il doit agir dans la logique des commissions interministérielles pour donner son avis sur les politiques sectorielles ayant recours à formule coopérative comme moyen de production. Ces services extérieurs doivent contenir des observatoires de l'ESS pour pouvoir alimenter le haut commissariat au plan de données concernant ce secteur

Il est également proposé que cet établissement doit externaliser la mission d'audit en mettant en place un protocole organisé capable d'assurer cette fonction. C'est ainsi que l'administration centrale va devenir un organe de planification et d'orientation stratégique assurant la coordination intersectorielle dans ce domaine.

L'ODCO doit être proche des territoires via des relais organisés tout en considérant que la collectivité locale est le noyau central de tout le processus de développement y compris celui des coopératives. Le partenariat doit prendre une place importante dans ses programmes notamment avec les réseaux associatifs agissant dans le domaine de l'Economie Sociale et Solidaire.

De tout horizon

Les coopératives (sahakari) dans le pays de milles et un contrastes

Hayat Zouhir

hayzouhir@yahoo.fr

Par :

Slimane Ihajji

lhajjisl@ yahoo.fr

S'étalant sur le continent asiatique, la République de l'Inde "Bharatiya Ganarajya", en hindi, on désigne aussi la terre de l'Inde sous le nom « Hindoustan » qui veut dire «terre des Hindou».

L'Inde qui abrite l'une des sept merveilles du monde, s'étale sur une superficie de 3.287.590 km², soit plus de 4.6 fois la superficie du Maroc, elle embrasse des paysages attrayants, et laisse rarement les visiteurs indifférents.

L'Inde se voit comme un pays qui déstabilise et marque par ces contrastes : une population de plus de 1,2 milliard d'âmes, de différentes castes, aux fortes inégalités, parlant plus de 1600 langues ou dialectes dont 400 parlées et 22 constitutionnelles, vénérant des dieux différents, mais avec un esprit de tolérance extraordinaire, qui puise ces origines des générations enfouies dans le temps, basée sur la cohabitation, l'entraide et la solidarité.

Ces valeurs ont largement soutenu le développement d'un système coopératif devenu important actuellement. En effet, en terme de coopératives primaires, l'Inde requiert le statut du plus grand pays coopératif dont le nombre s'élève à 610.000 entités, comptant plus de 240 millions d'adhérents.

Comme un film bollywoodien avec une mise en scène étalée sur un siècle, le parcours de ce mouvement exige des arrêts soignés afin de faire défiler les différentes étapes de ces événements marquants.

Les scènes de ce film restitueront les grandes échelles de ce mouvement coopératif, Ces caractéristiques, tout en relatant l'expérience de quelques exemples modèles.

I. Virée historique du mouvement coopératif Indien :

Le mouvement coopératif Indien se démarque par deux étapes importantes, dont la première a pris fin avec l'indépendance

1. Mouvement coopératif en Inde sous l'emprise britannique :

- ❑ En 1892 l'idée de crédit coopératif comme solution aux problèmes des fermiers indiens et son organisation en 1901.
- ❑ En 1904 la promulgation d'une loi sur les coopératives « coopératives sociétés act » seulement la portée de cette loi a été limitée car elle ne concernait que les coopératives de crédit. Elle réglementait la constitution des sociétés coopératives, leur existence légale, l'octroi des crédits aux membres,
- ❑ La deuxième phase qui a débuté de 1912 jusqu'en 1918 par une vraie relance du mouvement coopératif en Inde en s'introduisant dans de nouveaux secteurs d'activité ,la loi sur les sociétés coopératives de 1912 prévoyait l'extension des services octroyés aux membres en plus des crédits ,
- ❑ La troisième phase débuta en 1919 avec la loi de 1919 « reform act of 1919 » le mouvement coopératif en Inde devenait du ressort juridique des provinces, mais demeure placé sous la responsabilité du ministre.
- ❑ La quatrième phase de 1919 à 1929 a connu une expansion du mouvement coopératif qui était marqué par un manque d'unité au niveau national. D'où la nécessité d'une réorganisation du secteur,

tache qui sera entamée durant la cinquième phase.

- ❑ La cinquième phase de 1930 à 1939 marquée par l'effort d'unification du mouvement coopératif en Inde, seulement à cause de la récession économique, un dur coup du à la chute des prix des denrées agricoles. Cette situation s'est renversé durant les années quarante avec les effets de la deuxième guerre mondiale conjugués à la volonté des autorités de l'Inde indépendante depuis le 15 août 1947 de miser sur le secteur coopératif pour moderniser l'Inde rurale.

2. Mouvement coopératif en Inde après l'indépendance :

Après le départ des britanniques le bilan du mouvement coopératif légué ne répondait pas aux espérances des autorités car il se heurtait à la réalité d'une nation barbouillée par une diversité de culture, de mœurs et des coutumes.

Conscients de l'importance des coopératives en Inde dans le processus de développement économique et social, les plans quinquennaux louangeaient ces entités en leur prodiguant une attention particulière par le biais d'une armada de mesures institutionnelles et réglementaires à travers les 11 plans quinquennaux du 1er plan quinquennal de 1951 à 1956, jusqu'au 11^{ème} plan quinquennal de 2007 à 2011.

Dans l'ensemble de ces plans qui avaient pour objectifs principales l'amélioration des conditions sanitaires, éducationnelles et nutritionnelles de la population indienne, l'installation des industries.

L'objectif était de ramener l'Inde au rang des pays leader économiquement, lors de l'élaboration de ces plans une intention particulière apportée par le gouvernement envers le système coopératif, ce a été traduit dès le premier plan quinquennal qui recommande a chaque ministère d'adhérer à la politique de la constitution des coopératives. Car ce plan a adopté le modèle d'organisation coopératif pour tous les aspects du développement communautaire et insiste sur la formation et l'éducation coopérative.

Quant au deuxième plan quinquennal, il avait prévu que chaque membre au moins d'une même famille devait être membre d'une coopérative du village. Pour ce qui est du troisième plan quinquennal, il prévoyait la coopération comme étant la principale base de l'organisation dans les diverses branches de la vie économique.

Le quatrième plan quinquennal, quant à lui, préconisait une réorganisation des structures des coopératives et l'octroi des subventions pour les capitaux et pour la gestion qui devrait être professionnalisé .la même proclamation a été faite par le cinquième plan quinquennal.

Pour le suivant plan, en l'occurrence le sixième, la loi de 1904 a été abrogée par une nouvelle loi qui aspirait l'organisation, le bon fonctionnement des entités coopératives. Il s'agissait de la loi sur les sociétés coopératives multi-Etatique (MSCS) de 1984.

Par contre, le septième plan quinquennal recommande le développement des coopératives de crédit, tandis que le huitième plan quinquennal bataillait pour l'autonomie des coopératives et le renforcement de leurs capacités afin de parvenir aux objectifs attendus de ses institutions, et dans la même ligne de réflexion et durant le neuvième plan quinquennal la loi de 1984 a été abrogé par la loi de 2002.

Le 11^{ème} Plan quinquennal met l'accent sur la portée de l'agriculture et les activités qui sont attachés comme étant le principal secteur de l'économie des États, à cause de sa contribution au produit intérieur et opportunités d'emplois

II. Les caractéristiques du mouvement coopératif Indien :

Actuellement le mouvement coopératif Indien forme un patchwork de secteurs importants qui ont contribué visiblement à la croissance économique. Des coopératives opérant dans divers secteurs comme les coopératives de crédit agricole, des banques coopératives ,de distribution des fertilisants , de textile, de pêche , de sucre, des produits laitiers, ...

III. Modèles coopératifs Indien :

L'histoire du mouvement coopératif en Inde compte un siècle d'ouvrages et de pratiques, ce qui a permis la création des coopératives dans divers secteurs.

Le premier concernait les coopératives de crédit instituées après la promulgation de la loi sur les coopératives (co-opératives sociétés act de 1904) et dont la création visait la simplification de l'accès au crédit pour les petits agriculteurs. Ces coopératives ont une plus large implantation à travers l'Inde. Un autre secteur s'est vu très intéressant par le nombre des adhérents, il s'agit (The Indian Farmers Fertiliser Coopérative -IFFCO-), d'autres se sont confirmées dans plusieurs secteurs tels que les coopératives de tissage, d'habitat, de consommation...

Les coopératives en Inde se sont remarquablement distinguées dans divers secteurs et dont les échos ont dépassé les frontières par leurs performances et leurs originalités, il s'agit particulièrement d'AMUL et de la coopérative SEWA tout les deux ont favorablement contribué à l'essor économique et social de leurs adhérents et particulièrement à l'émancipation des femmes de l'Inde par leur intégration économique dans la société indienne et la valorisation de leur travail domestique généralement sous estimé et non évalué.

3-1. Expérience AMUL :

AMUL qui signifie sans prix (priceless) en langue sanskrit , a vu le jour en 1946 avec une production journalière ne dépassant pas les 250 litres de lait au départ ,depuis il y a eu la création de la fédération de commercialisation du lait des coopératives du Goujarat (the Gujarat Co-operative Milk Marketing Fédération) qui actuellement collecte et transforme une quantité avoisinant les 6 millions de litres par jour ; la commercialisation se fait sous la marque Amul avec plus de 90 produits à base de lait dont la dernière nouveauté est le lait gazeux pétillant et nutritif concurrençant les marques de sodas connues mondialement . La production de lait est collectée auprès de plus de 15 millions producteurs de lait adhérents dans plus 144 200 coopératives laitières implantées à travers l'Inde dont plus de 6 000 coopératives féminines, Il est à signaler que 70 % de ces producteurs ne possèdent pas de terre, pourtant grâce au travail coopératif l'Inde est considérée comme le plus grand producteur de lait dans le monde avec une production avoisinant les 106 millions de tonnes en 2008.

L'élan d'Amul a été renforcé par le soutien étatique à travers surtout la révolution verte de l'agriculture, une parmi d'autres, à savoir la révolution jaune de l'oléagineux, la révolution bleue de l'aquaculture...

L'objectif principal vise à assurer la sécurité alimentaire de la population. Pour atteindre ce but, l'agriculture favorise la monoculture, l'usage des semences sélectionnées et des engrais.

Seulement malgré quelques prouesses, la révolution verte n'a pas que des résultats positifs, les petits agriculteurs ont vu leur situation se dégradé au détriment des grands agriculteurs. L'usage intensif des engrais, des semences et de l'eau a plongé les petits agriculteurs dans la tourmente de l'endettement, alors qu'une grande partie des sols agricoles devenaient stériles. La révolution verte prônait une agriculture intensive avec l'utilisation d'engrais ; crée de sérieux problèmes environnementaux (érosion des sols, pollution des eaux, diminution du niveau des nappes...) mais remet également en question la durabilité de l'agriculture indienne. En effet, l'agriculture intensive rend les sols salins, antiacides ou pauvres en minéraux donc stériles. L'élevage reste donc un secteur qui implique des millions d'agriculteurs démunis pour qui la possession d'un petit cheptel qui assurerait un emploi régulier et des moyens de subsistance essentiels.

C'est ainsi que grâce à la révolution blanche du lait, le secteur laitier procure des emplois à des dizaines de millions de familles d'un côté , de l'autre l'entretien d'un bétail laitier fourni aux éleveurs annuellement jusqu'à 150 journées de travail selon la race de l'animal.

La révolution blanche en Inde entreprise en 1974, est soutenue par la Banque mondiale, le Programme alimentaire mondial et l'Union Européenne. Elle visait l'augmentation de la production du lait à travers les coopératives sous l'appellation Opération abondance (Opération Flood), en dépit de quelques problèmes, la révolution blanche a permis aux coopératives de se démarquer , comme par ailleurs , en étant des entités qui luttent contre la pauvreté pour la création de l'emploi , la contribution à l'éducation et la lutte contre la faim. les coopérateurs plutôt agriculteurs marginaux voir sans terre se disposent d'un revenu.

Ces mêmes réalisations furent les aspirations de SEWA.

3-2. Expérience SEWA :

L'Association des Femmes Indépendantes (Self Employed Women's Association- SEWA-) s'intéressait aux personnes qui travaillaient dans les rues et qui ne sont pas assistées par les syndicats. Elle est née en 1972 sous forme d'une coopérative des femmes vendeuses dans les rues. D'autres coopératives ont été créées regroupant des artisans, des commerçants, des producteurs ,des prestataires de service ...tous émanant du secteur informel, cette population souffrait de différents problèmes liés aux difficultés à l'accès aux crédits , aux services de soins de santé , de l'éducation de la formation ,

Pour pourvoir à ces besoins, plusieurs coopératives ont été constituées : une banque coopérative en 1974, offre ces services à plus de 125 000 adhérents actuellement, et la coopérative de santé de SEWA veille à la santé de 74 695 adhérents et de leurs familles. Quant aux besoins en éducation et de formation, SEWA créa l'académie de SEWA qui se charge d'inculquer annuellement aux 20 000 femmes membres des programmes dans divers domaines d'apprentissage et de perfectionnement. Pour le problème de la commercialisation, sérieux handicap, SEWA fonda le Centre de facilitation commerciale (SEWA Trade Facilitation Centre) doté de plusieurs missions et d'outils technologiques pour s'introduire dans le marché.

IV. Epilogue :

Notre brève virée dans l'univers des coopératives en Inde est loin d'être terminée, quant à leurs exploits ils sont inépuisables. Les autorités indiennes ont confiance, dans les coopératives. En effet, lors de l'inauguration du 16^{ème} congrès des coopératives indiennes, à New Delhi le 25 juin 2013, le Président Indien Shri Pranab Mukherjee a affirmé

ce qui suit «En Inde, les coopératives ont apporté une contribution visible et importante à la croissance économique générale de notre économie. Cela est particulièrement vrai dans les secteurs du crédit agricole, du sucre, des produits laitiers, du textile, de la pêche, de la distribution de l'engrais et de la production agricole, du stockage et du marketing » même dans le futur on croit toujours aux coopératives selon le Président Indien «Le mouvement coopératif a aidé nos pères fondateurs qui leur ont donné une place de choix dans le processus de développement économique de notre pays... Le futur entier de l'Inde dépend du succès de notre approche. »

Le rôle vérifié des coopératives dans la lutte contre la pauvreté, le chômage, l'exclusion, la faim a été mis en évidence par le mouvement coopératif indien. Jawaharlal Nehru, ancien premier ministre de l'Inde l'avait prédit, pour lui : « Les coopératives ne sont pas simplement importantes, elles sont essentielles au système économique de l'Inde. »

Hayat Zouhir & Slimane Lhajji

Sources bibliographiques :

- « Le mouvement coopératif au cœurs du XXI éme siècle» sous la direction de Alain.G.Gangon et Jean-Pierre Girard avec la collaboration de Stéphan Gervais (édition presses de l'université du Québec) .
- « Co-operative Movement in India »G.R .Madan (A Mittal Publication).
- «La planification du développement :l'expérience indienne » Sukhamoy Chakravarty (edition de la maison des sciences de l'Homme paris).
- www.amul.com
- www.sewa.org (Self-Employed Women's Association)
- www.ncui.com (National Cooperative Union of India)

A.C.I. Afrique : Plan d'action pour une decennie des coopératives

Abdelkrim AZENFAR

aazenfar@gmail.com

Hayat Zouhir

hayzouhir@yahoo.fr

Slimane Ihajji

lhajjislime@yahoo.fr

L'Alliance Coopérative Internationale (A.C.I.) a mis en place une stratégie visant de transformer le secteur coopératif. en le dotant de la capacité de jouer un rôle catalyseur dans le développement socio-économique et environnemental. et in-fine, de favoriser la croissance. En effet, le model coopératif s'est fait particulièrement remarqué ces dernières années. Chose qui a incité l'Organisation des Nations Unies à déclarer l'année 2012 année internationale des coopératives.

Au début de l'année 2013, l'A.C.I. a lancé son plan directeur « vision 2020 » qui vise la consolidation des acquis de l'année internationale des coopératives. Cette stratégie se concentre autour de cinq thématiques qui constituent le plan global de l'A.C.I. à savoir **la participation, la durabilité, l'image et l'identité coopérative, le cadre juridique et le capital coopératif.**

L'Alliance Coopérative International (A.C.I.) :

Fondée en 1895, l'A.C.I est une association indépendante et non gouvernementale, qui soutient, confidère les coopératives dans les cinq continents ; elle défend et plaide les intérêts, le succès des coopératives, répand les meilleures pratiques et savoir-faire et conserve la définition internationale reconnue d'une coopérative. De surcroît, l'ACI joue un rôle de gardien des valeurs et des principes coopératifs.

L'A.C.I est représentée par 4 bureaux régionaux : A.C.I-Amériques, A.C.I-Asie – pacifique, A.C.I-Europe et A.C.I-Afrique, qui partagent les mêmes valeurs et principes de l'A.C.I et plaident pour la promotion et le renforcement du mouvement coopératif dans leurs régions respectives.

Vision stratégique et intervention de l'ACI-Afrique :

La vision stratégique de l'A.C.I-Afrique consiste à « Etre le leader africain en matière de promotion de

mouvement coopératif dynamique et démocratique conduisant le processus de la transformation sociale et développement d'une économie et d'une croissance durable». Une telle

situation ne peut être atteinte qu'à travers cinq interventions stratégiques qui seront mises en œuvre conformément à la vision du plan directeur 2020.

Plusieurs sources ont été utilisées pour l'élaboration du document de ladite stratégie, dont notamment les études de cas de l'A.C.I. Internationale, un rapport d'étude de faisabilité sur l'ACI-Afrique, la consultation auprès d'experts africains dans le domaine des coopératives et des discussions avec les parties prenantes dans le

système coopératif africain y compris les assemblées générales, les conférences ministérielles, les forums de membres et les réunions des partenaires.

A cet égard, les principaux objectifs spécifiques visés sont :

- ❑ La promotion du mouvement coopératif en Afrique ;
- ❑ La promotion et la protection des valeurs et principes coopératifs ;
- ❑ La facilitation du développement des relations mutuellement

L'Alliance Coopérative Internationale Afrique (A.C.I-Afrique)

L'A.C.I-Afrique est une association non gouvernementale qui regroupe et soutient les organisations membres de l'A.C.I en Afrique, elle est gérée par un conseil d'administration régional élu parmi les 29 organisations membres issues de 17 pays africains dont le Maroc.

Les principales missions de l'A.C.I-Afrique sont axées sur tous les types de coopératives en raison de leur grand impact et aspirent à :

- Atteindre un mouvement coopératif en Afrique dynamique et menant à un processus de transformation sociale qui stimule la croissance économique ;
- Renforcer le mouvement coopératif dans la région par le biais de partenariat et de collaboration ;
- Coordonner avec les différents intervenants pour la mobilisation des ressources tant internes qu'externes ;
- Agir en terme de communication et de sensibilisation en faveur de toutes les parties prenantes ;
- Mettre en place, un système de suivi, pour garantir la réalisation des buts et objectifs de la stratégie tout en restant en harmonie avec les pays d'accueil ;
- S'appuyer sur les plans opérationnels des pays, pour une génération de projets et des programmes efficaces ; Collaborer avec les fédérations et les alliances nationales pour garantir que les ressources soient engagées dans les projets prioritaires.

bénéfiques économiques et autres entre les organisations membres ;

- La promotion du développement humain durable et la favorisation du progrès socio-économique des citoyens, contribuant ainsi à la paix et la sécurité en Afrique ;
- La promotion de l'égalité entre hommes et femmes dans toutes les décisions et activités au sein du mouvement coopératif ;
- Le positionnement en tant qu'agent de plaidoyer en faveur d'un environnement favorable au développement coopératif en Afrique.

Stratégie 1 : Participation : Présence sous-régionale et renforcement des capacités

L'A.C.I-Afrique se fixe comme but de « promouvoir et enrichir la participation des membres et la gouvernance ». Elle cherche à ce que les membres des coopératives jouent un rôle qui dépassent le volet économique, pour une participation démocratique plus forte qui est le garant de meilleures décisions entrepreneuriales, car les coopératives sont plus compétentes lorsqu'elles ouvrent la voie à la participation grâce à l'appropriation, ce qui les rend plus pertinentes et plus attrayantes de nos jours.

Ce but se réalisera à travers une présence sous-régionale accrue qui lui facilitera la concrétisation des activités stratégiques envisagées, en l'occurrence, celles d'appui et d'analyse de l'état actuel de participation dans les coopératives, de mise en place des programmes d'enseignement, de renforcement des capacités, de formation, d'assistance, de certification et de recherche ...

Stratégie 2 : Durabilité : Développement sectoriel

Elle consiste en la mise en place d'institutions de coopération sectorielles régionales et sous régionales dans le continent africain, sachant que chaque sous-région de l'Afrique a des atouts économiques spécifiques. Il s'agira, entre autres, des organisations coopératives agricoles régionales, des coopératives bancaires d'assurance et de finances, de coopératives régionales de logement, des coopératives du secteur spécialisé, des coopératives industrielles artisanales et de travailleurs. Ceci dans le but de positionner le modèle coopératif en bâtisseur de la durabilité car il est le mieux placé pour créer une plus grande durabilité sociale, économique et environnementale.

Sur le plan mondial, l'A.C.I-Afrique devra, entre autre, piloter un processus d'élaboration du plan « co-opérative

Africa », participer au recueil de données pour le développement des coopératives financières et agricoles en Afrique.

Stratégie 3 : Image et identité coopérative : communication efficace et efficiente

Elle admet le rôle primordial de la communication et de la sensibilisation en faveur des populations concernées à

travers des initiatives qui comprendront :

- ❑ Identité coopérative : projection d'un message identifiable de la coopération ou une enseigne qui la différencie des autres formes d'entreprises. Ce thème aspire à cultiver l'image et à sécuriser l'identité coopérative qui se définit par des valeurs et des principes de coopération fondamentale ;

La vision et la mission de l'ACI-Afrique, inspirée du plan d'action 2020 de la stratégie globale de l'ACI, souhaite construire un mouvement coopératif dynamique et démocratique menant à un processus de transformation sociale qui soutient et stimule le développement et la croissance économique.

La mise en œuvre de la stratégie de l'ACI-Afrique, nécessite une surveillance et une évaluation régulière pour effectuer les corrections nécessaires pour aboutir à la production d'un unique résultat qui est celui d'avoir des coopératives efficaces et efficaces à tous les niveaux fournissant des services durables à leurs membres.

Dr Chiyoge B Sifa

Directrice régionale ACI-Afrique

- ❑ Activités spécifique de marketing : sensibilisation, ciblage et conservation ;
- ❑ Positionnement : l'ACI-Afrique devra jouer le rôle de point focal en matière de développement coopératif en Afrique (identifier les opportunités d'accroissement des adhérents et de collaboration avec les décideurs) ;
- ❑ Sensibilisation : offrir à tous les intervenants les opportunités de contribuer au développement du secteur coopératif.

Stratégie 4 : Cadre politique et juridique : activités de partenariat et de lobbying

Elle repose sur des activités de partenariat et de collaboration avec les gouvernements des Etats membres et sur le savoir faire d'experts afin d'influencer les politiques et programmes de développement national, et de plaider en faveur de l'utilisation des institutions coopératives en matière d'intégration économique régionale. Le souhait attendu de cette intervention stratégique est d'assurer des cadres juridiques favorables au développement des coopératives.

Dans ce sens l'A.C.I-Afrique, créera une base de données initiales, aidera à l'élaboration d'une déclaration de cas de politique en matière d'efficacité du modèle coopératif...

Stratégie 5 : Capital coopératif : mobilisation des ressources internes, externes et formation de collaborations

Elle consiste en le renforcement, la mobilisation et la gestion des ressources internes et externes ainsi que la collaboration avec tous les intervenants socio-économiques, surtout que les projections financières proposées tentent à propulser l'ACI-Afrique au rang d'une structure indépendante à part entière. Ce qui permettra aux coopératives un accès facile aux capitaux.

L'A.C.I-Afrique procédera au pilotage des instruments de financement, au soutien de l'enquête « réflexion novatrice » sur les startups coopératives locales ...

Mise en œuvre de la stratégie de l'A.C.I-Afrique :

A.C.I-Afrique aura besoin pour la mise en œuvre de l'ensemble de ces interventions stratégiques de la coordination des activités de plusieurs intervenants clés, en plus d'un budget d'environ 44 millions de dollars américains. Le budget global pour la mise en œuvre de la stratégie est décrit pour chaque plan d'action et

résultat. Ce qui nécessitera un plan de financement de la part de l'ensemble des parties prenantes.

Ces plans d'actions seront traduits en plans de travail annuels en fonction des cinq interventions stratégiques.

Pour la réalisation de cette mission, l'A.C.I-Afrique se focalisera sur l'identification des objectifs clés et définira ensuite les mesures pour y répondre.

Suivi et évaluation de la stratégie de l'A.C.I-Afrique :

La réussite de la stratégie de l'A.C.I-Afrique sera évaluée en fonction de son impact de transformation sur le secteur coopératif à travers un ensemble d'indicateurs :

- ❑ Amélioration de la cohésion sociale et développement durables des pays africains ;
- ❑ Affermissement du rendement des organisations coopératives africaines ;
- ❑ Augmentation des adhésions des femmes et des jeunes au sein des coopératives ;
- ❑ Consolidation quantitative et qualitative des lois sur les coopératives et des politiques à travers l'Afrique ;
- ❑ Contributions et cotisations aux fonds et budgets.

Cette stratégie reposera sur la production d'un seul résultat qui est celui de disposer d'entités coopératives

efficientes et efficaces à tous les niveaux, qui fournissent des services de qualité et durables à leurs membres. L'atteinte de ce résultat sera surveillée à travers une

série d'indicateurs qui seront mesurés au niveau de référence et affinés afin de 2015.

Bibliographie :

- Stratégie du développement coopératif en Afrique 2013-2016, ACI-Afrique novembre 2013,
- Plan d'action pour une décennie des coopératives, alliance coopérative internationale, Janvier 2013.

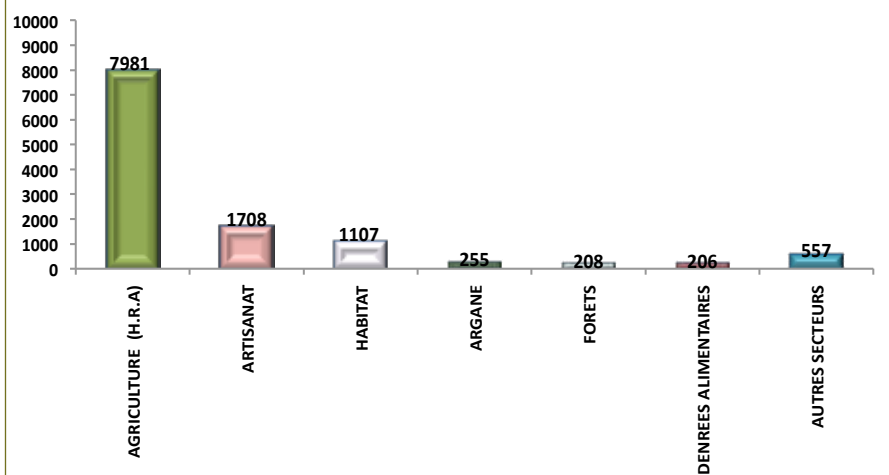
Statistiques

Tableau n°1:
Les coopératives par secteur (Fin 2013)

secteur	Nombre	Adhérents	Capital en dh
AGRICULTURE (H.R.A)	7 983	324 042	1 527 371 517
ARTISANAT	1 707	28 908	118 329 240
HABITAT	1 107	49 589	4 736 562 261
ARGANE	255	6 679	2 194 026
FORETS	208	8 941	8 601 688
DENREES ALIMENTAIRES	206	1 996	760 501
PECHE	127	5 215	7 309 268
PLANTES MEDICINALES ET AROMATIQUES	109	2 611	3 148 818
ALPHABETISATION	83	820	1 223 084
TRANSPORT	79	1 721	7 197 238
COMMERCANTS DETAILLANTS	37	1 013	5 623 225
CONSOMMATION	28	6 763	11 771 200
MAIN D'OEUVRE	26	295	167 900
EXPLOITATION DES CARRIERES	22	1 018	757 100
CENTRES DE GESTION	11	101	212 000
TOURISME	9	69	40 150
TRAITEMENT DE DECHETS	8	251	186 700
IMPRIMERIE-PAPETERIE	5	38	33 100
MINES	4	230	981 400
ART ET CULTURE	4	39	60 500
TELECOMMUNICATION	3	25	34 600
COMMERCE ELECTRONIQUE	1	8	5 600
Total	12 022	440 372	6 432 571 116

Source : ODCO, 2014

REPARTITION DES COOPERATIVES PAR SECTEUR EN 2013



REPARTITION DES COOPERATIVES PAR SECTEUR EN 2013

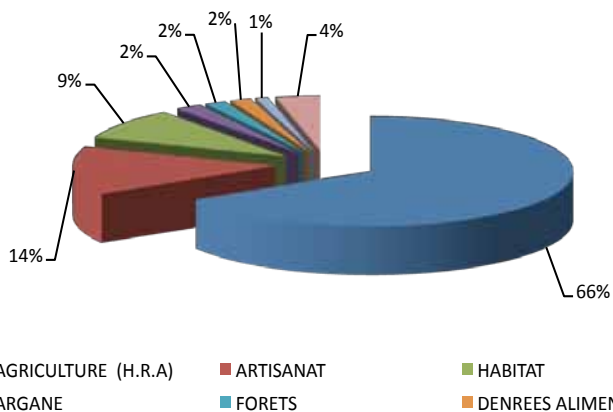


Tableau n°2 :
les coopératives par région (Fin 2013)

Région	Nombre	Adhérents	Capital en dh
SOUSS-MASSA-DARËA	1 295	51 672	885 326 371
TANGER-TETOUAN	1 060	3 2 965	374 510 228
MEKNES-TAFILALET	967	31 397	222 756 093
DOUKKALA-ABDA	956	45 423	520 869 949
LA REGION DE L'ORIENTAL	893	44 439	518 619 131
GUELMIM-ES-SMARA	870	9 375	56 367 057
MARRAKECH-TENSIFT-AL HAOUZ	859	57 897	413 794 919
RABAT-SALE-ZEMMOUR-ZAÏR	744	20 313	724 140 273
TAZA-AL HOCEIMA-TAOUNATE	729	16 236	93 299 281
LAËYOUNE-BOUJDOURE-ASSAKIA AL HAMRA	708	6 869	9 818 706
CHAOUIA-OUARDIGHA	677	33 999	980 884 737
GHARB-CHRARDA-BENI HSEN	655	22 538	203 773 975
FES-BOULMANE	591	12 906	202 542 265
TADLA-AZILAL	562	39 685	192 703 518
LE GRAND CASABLANCA	274	12 994	1 030 042 713
OUED EDDAHAB-LAGOUIRA	182	1 664	3 121 900
Total	12 022	440 372	6 432 571 116

Source : ODCO, 2014

REPARTITION DES COOPERATIVES PAR REGION EN 2013

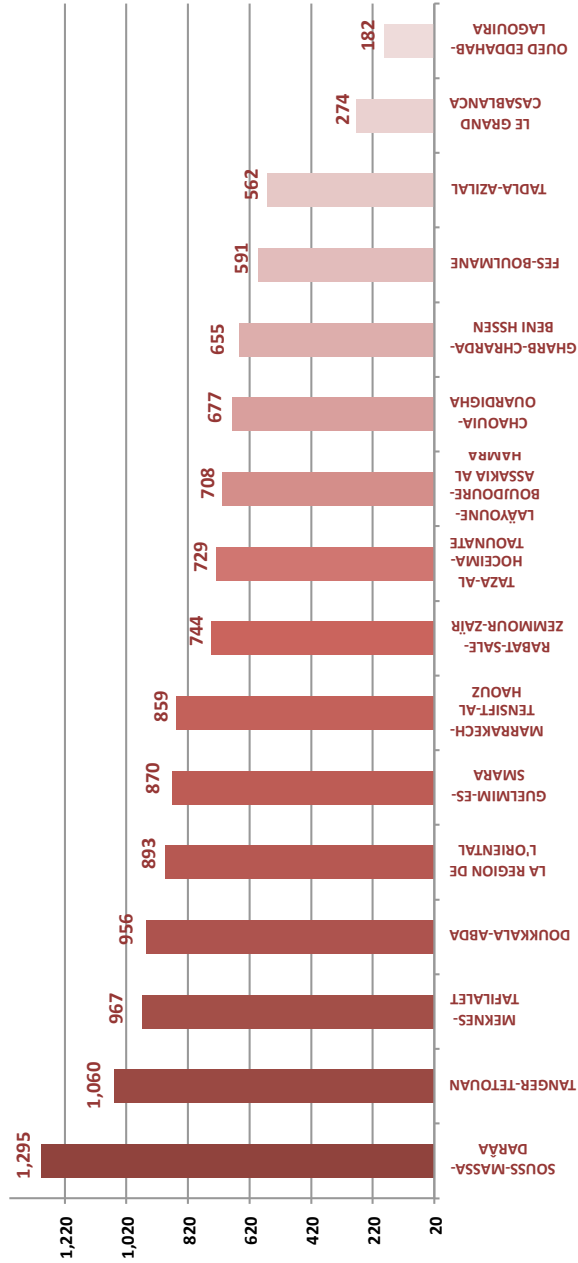


Tableau n°3
les coopératives de femmes par secteur (Fin 2013)

Secteur	Nombre	Adhérents	Capital en dh
ARTISANAT	704	11 274	6 505 926
AGRICULTURE (H.R.A)	612	11 628	6 141 809
ARGANE	235	6 438	1 762 326
DENREES ALIMENTAIRES	151	1 561	552 101
PLANTES MEDICINALES ET AROMATIQUES	26	594	120 800
MAIN D'OEUVRE	12	94	20 150
PECHE	7	171	49 700
ALPHABETISATION	6	44	101 100
IMPRIMERIE-PAPETERIE	1	7	700
CONSOMMATION	1	8	7 500
ART ET CULTURE	1	14	7 000
Total	1 756	31 833	15 269 112

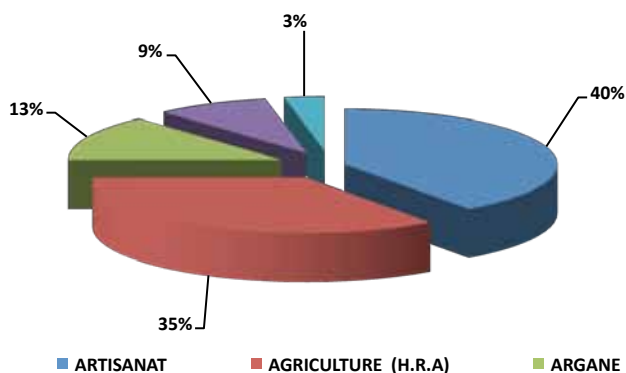
Source : ODCO, 2014

Tableau n°4
les coopératives de femmes par région (Fin 2013)

Région	Nombre	Adhérents	Capital en dh
SOUSS-MASSA-DARÂA	320	9 422	2 413 117
LAÏYOUNE-BOUJDOURE-ASSAKIA AL HAMRA	270	2 450	1 003 456
GUELMIM-ES-SMARA	165	2 173	480 687
MARRAKECH-TENSIFT-AL HAOUZ	149	3 282	1 678 039
MEKNES-TAFILALET	145	3 332	1 295 455
TANGER-TETOUAN	128	2 098	1 506 085
LA REGION DE L'ORIENTAL	97	1 548	582 426
TAZA-AL HOCEIMA-TAOUNATE	95	1 298	1 145 050
FES-BOULMANE	94	1 816	1 791 481
DOUKKALA-ABDA	88	1 520	573 414
TADLA-AZILAL	61	1 251	1 224 254
RABAT-SALE-ZEMMOUR-ZAÏR	54	693	705 210
OUED EDDAHAB-LAGOUIRA	28	206	116 100
CHAOUIA-OUARDIGHA	25	338	232 900
LE GRAND CASABLANCA	20	180	365 140
GHARB-CHRARDA-BENI HSEN	17	226	156 300
Total	1 756	31 833	15 269 112

Source : ODCO, 2014

REPARTITION DES COOPERATIVES DE FEMMES PAR SECTEUR EN 2013



REPARTITION DES COOPERATIVES DE FEMMES PAR REGION EN 2013

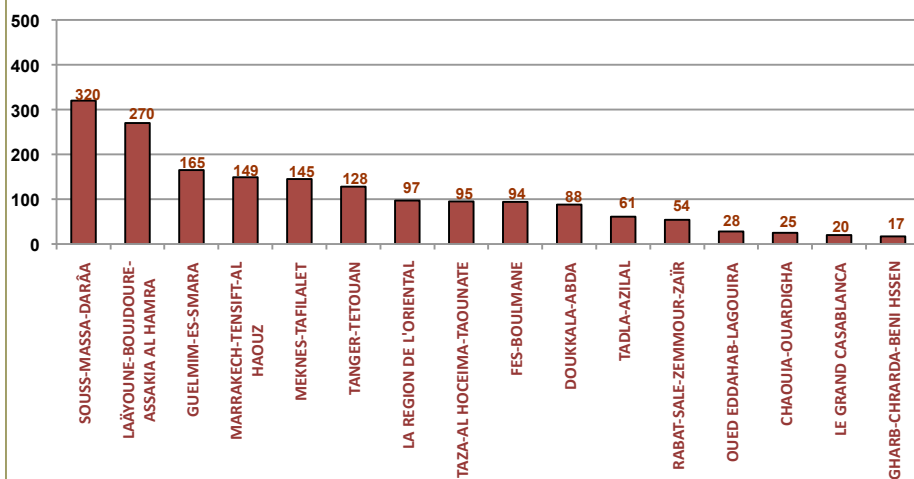


Tableau n°5
les coopératives des lauréats diplômés par secteur (Fin 2013)

Secteur	Nombre	Adhérents	Capital en dh
AGRICULTURE (H.R.A)	150	1 723	10 595 558
ALPHABETISATION	83	820	1 223 084
FORETS	21	440	247 400
ARTISANAT	20	182	761 223
TRANSPORT	15	58	908 000
CENTRES DE GESTION	11	101	212 000
PLANTES MEDICINALES ET AROMATIQUES	9	88	1 470 471
DENREES ALIMENTAIRES	5	113	39 450
COMMERCANTS DETAILLANTS	3	16	275 000
TOURISME	2	11	17 200
ARGANE	1	8	3 500
ART ET CULTURE	1	7	6 000
EXPLOITATION DES CARRIERES	1	8	28 800
MAIN D'OEUVRE	1	21	8 200
PECHE	1	4	25 950
TELECOMMUNICATION	1	11	30 000
TRAITEMENT DE DECHETS	1	9	81 100
COMMERCE ELECTRONIQUE	1	8	5 600
Total	327	3 628	15 938 536

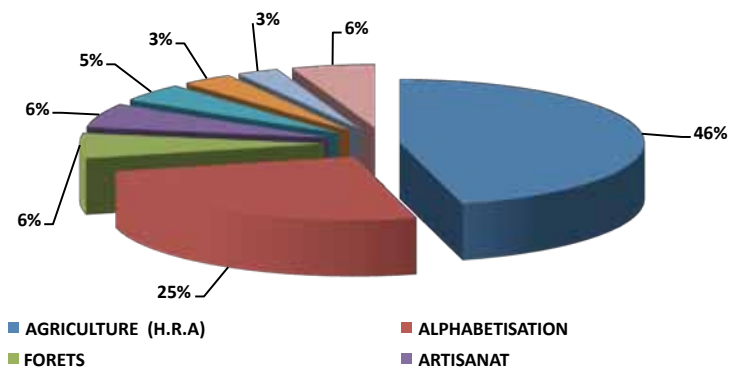
Source : ODCO, 2014

Tableau n°6
les coopératives des lauréats diplômés par région (Fin 2013)

Région	Nombre	Adhérents	Capital en dh
LA REGION DE L'ORIENTAL	59	360	1 197 600
MEKNES-TAFILALET	48	429	5 916 205
FES-BOULMANE	39	393	1 477 762
TANGER-TETOUAN	37	280	2 099 500
RABAT-SALE-ZEMMOUR-ZAÏR	24	267	495 900
GHARB-CHRARDA-BENI HSEN	21	819	618 836
TADLA-AZILAL	20	226	1 289 783
SOUSS-MASSA-DARÂA	19	242	1 008 873
TAZA-AL HOCEIMA-TAOUNATE	14	134	908 600
MARRAKECH-TENSIFT-AL HAOUZ	13	120	161 500
GUELMIM-ES-SMARA	10	82	42 800
LAËYOUNE-BOUJDOURE-ASSAKIA AL HAMRA	7	56	52 200
DOUKKALA-ABDA	7	68	61 750
LE GRAND CASABLANCA	6	118	469 627
CHAOUIA-OUARDIGHA	3	34	137 600
Total	327	3 628	15 938 536

Source : ODCO, 2014

REPARTITION DES COOPERATIVES DES LAUREATS DIPLOMES PAR SECTEUR EN 2013



REPARTITION DES COOPERATIVES DES LAUREATS DIPLOMES PAR REGION EN 2013

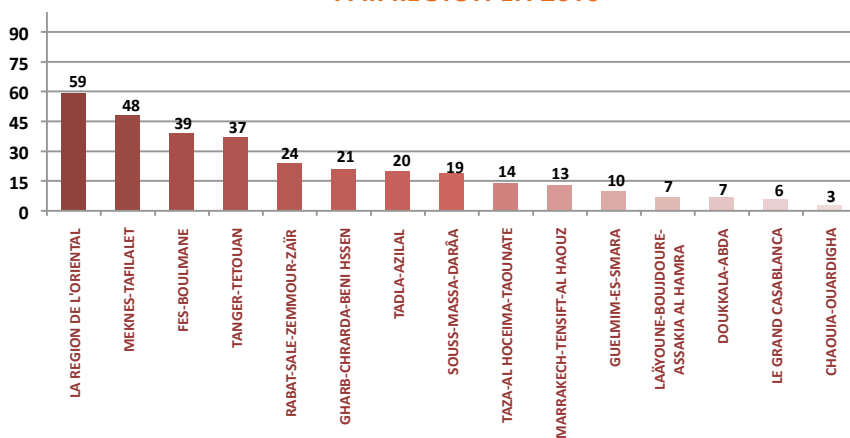


Tableau n°7
les unions des coopératives par secteur (Fin 2013)

Secteur	Nombre	Adhérents	Capital en dh
AGRICULTURE (H.R.A)	60	641	15 525 527
ARTISANAT	6	39	167 700
FORETS	5	57	100 200
ARGANE	4	41	95 500
HABITAT	3	21	380 000
PECHE	2	11	50 000
PLANTES MEDICINALES ET AROMATIQUES	1	11	11 000
Total	81	821	16 329 927

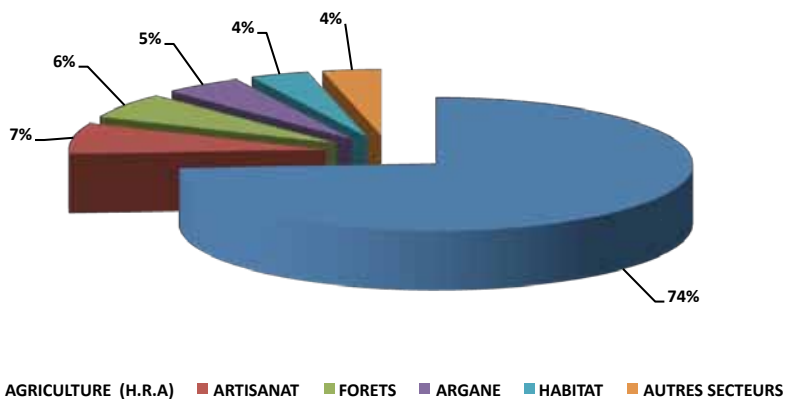
Source : ODCO, 2014

Tableau n°8
les Unions des coopératives par région (Fin 2013)

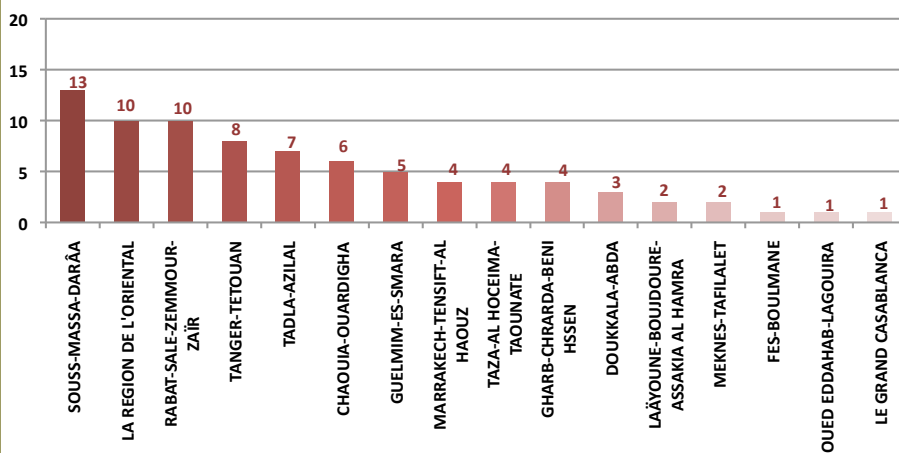
Région	Nombre	Adhérents	Capital en dh
SOUSS-MASSA-DARÂA	13	108	224 000
LA REGION DE L'ORIENTAL	10	63	2 823 500
RABAT-SALE-ZEMMOUR-ZAÏR	10	127	797 200
TANGER-TETOUAN	8	77	5 781 800
TADLA-AZILAL	7	82	143 000
CHAOUIA-OUARDIGHA	6	39	484 000
GUELMIM-ES-SMARA	5	26	17 100
MARRAKECH-TENSIFT-AL HAOUZ	4	75	740 700
TAZA-AL HOCEIMA-TAOUNATE	4	25	3 362 527
GHARB-CHRARDA-BENI HSEN	4	44	33 700
DOUKKALA-ABDA	3	54	91 000
LAÏYOUNE-BOUJDOURE-ASSAKIA AL HAMRA	2	61	17 300
MEKNES-TAFILALET	2	10	64 100
FES-BOULMANE	1	12	120 000
OUED EDDAHAB-LAGOUIRA	1	7	20 000
LE GRAND CASABLANCA	1	11	1 610 000
Total	81	821	16 329 927

Source : ODCO, 2014

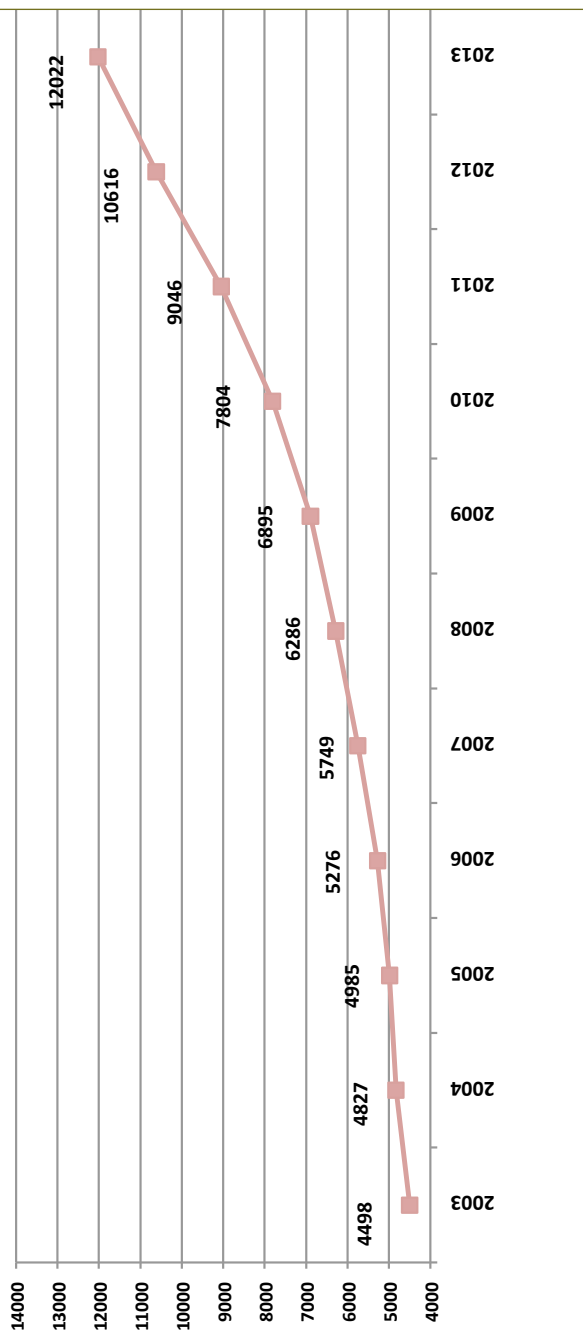
REPARTITION DES UNIONS DES COOPERATIVES PAR SECTEUR EN 2013



REPARTITION DES UNIONS DES COOPERATIVES PAR REGION EN 2013



EVOLUTION DU NOMBRE DE COOPERATIVES PAR ANNEE (2003-2013)



Adresses



— L'Administration Centrale :

Office du Développement de la Coopération

13, Rue Dayet Aoua, Agdal , Rabat - Maroc

Tel : 05.37.77.10.33/34/ Fax : 05.37.77.10.05

- **E-mail: odco05@yahoo.fr - Site web: www.odco.gov.ma**

Les Délégations :

- Agadir : Avenue Hassan 1er Imm Amal Souss BP 532
TEL/FAX : 05.28.23.33.97 • E-mail : agadir@odco.gov.ma
- Al Houceima : 3,Avenu Al Andalous BP 259
TEL/FAX : 05.39.84.14.75 • E-mail : alhouceima@odco.gov.ma
- Beni Mellal : Rue Chabbi BP 1750 Oulad hemdan
TEL/FAX : 05.23.42.04.31 • E-mail : benimellal@odco.gov.ma
- Casablanca : n° 45 Rue Elhabacha 2ème Etage, Appt 3 BP 1066
TEL/FA X : 05.22.30.44.36
- Eddakhla : Imm Al Khair 2ème Etage Quartier Mly Rachid
TEL/FAX : 05.28.93.29.83
- Fès : 60, Avenue Zerktouni Atlas BP 2039
TEL/FAX : 05.35.65.43.62 • E-mail : Fes@odco.gov.ma
- Guelmim BAB SAHARA : 840,Hay Al Kods, BP 415
TEL/FAX : 05.28.87.30.38 • E-mail : guelmim@odco.gov.ma
- Kenitra : Angle Avenue Mohammed Diouri et Avenue Lyarmog, BP 249
TEL/FAX : 05.37.37.56.31 • E-mail : kenitra@odco.gov.ma
- Laayoune : Immeuble 87 Avenue 24 novembre Appt N° 1 Hay Saada BP : 493
TEL/FAX : 05.28.89.29.48 • E-mail : laayoune@odco.gov.ma
- Marrakech : 82,Avenue Yougoslavie Imm Mellak BP 2209
TEL/FAX : 05.24.43.77.88 • E-mail : marakech@odco.gov.ma
- Meknès : 6, Rue Antsirabé N°1 Etage 1.BP 49
TEL/FAX : 05.35.51.49.80 • E-mail meknes@odco.gov.ma
- Oujda : Avenue Mohamed V, Imm Al Bourssa 3ème Etage N°5 BP 49
TEL/FAX : 05.36.68.28.33 • E-mail : oujda@odco.gov.ma
- Safi : Plateau N°6, 3ém Etage Lot Bouzobaa Avenue ibn Zaidane N.V
Safi B.P 366
TEL/FAX : 05.24.62.10.95 • E-mail : safi@adco.gov.ma
- Settat : Avenue Hassan II Imm 20 Appt 6,2eme Etage BP 813
TEL/FAX : 05.23.40.51.45 • E-mail: settat@odco.gov.ma
- Tanger : Avenue Youssef Ben Tachfine, Imm Fraihi, BP 1134
TEL/FAX : 05.39.94.67.85 • E-mail : tanger@odco.gov.ma

***Les auteurs sont seuls responsables des opinions exprimées
dans leurs articles***