

SURF, SOCIÉTÉ ET TERRITOIRE.

Vers une compréhension globale de l'écosystème Surf de Taghazout.

p4 **Edito** , *Said BELLA et Rachid MOUTCHOU*

p5 **Introduction** , *Stéphanie CRABECK*

p7 **Première partie : Surf et Société**

p8 1. Le Taghazout Surf Expo, premier hub international dédié à l'écosystème surf et à son étude scientifique, *Stéphanie CRABECK*

p14 2. Surf et société entre image de marque et développement territorial. Conférence inaugurale des Journées Scientifiques du Taghazout Surf Expo 2022, *Abdelilah JALLOUL et Mohamed BEN ATTOU*

p18 3. Le surf : un intérêt politique progressif. Deux décennies de recherches sur le terrain au Maroc, *Christophe GUIBERT*

p26 4. La vague comme ressource territoriale, *Mohamed BERRIANE*

p31 **Deuxième partie : Territoires du tourisme et du surf**

p32 5. Typologie, itinéraire de lieux et nouvelles tendances. Les clés d'une lecture géohistorique du littoral entre Agadir et Taghazout, *Stéphanie CRABECK*

p44 6. Lire le paysage historique du village de Taghazout, *Simone SAFE*

p60 7. Station de Taghazout Bay entre projection touristique, vécu et marges mondialisées, une approche de communication socio-territoriale, *Mohamed BEN ATTOU*

p63 Troisième partie : Regards autochtones

p64 8. Taghazout par ses autochtones/habitants. Pour une sociologie des marges face à l'hétérotopie et à la touristification, *Brahim LABARI*

p68 9. L'identité culturelle de Taghazout au confluent du tourisme et du surf, *Zahra SOUALAH*

p71 Quatrième partie : Résilience, créativité et opportunités d'avenir

p72 10. Taghazout. Repenser le territoire et le tourisme à l'ère des nomades numériques, *Stéphanie CRABECK*

p74 11. Résilience et créativité : comment le secteur touristique marocain a transformé la crise du Covid 19 en opportunité grâce aux NTIC. L'exemple d'Aloha Surf Camp à Tamraght, *Hanane MABROUK et John VAN DEN PLAS*

p78 12. Désirable, rare et hors du temps : Taghazout détiendrait-elle les ingrédients d'une destination slow luxe ? *Benjamin BERNARD, Stéphanie CRABECK et Aurélie VACHAUDEZ*

p85 Conclusion, *Stéphanie CRABECK*

p86 Liste des auteurs

EDITO

Saïd BELLA et Rachid MOUTCHOU

En 2016, deux âmes passionnées, Saïd Bella et Rachid Moutchou, se sont lancées dans un projet qui allait changer la destinée de leur bien-aimé village de Taghazout, et de la communauté des surfeurs qui y avait élu domicile. L'idée de Taghazout Surf Expo a germé dans leur esprit, animée par un profond désir de rendre hommage à leur région, tout en célébrant la culture du surf qui avait transformé ce paisible village de pêcheurs en un véritable paradis pour surfeurs.

Saïd Bella et Rachid Moutchou avaient grandi aux côtés de surfeurs locaux tels que Tarik Wahbi, Youness Arehbi, Tarik Allilou, et bien d'autres, témoins privilégiés de la remarquable transformation de Taghazout. Ils étaient les gardiens de cette histoire qui se dessinait, une histoire marquée par les vagues, l'océan, la convivialité, et la passion indomptable pour le surf.

L'année 2021 a représenté un tournant décisif. Alors que la première édition du Taghazout Surf Expo s'annonçait déjà comme un événement exceptionnel, le hasard a conduit à la rencontre des fondateurs avec l'anthropologue belge John Van Den Plas. Cette rencontre fortuite a initié l'ajout d'une dimension inédite, celle d'un volet scientifique.

C'est ainsi que les portes se sont ouvertes à l'intégration d'une communauté de chercheurs passionnés. Parmi eux, Monsieur Mokhtar EL MAHOUAL, directeur du laboratoire de communication LARLANCO de l'Université Ibn Zohr d'Agadir, et Madame Stéphanie CRABECK, directrice du lab-réseau belge spécialisé en tourisme ULYSSE, ont immédiatement adopté la vision du projet. Ils ont compris que le Taghazout Surf Expo pouvait offrir une précieuse opportunité aux chercheurs du monde entier travaillant dans le domaine du surf, une chance unique de partager leurs découvertes au sein d'une communauté tout aussi passionnée.

Aujourd'hui, le Taghazout Surf Expo est devenu un lieu de rendez-vous pour les chercheurs venant des quatre coins de la planète, une plateforme où ils partagent leurs travaux et recherches avec un public averti. L'ouvrage que vous tenez entre vos mains est le reflet du travail de ces chercheurs, une contribution essentielle à notre région et au monde du surf. On ne saurait conclure sans adresser de profonds remerciements à Madame Stéphanie Crabeck, qui a joué un rôle prépondérant dans la réalisation de ce magnifique ouvrage. Sa passion, son engagement, et son expertise ont été des catalyseurs essentiels pour cette aventure.

INTRODUCTION

Stéphanie CRABECK

Le surf, bien plus qu'une simple discipline sportive, incarne une culture dynamique qui transcende les frontières géographiques et les barrières culturelles. C'est une philosophie de vie, un vecteur de développement économique, un miroir reflétant l'identité culturelle, et un catalyseur du changement territorial. Le surf est aussi le fil conducteur d'un récit passionnant où la nature, la société et le territoire se rencontrent pour créer un écosystème complexe et interconnecté. Au cœur de cette aventure, se trouve Taghazout, un petit village côtier du Maroc qui est devenu l'un des points névralgiques mondiaux de la culture surf. L'ouvrage « Surf, Société et Territoire. Vers une compréhension globale de l'écosystème Surf de Taghazout » est une exploration approfondie de cette intersection fascinante entre le surf, la société et le territoire dans la région de Taghazout.

Après une immersion dans les coulisses du Taghazout Surf Expo, une institution pionnière dans la recherche scientifique appliquée à l'écosystème surf, chacun des chapitres en discutera les diverses facettes, de la genèse historique du surf à Taghazout à son influence cruciale dans la création de l'image de marque de la région, en tant que destination touristique de renom.

La première partie, « Surf et Société », dévoilera comment la pratique du surf, autrefois simple loisirs, évolue en une force politique et économique, tout en restant profondément ancrée dans le tissu culturel du Maroc.

La deuxième partie, « Territoires du tourisme et du surf », guidera notre exploration de la côte à travers une analyse géo-historique, mettant en exergue l'évolution urbanistique et architecturale des lieux de tourisme entre Taghazout et Agadir.

La troisième partie, « Regards autochtones », dévoilera le regard et la voix des résidents locaux, parfois négligés, mais porteurs d'une compréhension profonde de la dynamique entre la société et le surf.

La quatrième et dernière partie, « Résilience, créativité et opportunités d'avenir », abordera les perspectives futures de Taghazout dans un monde en constante mutation, mettant en lumière comment la manière dont la résilience et la créativité peuvent façonner une destinée différente pour cette région emblématique.

Première partie : SURF ET SOCIÉTÉ



Le Taghazout Surf Expo, premier hub international dédié à l'écosystème surf et à son étude scientifique

Stéphanie CRABECK

Le Taghazout Surf Expo, véritable épice de surf, de l'innovation et des affaires, a laissé une marque indélébile dans la communauté du surf et du tourisme lors de sa première édition en 2022. Cet événement a été couronné de succès, rassemblant non seulement des surfeurs passionnés, mais aussi des représentants gouvernementaux, des entrepreneurs, des artistes et des chercheurs chevronnés, créant ainsi une plateforme diversifiée et engageante pour des discussions qui forgent l'avenir.

Le Taghazout Surf Expo va également au-delà de l'aspect récréatif ou sportif du surf en offrant aux participants l'occasion unique d'explorer en profondeur cet univers. Les experts du monde scientifique et de la recherche y partagent leurs connaissances et leurs découvertes, apportant une dimension intellectuelle et novatrice à l'événement.

Enfin, l'événement encourage la réflexion sur les tendances de l'industrie. Il incarne une convergence unique d'idées, d'expériences et d'engagements visant à enrichir l'industrie du surf et à soutenir son développement continu dans une optique de durabilité.

Le volet scientifique du Taghazout Surf Expo

Le volet scientifique du Taghazout Surf Expo (TSE) est une entreprise visionnaire qui vise à explorer en profondeur l'écosystème du surf à Taghazout et dans sa région. Cette initiative novatrice au sein d'un salon international de surf est le fruit d'une collaboration entre deux laboratoires de recherche de renom : le Laboratoire de Recherche sur les Langues et la Communication (LARLANCO) de l'Université Ibn Zohr d'Agadir et le réseau de recherche Lab-ULYSSE basé en Belgique, spécialisé dans la recherche en tourisme.

Cette collaboration a été amorcée en 2021, lorsque ces deux laboratoires ont uni leurs forces pour entreprendre une série d'études approfondies sur l'évolution historique, urbaine, architecturale, économique et sociale de Taghazout. Plus de 15 chercheurs, doctorants et professeurs, provenant de disciplines diverses, ont ainsi collaboré en binôme ou en complémentarité pour apporter des perspectives variées à l'objet d'étude.

Fort du succès de leur collaboration, les équipes scientifiques ont rapidement renforcé leur partenariat en établissant de nouvelles collaborations avec d'autres laboratoires de recherche internationaux spécialisés dans l'étude du surf et de son écosystème, qu'ils soient situés en France, au Brésil, en Finlande ou ailleurs.

La méthodologie de travail des équipes scientifiques est structurée en quatre phases distinctes, chacune contribuant à une meilleure compréhension de l'écosystème du surf à Taghazout et à la génération de connaissances précieuses pour cette communauté dynamique.

1. les missions de recherche de terrain. La première étape essentielle de cette méthodologie consiste en la réalisation de missions de recherche minutieusement planifiées et définies. Il s'agit de jeter les bases du processus de recherche en déterminant les objectifs, la portée, et la méthodologie à suivre. Dans cette phase, les équipes pluridisciplinaires prennent forme, avec des chercheurs internationaux provenant de divers horizons académiques et professionnels. Chacun de ces chercheurs apporte à l'analyse du territoire son expertise unique et sa perspective à la recherche, créant ainsi un environnement propice à l'innovation et à la compréhension approfondie de l'industrie du surf et du tourisme.

2. L'observation participante in situ sur le TSE. Celle-ci a joué un rôle central lors de la première édition du Taghazout Surf Expo. Au cours de l'événement, les chercheurs ont adopté une approche immersive en devenant des participants actifs dans toutes les activités de l'événement, agissant en tant qu'observateurs engagés. Ils ont non seulement assisté aux diverses activités, mais ont également pris part aux discussions et aux interactions qui ont eu lieu tout au long de l'événement. De plus, les chercheurs ont eu l'opportunité précieuse de rencontrer et de dialoguer avec les acteurs clés impliqués dans l'industrie du surf à Taghazout, qu'ils soient issus du secteur public ou privé. La démarche comprenait des discussions avec ceux qui jouent un rôle essentiel dans le développement économique, territorial et sportif de la région. Ces échanges et ces rencontres ont permis de recueillir des données de première main et de développer des relations avec les parties prenantes locales. L'approche d'observation participante a ainsi enrichi de manière significative la compréhension de l'écosystème du surf à Taghazout, en offrant un aperçu authentique et approfondi des dynamiques, des enjeux et des opportunités d'avenir. Les informations recueillies in situ viennent ainsi compléter celles récoltées durant les missions de terrain.

3. L'analyse et les présentations des résultats. Une fois les données collectées sur le terrain et dans la littérature, l'étape suivante consiste en l'analyse des informations. Les analyses pluridisciplinaires, combinant des approches géographiques, architecturales, sociologiques, historiques mais aussi utilisant les techniques de la communication et du marketing ont permis de dégager des résultats significatifs qui éclairent la compréhension de l'écosystème surf du territoire d'étude. Pour diffuser ces résultats, des ateliers scientifiques spécifiques ont été organisés au sein des universités concernées et dans le cadre de colloques scientifiques internationaux. De plus, des interventions dans les cours ont été planifiées dans des universités et des établissements d'enseignement supérieur pour sensibiliser les étudiants aux résultats de la recherche. En parallèle, les résultats ont également été publiés dans des revues scientifiques, garantissant ainsi leur accessibilité à un public international et académique plus large. Enfin, une diffusion des résultats vers le grand public se réalise directement sur le lieu de l'événement par l'organisation d'ateliers réunissant les chercheurs et les publics en présence pour discuter des découvertes, encourager le partage d'idées et favoriser la collaboration.



Figures 1 et 2 : En amont du Taghazout Surf Expo, les équipes de recherche mènent leurs travaux. Photographies : S. Crabeck (2022)

4. Discussion des résultats avec les acteurs professionnels. Cette étape cruciale de la méthodologie vise à mettre en relation les résultats de la recherche scientifique avec les acteurs clés de l'industrie du surf et du tourisme. Des tables rondes sont organisées du le Taghazout Surf Expo, réunissant chercheurs, professionnels, décideurs gouvernementaux et représentants d'entreprises. Ces discussions visent à transformer les connaissances acquises en actions concrètes. Elles permettent également de formaliser les engagements des différentes parties prenantes envers le

développement durable de l'industrie. De plus, ces dialogues contribuent à l'identification de nouveaux thèmes de recherche pertinents à explorer dans le futur. Pour faciliter la diffusion de ces connaissances vers le secteur professionnel, des publications spécifiquement destinées aux acteurs de l'industrie sont produites.



Figure 3 : Echanges entre les professionnels de l'écosystème surf de Taghazout, les institutions et les chercheurs. Photographie : Taghazout Surf Expo (2022)

En somme, cette méthodologie en plusieurs étapes s'inscrit dans une approche holistique et collaborative de la recherche sur l'industrie du surf et du tourisme. Elle vise à combler le fossé entre la recherche académique et l'application pratique, tout en contribuant activement au développement durable de cette activité économique passionnante.

Recherche appliquée dans le cadre du Taghazout Surf Expo

Lab-réseau ULYSSE : Co-organisation du volet scientifique du
premier salon international du surf sur le continent African :
Taghazout Surf Expo (2022, 2023)



Figure 4 : Les étapes de mise en oeuvre du volet scientifique du Taghazout Surf Expo. Schéma: S. Crabeck

Profil de compétences de l'équipe scientifique

L'équipe scientifique, composée de chercheurs et d'experts dans divers domaines, a dans ses compétences le service à la société, en fournissant des ressources et des connaissances pluridisciplinaires et internationales. Leur capacité à questionner, produire des données, des réflexions et des analyses, ainsi qu'à proposer des méthodes quantitatives et qualitatives, est un soutien aux acteurs publics, institutionnels et privés qui participent au développement des territoires du tourisme.

Ces chercheurs ne travaillent pas de manière isolée, mais collaborent, fort de leurs réseaux, étroitement avec d'autres spécialistes à l'échelle internationale en fonction des études à réaliser. Cette complémentarité permet de décloisonner les approches et de se connecter à de nouveaux réseaux et ressources, favorisant ainsi l'innovation et le progrès.

L'équipe de chercheurs propose ses services d'études et d'accompagnement de projet aux acteurs institutionnels et privés qui souhaitent s'engager dans l'expérimentation de nouvelles approches, la mise en œuvre d'actions, l'évaluation et la formalisation de méthodes et d'outils. Cette approche pratique et collaborative vise à renforcer le développement des territoires en tant que destinations durables et attractives.

De plus, l'équipe scientifique s'engage dans le développement de formations académiques et professionnalisantes. Ces formations visent à former la prochaine génération de professionnels du secteur touristique, de l'aménagement du territoire, de la communication et d'autres domaines pertinents. Cela contribue à renforcer les compétences locales et à favoriser le développement durable des régions.

Enfin, pour soutenir leurs activités de recherche et de développement, l'équipe est familière d'appels à projets nationaux et internationaux ouverts aux acteurs académiques. Ces projets peuvent également inclure la participation d'acteurs publics et institutionnels, créant ainsi des opportunités de financement et de collaboration à l'échelle nationale et européenne.

Surf et Société entre image de marque et développement territorial.

Conférence inaugurale des Journées du Scientifiques du Taghazout Surf Expo 2022

Abdelilah JALLOUL et Mohamed BEN ATTOU

La contribution constitue un croisement de regards des différents champs disciplinaires des sciences sociales sur les questions liées aux fondements épistémologiques de la production des savoirs sur l'espace et la société au Maroc. Ceci, à travers l'apport de la géographie à la connaissance sur les dynamiques économiques et sociétales et leur jonction à un espace mouvant : la marge mondialisée. Le territoire de Taghazout (y compris Taghazout Bay) est véritablement un espace mouvant. Une station balnéaire de référence, de par sa conception, ses investissements et sa composante hôtelière (615 ha) bien insérée dans le système monde depuis 2011 ; mais implantée dans un espace sociétal de marge territoriale.

L'approche par la notion de marge permet, au départ, d'appréhender les inégalités sociales dont la lecture se fait à travers l'espace. Elle rend compte aussi de la dynamique territoriale et des échanges qui se nouent (en termes de séparation ou de rapprochement) entre une société marginale et une économie touristique extravertie. Il s'agit d'un regard nouveau sur la notion de « la marge mondialisée », non pas à travers la distance, mais bien dans le niveau de développement en référence aux impacts créés au sein de cette marge mondialisée, et qui sont capables de surclasser les déterminismes physiques et culturels, par de nouveaux déterminismes appuyés sur des modèles statistiques, la mesure de la modernité, la justice foncière et l'accès à une vie décente. Bien que des processus interagissent temporellement (facteurs complexes du social, du culturel et de l'environnemental), la marge mondialisée (Taghazout) se définit comme étant une dimension relationnelle. C'est-à-dire, un espace socio spatial mouvant dont l'étendue, le contenu et les limites sont changeants en fonction du degré d'interférence de la société avec l'économie planifiée et la justice territoriale.

Loin de concevoir la marge mondialisée comme un espace de marginalité, de pauvreté et de domination, Taghazout est avant tout un lieu d'où sont parties des innovations socio-techniques, politiques et culturelles qui ont marqué la phase post-Covid 19. En effet, la crise sanitaire a bel et bien impacté le secteur touristique à l'échelle mondiale. Toutefois, la même crise

a permis de dynamiser le tourisme interne et de rediriger les nationaux vers des destinations qu'ils ne connaissaient pas ou peu. Ainsi la marge mondialisée de Taghazout Bay a séduit cette clientèle qui a contribué indirectement dans la finalisation du Projet de Taghazout Bay. Le lendemain de la crise, avec la réouverture des frontières aériennes, la reprise des tour-opérateurs et l'intérêt

des touristes nationaux pour la destination Taghazout Bay, l'ensemble des établissements touristiques sont opérationnels, avec des positionnements et des formules d'hébergement très diversifiées, plus adaptatifs. Ceci en parfaite combinaison avec le surf, le Spa, le régime de « Résidences Immobilières de Promotion Touristique » (RIPT) et le golf qui offre un parcours de 27 trous opérationnel depuis 2021. La saison estivale post covid-19 a été exceptionnelle. Elle a même influencé le concept touristique dans la marge mondialisée vers une attraction, bien évidemment, centrée sur le créneau du luxe, mais libérant progressivement un espace significatif pour les demandes touristiques sur le milieu de gamme. L'implantation des zones d'aménagement mitoyennes à la station au niveau des communes rurales d'Aourir et de Taghazout (3 et 4 étoiles, commerces et animation) va dans ce sens. Au-delà de l'infrastructure hôtelière existante, l'offre touristique de la marge mondialisée va s'orienter ainsi, pour le moyen terme, vers une composante combinant les résidences fermées et sécurisées autour du golf, sous forme de villas et d'appartements et des duplex autour de piscines et d'espaces verts.

Plus saisissant encore, la « marge mondialisée » a su, par extension, intégrer l'activité du surf dans son image de marque. Il s'agit, à ce niveau, d'un exemple pertinent de la dimension relationnelle entre territoires, sociétés et management. Bien que l'organisation et le déroulement du surf (activité, encadrement, hébergement, restauration, commerces de proximité transitent encore entre un espace raison d'être pour le surf mais sous-intégré (Aftass-village) et un haut lieu du tourisme environnemental et de facture (Taghazout Bay), il est certain que les capacités de développement et d'innovation de la marge mondialisée sont en mesure de réconcilier les territoires. Le volet scientifique de Taghazout Surf Expo est une démarche pertinente pour comprendre et s'imprégner des rapports selon lesquels fonctionne la marge mondialisée.

L'approche pluridisciplinaire adoptée autour de l'activité du surf (sport, sociétés, échanges d'expériences et d'expertises, citoyenneté...), la convergence créée avec les différents partenaires à l'échelle nationale et internationale ainsi que le rapprochement entre professionnels du tourisme, du surf et les représentants des communautés locales, a permis de

promouvoir le vrai visage de la marge mondialisée. Celle d'un espace de développement, d'innovation et de promotion sociale en passe d'affirmation et de caractérisation notamment avec les grands projets d'infrastructures que connaît actuellement la région de Souss-Massa. La marge mondialisée affecte le développement de la région de Souss-Massa, ses territoires. Elle affecte ces paysages et les touristes nationaux. De ce fait, et au-delà du bénévolat scientifique et de l'implication individuelle et professionnelle, la promotion de la marge mondialisée autour du tourisme, du surf et des activités de loisirs et du sport doit composer dans l'investissement (hors programme gouvernemental d'appels à projet d'entrepreneuriat de type Forsa et d'appui aux établissements d'hébergement touristique) de la SMIT estimé à 2.2 milliards de DH pour la période 2023-2025 (EEP).

Une telle initiative dans le cadre du plan de relance pour le soutien des entreprises touristiques fragilisées par la crise doit s'orienter vers les communes d'Aourir et de Taghazout, le maillon faible de la marge mondialisée. Ce même maillon constitue l'environnement central : touristique, culturel et patrimonial du surf. Autrement dit, l'esprit du surf et au-delà, son encrage, sa renommée internationale et l'image de liberté qu'il symbolise s'attachent étroitement au village d'Aftas, à Aourir, à la restauration de fortune, à l'hébergement de la débrouille et à la compagnie des Beach Boys. Or les deux composantes territoriales (Taghazout Bay et les villages) sont les deux faces d'un même médaillon. L'une ne peut se dissocier de l'autre. D'un côté, c'est l'authenticité, le label et de l'autre c'est la modernité, c'est l'avenir.

Si l'on privilégie le tourisme de haute gamme, le marché immobilier solvable et l'accapitation foncière, on finira par étouffer l'esprit sans frontières du surf et tout ce qu'il représente comme imaginaire pour un « surf clonage-bay » qui finira par s'estomper automatiquement. Ainsi une bonne partie de la demande touristique s'orientera ailleurs. D'ailleurs, la voie du bulldozer en marche sur l'infrastructure hôtelière de fortune et ses antennes n'est peut-être pas, à priori, la solution adéquate lorsque le secteur de la glisse fait vivre progressivement la majorité de la population autochtone et de voisinage. Oui à la conformité (normes de la construction, respect du domaine maritime) mais à travers un processus d'adaptation, d'orientation, d'accompagnement et de soutien. Non plus, la bétonisation excessive des côtes peut nuire à l'activité du surf, donc aux revenus des ménages.

Bref, toute la valeur ajoutée de la marge mondialisée repose sur le rapport relationnel des deux composantes territoriales qui la constitue. Le surf, la société, l'image de marque et le développement territorial via le tourisme de haut standing sont tributaires de l'échange étroit qui doit les consolider

économiquement, socialement et sur le plan environnemental. Fonctionner sous un rapport de forces risque de leur faire tourner le dos vers plus de fragilité et de raisonnement opportuniste au m² foncier et à la bétonisation excessive pouvant aller à l'encontre du concept même de Taghazout bay. L'événement scientifique du Taghazout Surf Expo qui a pu réunir autour de la table un bon nombre d'acteurs opérateurs, praticiens du surf, gestionnaires de l'hôtellerie, personnes-ressources et académiciens est déjà un grand pas vers la réconciliation territoriale de cette marge mondialisée.

Le surf : un intérêt politique progressif

Deux décennies de recherches sur le terrain marocain

Christophe GUIBERT

Introduction : un « flash-back » révélateur d'une transformation conséquente des représentations

L'analyse du développement qualitatif et quantitatif des loisirs tels que les activités sportives nécessite une lecture longitudinale et historique adossée à de multiples processus. La prise en compte des politiques publiques, de l'échelle locale à l'échelle d'un Etat, renseigne à bon compte sur la transformation des représentations d'une part (les valeurs, les idéologies) mais aussi les actions concrètes d'autre part (soutiens aux associations et aux fédérations sportives, budgets ministériels, construction d'équipements, etc.). Si les politiques publiques sportives à l'égard de sports comme le football ou encore l'athlétisme reposent, au Maroc, sur des engagements structurants datant de plusieurs décennies (le parcours de l'équipe marocaine de football à la dernière Coupe du Monde le confirme), d'autres sports, tel que le surf sur le littoral atlantique, se caractérisent par leur autonomie longtemps séculaire à l'égard des politiques sportives locales et étatiques (Guibert, 2008).

Toutefois, cette autonomie avec pour conséquence de faibles budgets, une structuration fédérale modeste, un intérêt des élus locaux pour le moins « distant », etc. semble se disloquer au profit d'une réelle attention des collectivités locales depuis quelques années. Si l'économie touristique liée à la commercialisation de services sportifs (découverte, initiation, stages) proposée par des entreprises – les « écoles de surf – auprès d'une clientèle internationale (européenne surtout) n'est pas nouvelle, la prise en compte par le champ politique de cet univers économique singulier est, quant à lui, assez récent. Le Taghazout Surf Expo organisé dans le village éponyme, haut lieu du surf marocain depuis plusieurs décennies, constitue à n'en pas douter un point de bascule, une sorte d'accélérateur dans la prise en compte des enjeux précités. La première édition de 2022 et l'édition de 2023 attestent d'une reconnaissance du surf au Maroc à la fois par les entreprises et sponsors privés ou encore par la présence de nombreuses entreprises spécialisées internationales. Les retombées médiatiques de l'événement dépassent également largement l'audience classiquement mesurée lorsqu'il est question de surf dans le Royaume. Mais surtout, ce sont les ateliers et tables rondes organisées en présence des élus locaux et des représentants

des institutions d'Etat et autres ministères qui assurent une dimension particulièrement intéressante à ce type de manifestation.

Un retour en arrière, à l'aune d'un terrain de recherche mené au début des années 2000 témoigne d'une sorte de « révolution copernicienne » dans la perception du poids que peut représenter économiquement et touristiquement le surf sur le littoral

marocain. Des élus locaux (de la commune à la région) envisagent dorénavant le surf comme une « ressource territoriale » (Gumuchian et Pecqueur, 2007) structurante de leurs littoraux tant du point de vue des retombées touristiques, médiatiques, sportives, sociales (création d'emploi) qu'en termes d'identification territoriale (Guibert, 2006), ce qui n'était pas le cas il y a deux décennies. Conduit en 2002 et 2003 de Mehdiya à Agadir, un terrain de recherche a été mené afin de saisir et analyser les politiques locales à l'égard du surf. Cette recherche s'inscrivait à l'époque initialement dans une perspective de comparaison internationale avec le cas français, en particulier le littoral de la région Aquitaine dans le cadre d'un doctorat de sociologie à l'université de Nantes en 2005. Or, à mesure que les investigations et la collecte de données étaient réalisées, il s'avérait que la comparaison avec le cas français devenait de moins en moins tenable sur le plan scientifique. L'écart était à l'époque trop important et ne permettait pas de dépasser l'obstacle de l'équivalence sémantique selon lequel une « politique sportive locale » en France et au Maroc pouvaient être comparés terme à terme.

Le parti pris d'orienter une analyse des usages et non usages politiques du surf au Maroc s'est trouvé conforté à la suite de plusieurs faits comme la couverture de Surf Session, magazine spécialisé leader en France, dans sa livraison de mai 2002, ou l'organisation avortée des Championnats du Monde Masters début 2003 à Safi, ville située entre Casablanca et Agadir. Bien que cette compétition n'ait pas eu lieu suite en partie au boycottage des surfeurs américains à l'issue des attentats du 11 septembre 2001, c'est l'attention des instances mondiales, notamment l'Association des Surfeurs Professionnels, manifestée à l'égard du Maroc qui révèle la place de ce pays en tant que « destination surf ». D'ailleurs, le nombre croissant de surfeurs européens qui séjournent au Maroc conforte cette évolution quantitative au début des années 2000. Enfin, le processus d'institutionnalisation du surf marocain avec la création de la Fédération Royale Marocaine de Surf et Bodyboard (FRMSB) en novembre 2002, bien que celle-ci ne permette pas à l'époque d'accroître avec force les « pouvoirs internes » (Suaid, 1995) du surf, témoigne de la structuration progressive de ce sport.

Les constats et analyses publiés dans un article scientifique (Guibert, 2008) et proposés ci-après positionnaient le surf comme une activité relativement méconnue, peu digne d'intérêt politique et économique.

Le sport au Maroc : un désintérêt politique durable au début des années 2000

La place de ministre des Sports, vacante depuis les élections législatives de septembre 2002 jusqu'à celles de septembre 2007, témoigne de la faible reconnaissance du sport même au niveau gouvernemental. Le sport marocain n'est pas une priorité nationale, ni locale au demeurant. Cette analyse se trouve renforcée par le faible nombre de licences sportives au Maroc au début des années 2000 (une licence pour 98 habitants), comparativement à la France par exemple (une licence pour 4,6 habitants). Selon les sources du ministère de la Jeunesse en 1999, plus de 303 000 licences ont été délivrées, dont environ 120 000 pour le football, 42 000 pour le taekwondo ou encore 30 000 pour l'athlétisme. Les raisons sont multiples : le faible nombre d'équipements et d'installations sportives, de spectacle sportif de haut niveau pouvant fidéliser une demande, de clubs, de fédérations ou encore de personnel encadrant. La part du budget de l'Etat (0,65%) allouée au ministère de la Jeunesse et des Sports est relativement constante depuis l'indépendance en 1956. Pour la période 1998-2000, le budget de la Jeunesse et des Sports s'élevait par année à environ 950 millions de dirhams (environ 86 millions d'euros), dont 74% uniquement liés aux dépenses de fonctionnement, le reste étant alloué aux investissements.

Les conditions d'habitat justifient souvent, aux yeux des élus locaux, le fait de favoriser certaines formes d'actions politiques telles que l'assainissement ou encore la collecte des ordures. Ainsi, pour le compte de l'année 1998, 91% des ménages urbains bénéficient de l'eau potable, 80% ont un logement raccordé au réseau des égouts, 85% bénéficient de la collecte communale des ordures et 86% disposent de l'électricité ; ces pourcentages restent encore très faibles en milieu rural, se situant respectivement à 12%, 1%, 2% et 16%. S'explique alors la relative non-prédisposition d'une grande partie de la société marocaine à la pratique du sport, et, par conséquent, le manque de considération des élus locaux à toute politique sportive territoriale qui n'y voient, en définitive, aucunement l'existence de ressource transférable dans le champ politique. Les élections municipales de 2003 ont confirmé également cette observation.

La structuration balbutiante du surf à partir de 2002

Alors que la plupart des postes de responsables de clubs de surf marocains sont tenus au début des années 2000 par des individus suffisamment dotés en capitaux culturels et économiques (souvent diplômés du supérieur, ils savent lire et proposent un site Internet de leur association, ils emmènent les surfeurs lors de déplacements dans leur propre automobile, etc.), la grande majorité des surfeurs marocains est issue de classes sociales qui en sont faiblement pourvus. Tous les responsables de clubs s'accordent pour rappeler la position relativement basse de ces derniers dans l'espace social. Selon le quotidien Maroc Hebdo, « plus de 90% de surfeurs sont issus de milieux défavorisés », ce qui atteste, même s'il s'agit d'une approximation, de la qualité sociale des surfeurs marocains. Le surf est socialement encodé au Maroc par des surfeurs souvent âgés de moins de vingt ans, pour la plupart en échec scolaire et avec de faibles potentialités économiques. Peu dotés en ressources économiques, les surfeurs se partagent à plusieurs le matériel ou possèdent des planches inappropriées (anciennes, détériorées ou encore peu optimales en termes de caractéristiques techniques). Selon notre enquête menée auprès des plusieurs clubs, près de quatre surfeurs sur cinq possèdent leur propre planche et environ les deux tiers possèdent une combinaison isotherme. Seuls 8% d'entre eux – souvent ceux qui possèdent un moyen de locomotion – ont l'habitude (plus de quatre fois par an) de surfer des vagues situées dans une ou plusieurs régions du Royaume différente de celle où ils résident. La moyenne d'âge repérée auprès des licenciés des trois clubs est par ailleurs relativement basse et justifie le peu de considération des élus à l'égard des surfeurs. C'est parce que plus de 77% ne possèdent pas l'âge légal de voter (21 ans) qu'ils ne représentent pas aux yeux des élus une population susceptible de les intéresser sur le plan électoral, tout au moins à court terme.

La pratique du surf au Maroc, longtemps confidentielle et peu visible, a pourtant été soumise à une rationalisation institutionnelle avec la création, en novembre 2002, de la FRMSB qui a favorisé l'homogénéisation de la pratique compétitive et associative. Elle coordonne les Championnats nationaux et assure petit à petit une représentativité du surf auprès des instances dirigeantes comme le ministère de la Jeunesse et l'Office National Marocain du Tourisme. Le nombre de licences recensé par la FRMSB depuis 2002 – 20 licences en 2003 et 323 en 2004 – témoigne du relatif intérêt des surfeurs marocains à l'égard de l'institution. Les subventions ministérielles sont, en conséquence, peu importantes. Définies en fonction du nombre de licenciés, du budget fédéral prévisionnel et des actions menées, elles s'élevaient à 5 000 euros pour l'exercice de l'année 2003 puis 12 000 euros pour 2004. La démission du président fondateur, deux ans

après la création de la Fédération, alimente à l'époque un peu plus le flou ainsi que les difficultés liées à l'organisation du surf au Maroc

Alors que la Fédération française de surf communique sur des valeurs éducatives, d'intégration par le surf et les vertus présumées du sport en général, il n'en est rien au Maroc où la FRMSB se borne à demander des subventions aux collectivités territoriales et aux sponsors pour l'organisation de compétitions locales dont les retombées médiatiques et en conséquence politiques restent faibles. Finalement, le surf des années 2000 au Maroc est en phase initiale de structuration à l'échelle du pays. Il a par exemple fallu attendre décembre 2006 pour que soient formés les premiers moniteurs brevetés d'Etat. La visibilité du surf marocain est en réalité modeste au début des années 2000, et les représentations spontanées des élus ne définissent pas le surfeur comme un sportif à part entière. L'absence de référence historique (champions, compétitions, etc.), qui structurent largement un espace symbolique sportif, fait défaut au Maroc en ce sens que les représentations ne s'appuient pas sur des faits objectifs identifiables. Ce processus tend à invalider toute initiative fédérale auprès des administrations ou des collectivités locales marocaines.

La position dominée du surf dans l'espace des sports marocain tient en partie au fait que l'activité est historiquement « récente » et que la structuration institutionnelle engagée n'assure pas un développement quantitatif lui permettant d'acquérir plus de reconnaissance. Le surf, qui n'apparaît pas sur « l'agenda politique » (Padioleau, 1982) des édiles, n'est en outre pas ou peu financé par les collectivités locales qui ont d'autres préoccupations. C'est en réalisant le jeu de correspondances entre l'espace des sports et l'espace social où le surf est en position dominée vis-à-vis d'activités touristico-sportives socialement sélectives (la voile, le golf) ou des sports plus « populaires » aux effectifs nombreux comme le football ou l'athlétisme et aux champions reconnus, que s'explique le manque de considération de ce sport par les élus locaux. Sport mineur en termes d'effectifs, au recrutement social peu élevé, les élus ont peu d'intérêt politique à favoriser l'essor d'une telle pratique dès lors doublement dominée.

Un geste royal : L'Oudaya Surf Club de Rabat

La ville de Rabat possède le club de surf (près de 200 membres) le plus « somptueux » du Royaume dont nombre de dirigeants français pourraient envier les installations. L'Oudaya Surf Club de Rabat (OSCR) a été financé par les « deniers royaux » sur une volonté royale. Situé sur la corniche de la capitale, le bâtiment rompt catégoriquement avec l'architecture traditionnelle, les cimetières qui bordent la route côtière et la médina qui se situe à quelques dizaines de mètres. Le club de surf est en quelque sorte un

îlot dédié à un « sport occidental » au sein de la tradition urbaine. Un bar, en terrasse, est le lieu de rencontre des « jeunes » issus des classes favorisées de Rabat et de ses environs, pour qui l'OSCR est un espace privilégié de rencontre. Passionné de jet-ski et de « sports nautiques » en général, le Roi Mohamed VI a décidé de favoriser le surf dans la capitale grâce à la réalisation de ce club dont il est le président d'honneur depuis 1999, dirigé actuellement par un proche conseiller du souverain. La position du jet-ski dans l'espace des sports au Maroc est en effet singulière depuis que Mohamed VI s'adonne régulièrement à ce sport. Désigné par la plupart des surfeurs marocains comme « le club royal », cette dénomination insiste sur le caractère immuable de l'établissement : le surf peut donc devenir une ressource politique en termes de promotion sociale et politique l'illustrent à l'époque les propos explicites de quelques élus locaux de Casablanca et d'Agadir.



Figure 1 : L'Oudaya Surf Club de Rabat : un bâtiment symboliquement imposant et grandiose. Situé en le long de la corniche de Rabat face à un « spot » de surf, l'OSCR est un équipement luxueux.

Photographie : Christophe Guibert, Rabat, avril 2014.

Figure 2 : La visibilité de l'Oudaya Surf Club dans l'espace public. Ce panneau publicitaire, situé le long d'un axe routier très emprunté à Rabat, favorise la visibilité de cette association au plus grand nombre et témoigne du statut singulier de l'OSCR.

Photographie : Christophe Guibert, Rabat, avril 2014.



Figure 3 : Le Taghazout Surf Expo : un espace privilégié de décisions. En marge du Taghazout Surf Expo ont été organisés des journées scientifiques et des ateliers / tables rondes avec des acteurs de l'univers du surf. Ici, la Fédération royale marocaine de surf, des représentants de l'économie européenne du surf puis des élus de collectivités territoriales du Maroc complètent l'assemblée.



Conclusion : le surf entre dans une nouvelle ère

Les analyses précitées, qui datent d'une recherche réalisée au début des années 2000 permettent d'affirmer le constat selon lequel le surf était distant des préoccupations politiques. Or, dorénavant, surf et politiques publiques font bon ménage. Des élus locaux, en particulier au sein du littoral de la région Souss-Massa se sont rendu compte avec un bénéfice certain pour le territoire, que cette activité nautique pouvait enrichir économiquement, sportivement, socialement et symboliquement le littoral marocain.

La conclusion proposée à la fin de l'article, paru en 2008, est optimiste et quasi-prophétique ! Si le tourisme international lié au golf a fait ses preuves en termes de rentabilité au Maroc, le surf, dans une moindre mesure, peut se révéler comme étant une carte majeure dans le tourisme marocain de ces prochaines années. Néanmoins, le succès ne peut subvenir qu'à condition que soient mêlées les synergies, qu'elles soient associatives, économiques et bien-sûr politiques et royales.

Grâce au Taghazout Surf Expo, véritable accélérateur, on l'a dit, et avec l'appui des collectivités locales et des institutions d'Etat (Conseil régional du tourisme, Souss-Massa promotion, ONMT, FRMS, Wilaya, etc.), le surf au Maroc entre dans une nouvelle ère où l'ensemble des acteurs (associations, fédération, entreprises privées, acteurs publics, collectivités locales, etc.) ont tout à gagner à « faire système ». Les potentiels de développement sont immenses et les retombées pour les territoires littoraux ne peuvent qu'être bénéfiques aux populations locales, à condition de travailler en synergie et en assurant l'équilibre des territoires. La présence d'entreprises internationales, toujours plus nombreuses, témoigne bien de cet élan économique qui se cristallise dans certains lieux du littoral marocain.

Un autre effet lié à la médiatisation et la prise au sérieux du surf au Maroc, peut-être plus inattendu, réside dans l'intérêt à interroger scientifiquement le surf dans ses multiples dimensions. Au-delà de la présence de chercheurs internationaux et marocains lors des deux premières éditions du TSE, c'est la légitimité du surf comme objet de recherche qui peut mobiliser les étudiants marocains à mieux comprendre ce sport. Espérons que dans un futur proche, étudier le surf consistera ainsi, selon les ancrages disciplinaires et les problématisations (Guibert, 2020), à questionner les régulations politiques localisées, analyser les aménagements des territoires touristiques, analyser les usages sociaux et les rapports de domination (selon l'âge, les positions sociales, le genre, etc.), mais aussi mesurer les retombées économiques et les inscriptions locales de l'emploi, identifier les

processus de « technologisation » (en témoignent les piscines à vagues et les technologies numériques) ou encore prendre en compte les régimes variés de représentations à l'égard du surf, etc.

Bibliographie :

GUMUCHIAN H., PECQUEUR B. (2007), La ressource territoriale, Economica

GUIBERT C. (2006), L'univers du surf et stratégies politiques en Aquitaine, L'Harmattan

GUIBERT C. (2008), « Le surf au Maroc : les déterminants d'une ressource politique incertaine », Sciences Sociales et Sports, n°1, p.115-146.

GUIBERT C., (dir.) (2020), Les mondes du surf. Transformations historiques, trajectoires sociales, bifurcations technologiques, Editions MSHA

PADIOLEAU J-G. (1982), L'Etat au concret, PUF

SUAUD C. (1995), « L'espace des pouvoirs du sport », Le sport dans tous ses pouvoirs, Les Cahiers de l'université d'été n°10, MSH d'Aquitaine, p.27-38.

La vague comme ressource territoriale

Les effets socio-spatiaux du surf sur le village de Taghazout (Maroc)

Mohamed BERRIANE

Arrivé probablement avec les soldats américains de l'ancienne base militaire de Kénitra, le surf est longtemps resté un sport confiné au Maroc à quelques sportifs européens qui profitaient de la qualité des vagues sur certains sites de l'Atlantique marocain, classés parmi les plus performants du monde. Mais au cours des dernières années cette activité sportive est devenue un véritable produit touristique qui impacte de nombreux sites. Contrairement à des sports comme le golf ou le tennis, la diffusion du surf parmi la société locale marocaine se fait de façon plus démocratique, car plusieurs acteurs locaux se sont approprié cette activité qui devient une ressource pour la société civile, mais aussi pour générer des revenus. Le cas du village de pêcheurs de Taghazout, situé à 23 km au nord d'Agadir, l'un des spots les plus fréquentés, montre les effets spectaculaires du développement de cette activité touristique-sportive sur la transformation d'un village de pêcheur somnolent jusqu'à l'arrivée du surf.

Le processus de changement qui est à l'œuvre autour de Taghazout, s'accompagne de logiques collectives d'adaptation et de réajustements assumés ou contraints, sur fond de déclasserement d'une activité de pêche à laquelle est venue se substituer une activité de surf vecteur de nouveauté culturelle et économique. Cette mutation touristique se poursuit et illustre un intéressant processus d'appropriation par les populations locales, notamment les jeunes, d'une activité de tourisme sportif venue d'ailleurs. Cela se traduit, entre autres, par une nouvelle culture marquée par l'adhésion à des comportements nouveaux et une forte sensibilité aux questions environnementales, mais aussi par de vraies capacités par les locaux de prise en main de leur développement.

L'arrivée du surf et d'entrepreneurs européens et l'appropriation par les locaux de l'activité

Le premier aspect de ces transformations est l'installation de petits entrepreneurs européens qui s'investissent dans la création et la gestion d'écoles de surf et de maisons d'hôtes destinées à héberger les surfeurs. L'arrivée de surfeurs français, espagnols, anglais et de plus en plus de

russes induisent un intéressant processus de mondialisation par le bas qui connecte directement ce petit village d'un peu plus de 5000 habitants au système monde.

Après avoir maîtrisé le sport, des jeunes de la région se lancent également dans la gestion de petites entreprises de formation et d'hébergement (on comptabilise plus de 78 écoles de surf immatriculées au registre commercial, en plus de l'équivalent en écoles informelles).

Par conséquent, un glissement de l'activité traditionnelle de la pêche vers l'activité du surf s'observe, ce qui se traduit par de profondes mutations socio-économiques du village. Ce glissement est aussi lié à la crise de la pêche côtière traditionnelle, raison d'être du village. Réduction des stocks, concurrence croissante des flottes étrangères, baisse des opportunités d'emplois liée à la réduction des flottes marocaines, ralentissement des activités dans les conserveries avec des impacts directs et induits sur de nombreux métiers annexes caractérisent cette crise des métiers de la pêche ressentie dans toute la région et plus particulièrement dans les villages comme Taghazout.

La transformation de la vocation du village de Taghazoute : de la barque à la planche

Les premières écoles de surf datent des années 1980-1990 et ont été créées par des pratiquants, parfois des ex-champions, toujours des Marocains originaires de la région ; certains détenaient un diplôme de moniteur qu'ils avaient obtenu grâce à des formations organisées par l'UCPA avec des encadrants français. Assez rapidement, plusieurs familles se sont spécialisées dans cette forme émergente de tourisme de niche et le nombre de création de ces écoles a explosé (Figure 1). Certaines sont même devenues leaders dans le développement de l'activité, en particulier celles originaires de Tamraght (village voisin de Taghazout) où de nombreuses écoles se sont développées, dont certaines perdurent.

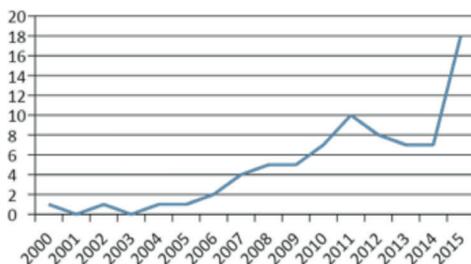


Figure 1 : évolution du nombre d'écoles de surf Taghazout Tamraght
Source : Registre commercial d'Agadir

Après avoir commercialisé des tee-shirts, shorts et autres vêtements, copies fabriquées localement de grandes marques américaines et australiennes, l'ingéniosité locale va créer un logo qui va devenir le motif symbolisant la pratique du surf au Maroc. Ensuite ces designers locaux vont lancer leur propre marque de vêtements avec une collection complète. La même dynamique est relevée pour les planches. Aujourd'hui les réparateurs locaux sont compétents et reconnus et une marque locale de planches a été même lancée et commercialisée depuis 2012. Ces deux dynamiques ont permis de créer des emplois locaux, de développer des filières et de labelliser la station « Taghazout » grâce à une appropriation par des locaux d'un domaine qui leur était absolument étranger et dans lequel à présent ils excellent.

Les changements dans les comportements des populations locales

L'appropriation par les acteurs et les populations locales de cette activité se traduit par des changements de comportements en termes de protection de l'environnement (partie intégrante de la culture du surf) et sa défense, aboutissant à des réalisations spectaculaires comme l'abandon de la création d'une usine de dessalement d'eau de mer



dont le chantier, déjà entamé, devait s'arrêter sous la pression de la mobilisation de la société civile, car risquant de dégrader le spot de surf. Ces nouveaux comportements se traduisent aussi par un travail social considérable par la prise en charge par les associations et les écoles de la formation gratuite de jeunes issus de milieux défavorisés.

Les transformations profondes de l'ancien centre de pêcheurs

L'emprise de l'activité se traduit également par des transformations profondes du centre qui, de simple village de pêcheurs, devient une véritable petite station avec une grande concentration de structures d'hébergement, et d'activités liées à la nouvelle fonction du village. En effet, un rapide relevé de terrain des activités de commerce et de services aboutit à des chiffres assez surprenants. Dans un petit centre de 1282 ménages et 5260 habitants (2014), 175 activités ont été relevées. 71 % de ces activités recensées tournent autour du surf (matériel surf, hôtels, auberges, maisons d'hôtes, cafés-restaurants, écoles de surf, location de voiture, bazars, artisanat, produits de terroirs, écoles de yoga, etc.), les 29 restants étant réservées aux commerces et activités administratives. Cette transformation profonde du contenu du village s'accompagne par une restructuration

spatiale avec l'apparition de petits centres d'activités et un caractère de plus en plus urbain

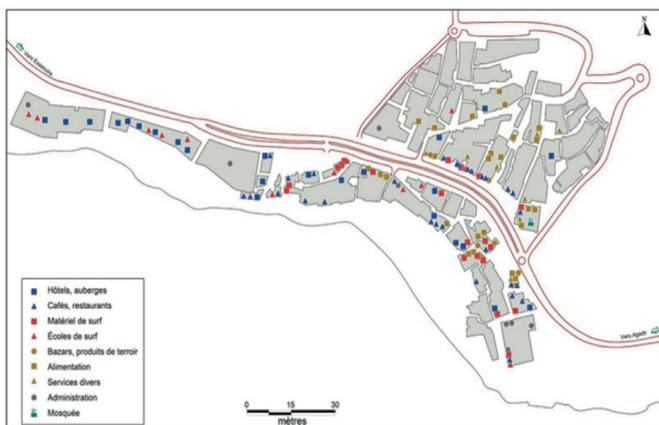


Figure 2 : La transformation radicale du paysage d'un ancien village de pêcheurs : Taghazout

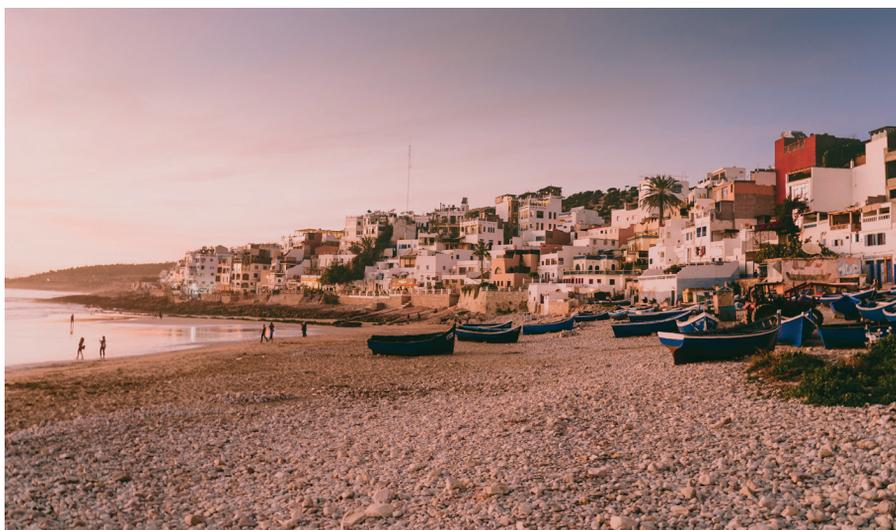
Source : Relevé personnel – Berriane, 2019

Nous nous limitons ici aux transformations socio-spatiales du village de Taghazout. Mais cette étude de cas, pose aussi le problème des articulations des politiques publiques venant d'en haut (grand projet d'aménagement d'une station balnéaire portant le même nom que le village) et des initiatives par le bas qui se développent dans une joyeuse anarchie mais qui impactent et l'espace et la société de ce site atlantique.

Bibliographie

BERRIANE M., MOIZO B., (2021), « De la barque à la planche, de la planche au béton : changements et adaptations liés au tourisme à Taghazout (littoral Atlantique, Maroc) ». In Les mondes du surf : Transformations historiques, trajectoires sociales, bifurcations technologiques. Pessac, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, pp. 213-234

Deuxième partie : TERRITOIRES DU TOURISME ET DU SURF



Typologie, itinéraire de lieux et nouvelles tendances. Les clés d'une lecture géohistorique du littoral entre Agadir et Taghazout

Stéphanie CRABECK

L'objectif principal de cette étude est de caractériser les différents types de lieux présents dans la zone d'Agadir-Taghazout, en mettant particulièrement l'accent sur le village de Taghazout, ancien village de pêcheur devenu en quelques dizaines d'années haut lieu du surf marocain voire international. Pour ce faire, nous adoptons une approche géohistorique des lieux, visant à comprendre comment l'histoire, la géographie et l'architecture ont façonné le territoire au fil du temps.

Dans un premier temps, nous chercherons à identifier les interactions entre les différents types de lieux présents dans la zone touristique. Cette démarche implique de comprendre comment les éléments naturels, culturels et historiques se combinent pour créer une mosaïque de lieux, allant des plages aux villages traditionnels en passant par les infrastructures touristiques modernes. Cette analyse nous permettra de mieux appréhender la complexité de cette région et comment ces lieux interagissent les uns avec les autres.

Méthodologie et traitement des données

L'étude sur le développement touristique de la région Agadir-Taghazout s'appuie sur une variété de ressources et méthodes de traitement des données pour obtenir une compréhension approfondie des évolutions géohistoriques et morphologiques des lieux. Pour cela, nous commençons par réaliser un relevé de la littérature existante, en consultant des archives historiques qui retracent l'histoire du tourisme dans la région.

Une étape cruciale consiste à comparer les données recueillies avec le modèle d'analyse typologique développé par l'équipe de géographes du MIT (Mobilités, Itinéraires et Territoires) en 2002, 2005 et 2010. Cette approche nous permet d'apporter une perspective théorique solide à l'analyse en identifiant les caractéristiques typiques des développements touristiques dans des régions similaires.

Cependant, nous reconnaissons que la compréhension complète des lieux et de leur évolution ne peut être obtenue uniquement à partir de la documentation. C'est pourquoi nous avons inclus une dimension qualitative à notre démarche, en effectuant des observations sur le terrain. Ces observations participantes, menées en juillet 2021, juillet et octobre 2022,

nous ont permis d'interagir avec les acteurs locaux et de recueillir leurs points de vue et leurs expériences. Ces interactions directes nous aident à mieux comprendre la réalité complexe de la région.

Aperçu géohistorique et morphologique des lieux de tourisme

L'aperçu géohistorique et morphologique des trois lieux clés : Agadir-Taghazout-Taghazout Bay, révèle que le tourisme ne s'y est pas développé de la même manière. Les conditions d'émergence du tourisme varient en fonction des périodes concernées et des acteurs en présence. Cette variation souligne la complexité du territoire en tant que système dynamique.

De plus, les interactions entre les types de lieux sont cruciales. Les itinéraires de lieux changent au fil du temps, influencés par des facteurs économiques, culturels et sociaux ainsi que par les acteurs en présence. Cette dynamique nécessite une réflexion approfondie sur la manière dont ces lieux interagissent et évoluent au fil du temps

Deux processus aux fondements des lieux touristiques

Deux processus fondamentaux sous-tendent la création des lieux touristiques, chacun ayant ses propres caractéristiques distinctes.

D'une part, il y a la subversion, où un lieu existait pleinement avant le développement touristique, mais il est modifié pour répondre aux besoins du tourisme. Cela se produit souvent dans d'anciens villages ou villes qui sont progressivement transformés par l'activité touristique, modifiant ainsi ces endroits en villes ou villages touristifiés. Classiquement, le processus se produit lorsque l'économie locale rencontre des difficultés et que le tourisme prend le relais d'une activité en déclin, comme la pêche ou l'agriculture, pour venir diversifier l'économie locale.

D'autre part, il y a invention touristique, là où le tourisme crée des lieux ex nihilo, c'est-à-dire des endroits touristiques construits spécifiquement pour répondre aux besoins du tourisme. Cela s'est produit au cours de la deuxième moitié du XXe siècle sur de nombreux littoraux, comme en Tunisie, en Égypte ou dans la région du Languedoc-Roussillon en France, ainsi que dans certaines régions montagneuses, telles que les Alpes françaises. L'invention touristique consiste à voir et à utiliser différemment des espaces naturels tels que la plage ou la montagne, en leur conférant des qualités touristiques qu'ils n'avaient pas auparavant.

La différence fondamentale entre la subversion et l'invention peut résider dans la manière dont l'activité touristique transforme spatialement le lieu. Dans le cas de la subversion, le tourisme se déploie autour des structures urbaines existantes et les modifie plus ou moins radicalement, tandis que dans le cas de l'invention, le tourisme crée un lieu touristique presque à partir de rien, et transforme de manière radicale le territoire et en lui donnant une nouvelle existence.

La question qui se pose ensuite est de savoir comment relier harmonieusement ces lieux dédiés au tourisme avec les villes et villages environnants. Cette intégration peut être un défi complexe, car il s'agit souvent de concilier les besoins et les caractéristiques des lieux touristiques avec ceux des communautés locales. Une planification urbaine et une gestion réfléchies sont essentielles pour assurer une coexistence harmonieuse et mutuellement bénéfique entre les deux.

Des lieux subvertis et créés par le tourisme dans la région Agadir-Taghazout

La région d'Agadir-Taghazout présente un exemple intéressant de lieux touristiques, qui ont soit été transformés, soit été créés par le tourisme. Il est possible de les distinguer et de les définir à partir des indicateurs de la typologie du MIT (2005) : la ville-station (Agadir), le village touristifié (Taghazout), le comptoir touristique (Taghazout Bay) et le site touristique (spot de surf).

La ville-station d'Agadir

La région d'Agadir-Taghazout présente un exemple intéressant d'un lieu à la fois subverti, où le tourisme s'est inséré dans un lieu déjà structuré par d'autres activités économiques, et créé par le tourisme. C'est le cas d'Agadir qui a été reconstruite après le tremblement de terre de 1960 selon une véritable logique de partition spatiale entre la ville des touristes, avec un alignement des hôtels le long du littoral en front de mer, et la ville des habitants permanents situées en arrière (DESSE, 2010). Ainsi, parallèlement à une vie touristique, le lieu connaît une pérennité de ces activités économiques antérieures. Ce mouvement crée une coexistence de deux modes de développement, chacun répondant à des besoins et des activités spécifiques, tout en préservant une certaine polyfonctionnalité dans l'ensemble de la ville.

Ce modèle de ville-station, caractérisé par la coexistence de deux réalités spatiales distinctes, souligne par ailleurs les défis et les opportunités qui se

posent lors de la transformation d'un lieu en une destination touristique. Il met en évidence la nécessité de gérer habilement sur long terme la relation entre les activités touristiques et les activités locales traditionnelles pour créer un équilibre harmonieux et durable.

D'un côté, la ville des touristes s'étend en bord de mer, avec l'alignement des hôtels en front de mer, créant une atmosphère de station balnéaire. De l'autre côté, la ville des habitants permanents, située en arrière-plan de la zone touristique, conserve son caractère traditionnel et ses activités locales. Cette séparation physique entre ces deux entités est une caractéristique marquante de la touristification d'Agadir.



Figure 1 : Maquette du plan d'aménagement d'Agadir de 1961 de P. Mars et J. Challet (Service d'Urbanisme)

Maquette du plan d'aménagement d'Agadir de 1961 de P. Mars et J. Challet (Service de l'Urbanisme)
A.g., la colline de l'ancien Tabarg détruit. L'axe Mohammed V traverse la nouvelle ville du nord au sud et sépare le secteur urbain du secteur touristique. A. de la Quartier industriel à partir duquel se fait l'extension de la ville nouvelle.

- 1- Centre urbain
- 2- Nouveau Tabarg
- 3- Secteur résidentiel
- 4- Extension X
- 5- Secteur mixte
- 6- Quartier industriel
- 7- Secteur touristique et balnéaire

Au-delà des années 90, la ville entre dans une nouvelle phase de son histoire touristique, marquée par la diversification de ses clientèles et une montée en gamme des établissements. La construction d'une marina en 2007 renforce cette tendance, avec l'arrivée de magasins européens et la construction de résidences de luxe. La construction de la marina et la rénovation de la corniche participent à la recréation d'une certaine continuité spatiale entre le port et la zone touristique, offrant ainsi une meilleure intégration des infrastructures touristiques dans le tissu urbain.

La subversion du lieu d'origine par le tourisme est un phénomène complexe et évolutif. Agadir illustre comment une ville autrefois fondée sur des activités locales peut se s'adjoindre un lieu essentiellement dédié au tourisme, tout en préservant une partie de sa polyfonctionnalité et de son identité locale. Cette dualité caractérise de nombreuses destinations

touristiques, où les dynamiques entre les besoins touristiques et les éléments traditionnels sont en constante évolution.

Le village touristifié de Taghazout

Taghazout illustre un exemple fascinant de lieu inventé et touristifié par les touristes au fil du temps. Autrefois un paisible village de pêcheurs enraciné dans ses traditions locales, Taghazout a connu une transformation remarquable, en particulier par le tourisme de surf, qui est devenu la fonction économique prédominante.

Cette transformation s'est produite dans un contexte marqué par le déclin de l'activité traditionnelle de pêche et l'arrivée des premiers surfeurs dans les années 1970 (BERRIANE et MOIZO, 2020). Ces surfeurs, principalement des hippies en quête de liberté, découvrent dans la côte sauvage de Taghazout un espace exotique et inspirant. Cette rencontre de cultures introduit également le yoga, la méditation et de nouvelles formes artistiques dans la région. Taghazout est ainsi devenue un véritable village touristifié, où la plage, autrefois dédiée à la pêche, a été réinventée pour satisfaire les touristes.



Figures 2, 3 et 4 : Diversification progressive des usages et des usagers de la plage de Taghazout. Photographies : S. Crabeck (2021;2022)



**Figure 5 : Massification de l'hébergement touristique à Taghazout : ajout d'étages, multiplication des vues mer, aménagements de terrasses sur les toits.
Photographie: S. Crabeck (2021)**

Dans les années 1980 et 2000, Taghazout passe, comme Agadir, par une phase de massification de son activité touristique, mais qui contrairement à cette dernière, est caractérisée par un développement spontané sans planification formelle. Cette période voit l'émergence d'une économie touristique informelle, la structure originelle du village se modifie et le bâti se transforme pour répondre aux besoins des visiteurs, avec l'ajout d'étages supplémentaires et de toits-terrasses.

L'une des fonctions principales de Taghazout en tant que village touristifié est l'hébergement. Les logements touristiques sont répartis soit au cœur même du village, soit en périphérie, offrant aux visiteurs diverses options pour séjourner (chambres privées, dortoirs, appartements en location...) agrémentés de divers services (restauration, cours de surf, de yoga...). Cependant, le cœur du village concentre l'essentiel des flux touristiques, attirant les voyageurs avec son charme authentique et ses attractions locales. Les ruelles du village sont animées par des boutiques d'artisanat et de matériel de surf, créant ainsi une atmosphère dynamique, à forte interculturalité (langues, religions, origines des visiteurs et des résidents...) et conviviale. Il est intéressant de noter que la mosquée du village reste au centre de la vie locale, entourée des boutiques, et que cette cohabitation semble se dérouler dans une belle harmonie. Ainsi, Taghazout représente un exemple de village touristifié où le tourisme de surf a profondément modifié la structure et l'économie locales, tout en préservant les éléments culturels et patrimoniaux qui font son charme.



Figure 6 et 7 :
Diversification des
fonctions économiques de
Taghazout. Photographies :
S. Crabeck (2021; 2022)

Au-delà des années 2000, Taghazout continue d'évoluer, diversifiant sa clientèle et montant en gamme. Des surf camps de luxe et des boutiques-hôtels font leur apparition, et la langue anglaise devient dominante dans le secteur touristique. Plus récemment, l'aménagement de la corniche reliant Tamraght à Taghazout, en passant par Taghazout Bay, est un exemple de projet d'aménagement urbain qui se confronte aux logiques spontanées en présence.

Le rôle des familles de pêcheurs, d'anciens sportifs marocains en reconversion, des jeunes locaux et des surfeurs étrangers a été crucial dans cette transformation et le développement de l'écosystème touristique et économique du surf. Dans une logique spontanée, bottom-up, ils ont investi dans l'immobilier et les activités touristiques (écoles de surf, magasin de surf...) et développé leurs propres infrastructures touristiques, contribuant ainsi à façonner l'identité unique de Taghazout en tant que destination prisée des surfeurs du monde entier.

Aujourd'hui, Taghazout se réinvente constamment, avec des projets de régénération urbaine tout en préservant une part de son identité unique et de son héritage culturel. Cette capacité à évoluer tout en restant pertinente dans le paysage touristique mondial témoigne de la vitalité et de l'adaptabilité de cette destination marocaine.

Le comptoir touristique de Taghazout Bay

Taghazout Bay, située à proximité de Taghazout, illustre parfaitement la notion d'invention d'une destination artificielle pour les touristes. Dans le cadre de partenariats public-privés impliquant des investisseurs, un pan entier du territoire a été aménagé spécifiquement pour le tourisme. Ce projet a donné naissance à des enclaves hôtelières, créant un espace relativement isolé et fermé, dédié exclusivement à la fonction d'hébergement et de loisirs pour les touristes. Il s'agit d'un espace monofonctionnel, conçu pour répondre aux besoins des visiteurs, qui s'apparente à la définition du comptoir touristique.

Le comptoir est souvent en rupture forte avec son environnement immédiat, parfois isolé et généralement plus ou moins clos, n'accueillant que les personnes autorisées (touristes qui y séjournent, visiteurs invités et personnels en fonction). Il est conçu pour retenir les touristes pendant leur séjour. En revanche, la station se différencie du comptoir par son caractère ouvert, la présence d'une population permanente et des commerces et services destinés aux résidents locaux (écoles, administrations...)

Taghazout Bay a été façonnée par l'intervention planificatrice des collectivités publiques. Contrairement à l'initiative mise en œuvre à Agadir dans la période précédente des années 60-80, ce projet s'est concentré sur la massification et l'urbanisation du tourisme spécifiquement haut de gamme. Les collectivités ont pris en charge le financement des infrastructures de base, telles que les routes et les réseaux d'adduction et d'évacuation. Elles ont également élaboré des documents et des règlements d'urbanisme, encadré et encouragé les investissements privés, y compris étrangers, et mené des actions de promotion pour attirer les touristes fortunés.

L'intervention planificatrice sur un territoire resté jusque-là à l'état naturel a été légitimée par des raisons économiques, notamment la génération de devises et la création d'emplois, tout en étant promue comme une démarche de tourisme durable.

Les sites de surf

Enfin, parmi les lieux créés spécifiquement pour le tourisme, nous trouvons également ce que l'on appelle le site touristique. Le site désigne un lieu que les touristes visitent, mais où ils ne séjournent pas. Il s'agit en quelque sorte d'un endroit conçu et aménagé pour un usage particulier, en l'occurrence dans la région concernée: la pratique du surf. Dans le cas des

sites, il n'y a souvent pas de fonction d'hébergement associée. Les visiteurs se rendent sur ces lieux uniquement pour une visite de passage, que ce soit pour profiter des plages sauvages exceptionnelles, pour admirer le paysage environnant ou pour pratiquer une activité spécifique, comme le surf. Ces sites sont souvent des destinations prisées par les passionnés du domaine en question, attirant un flux continu de visiteurs qui cherchent à vivre une expérience unique, même si cela ne nécessite pas nécessairement de loger sur place.

Défis et enjeux des lieux de tourisme du territoire Agadir-Taghazout

Lorsque l'on compare les lieux de tourisme sur le littoral entre Agadir et Taghazout, on se rend compte que nous sommes confrontés à la rencontre de plusieurs mondes, chacun avec ses caractéristiques distinctes. Il y a la ville-station d'Agadir qui traverse une phase de régénération où l'enjeu réside dans la manière d'articuler ces différents lieux et de créer des liens spatiaux et humains entre eux. Ensuite, Taghazout Bay, qui est le résultat de politiques publiques qui ont créé une nouvelle empreinte territoriale importante en termes de consommation d'espace. Taghazout et Tamraght, quant à eux, qui ont vu le tourisme se développer plus ou moins spontanément, formellement ou informellement, transformant ces villages préexistants en destinations touristiques. Enfin, la région comprend de nombreux sites, tels que des spots de surf, certains avec quelques aménagements dédiés et d'autres sans, demeurant à l'état naturel.



Figures 8 et 9 : Entre tradition et modernité : adaptation de l'architecture traditionnelle aux fonctions touristiques. Photographies : S.Crabeck (2021)

De manière transversale, une relation paradoxale se dessine désormais entre les notions de "luxe" et de "durabilité", qui doivent être conciliées pour garantir un développement harmonieux de l'ensemble de la région. Cette relation est un aspect essentiel de la stratégie de développement. Tout d'abord, il est important de noter que le tourisme de luxe ne doit pas nécessairement être en contradiction avec la durabilité (Batat, 2022). En fait, il peut être un moteur clé pour promouvoir des pratiques durables dans la région, en intégrant des pratiques de gestion durable, telles que la gestion des déchets, etc. Cependant, il est également essentiel de maintenir un équilibre entre le développement du luxe et la durabilité. Une croissance non régulée du secteur du luxe peut entraîner une pression accrue sur les ressources locales, une gentrification excessive, et une dégradation de l'environnement. Il est donc nécessaire d'adopter une approche proactive de planification et de gestion pour éviter des conséquences négatives, similaires à toute forme de massification des capacités de l'immobilier touristique.

Par ailleurs, Taghazout est confrontée à une double contrainte en raison de son caractère traditionnel. En effet, se pose aujourd'hui la question de comment concilier la professionnalisation et la formalisation nécessaire au développement touristique avec le respect de l'héritage traditionnel du lieu et l'héritage interculturel, né de son histoire touristique atypique ? D'une part, elle doit démontrer son authenticité et son caractère artisanal, traditionnel et multiculturel pour répondre aux attentes des visiteurs. D'autre part, elle doit s'adapter aux évolutions du marché et innover pour rester compétitive. Cette situation crée un paradoxe pour les destinations qui cherchent à préserver leur traditionalité tout en évoluant pour rester attrayantes et incorporer des normes et des standards internationaux. Ces défis complexes exigent une réflexion approfondie et une planification minutieuse pour trouver des solutions qui permettront à Taghazout de s'adapter aux changements tout en préservant son caractère unique et son patrimoine socio-culturel. Il est essentiel de trouver un équilibre entre le développement touristique nécessaire pour l'économie locale et le respect de l'histoire et du charme éclectique qui font la richesse de Taghazout.

Dans un contexte touristique en perpétuelle évolution et confronté à une diversité croissante de clientèles, il devient impératif d'adopter une approche créative et anticipative pour façonner l'avenir. Les enjeux actuels du secteur touristique, qu'il s'agisse des crises sanitaires, climatiques ou d'autres défis, ouvrent également la porte à de nouvelles opportunités à explorer.

L'un des piliers essentiels de cette réflexion est le rôle de l'habitant au sein du territoire. On l'a vu à Taghazout, les habitants peuvent devenir des acteurs clés de la dynamique touristique, contribuant à la préservation de l'identité locale tout en participant à la création d'expériences authentiques pour les visiteurs.

L'hybridation des lieux et des fonctions est également une tendance à considérer. Les concepts tels que le "workation" et le "digital nomadism" montrent comment les lieux touristiques peuvent être repensés pour accueillir des voyageurs qui cherchent à combiner travail et loisirs. Cela nécessite une réflexion sur l'aménagement des infrastructures et des services pour répondre aux besoins de cette clientèle.

Pour conclure

En fin de compte, pour réussir dans ce paysage touristique en mutation, il est crucial d'anticiper les actions et d'imaginer l'avenir. Les acteurs du secteur doivent être proactifs dans l'adaptation de leurs offres et dans la création de destinations touristiques qui répondent aux attentes changeantes des voyageurs tout en préservant à la fois l'environnement naturel et sauvage qui attire les touristes depuis des décennies et à la fois l'authenticité socio-culturelle des lieux, tout en prenant en compte l'histoire singulière de tourisme à Taghazout, façonnée par une interculturalité marquée et harmonieuse entre la tradition locale et les influences internationales, qu'elles soient culturelles, sportives ou artistiques. Cela nécessite une collaboration étroite entre les parties prenantes, la créativité et une vision à long terme pour façonner un tourisme durable et résilient.

Bibliographie

BATAT, W. (2022). Luxe et expérience client-2e éd.: Les enjeux du phygital, de la responsabilité sociale et de la culture digital natives. Dunod.

BERRIANE M., MOIZO B. (2020), « De la barque à la planche, de la planche au béton : changements et adaptations au tourisme à Taghazout », in GUIBERT C. (dir), Les mondes du surf. Transformations historiques, trajectoires sociales et bifurcations technologiques, Maison des Sciences et de l'Homme d'Aquitaine.

DESSE MICHEL (2010), « Mobilités touristiques et recompositions socio-spatiales dans la région d'Agadir », Norois (en ligne), 214 / 2010/1, mis en ligne le 01 juin 2012, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://norois.revues.org/3127>; DOI:10.4000/norois.3127

Equipe MIT (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin
Equipe MIT (2005), *Tourismes 2. Moments de lieux*, Belin
Equipe MIT (2010), *Tourismes 3. La révolution durable*, Belin

Lire le paysage historique du village de Taghazout

Simone SAFE

La région fait partie d'un écosystème du surf qui l'influence sur le plan touristique et économique. Taghazout, village de pêcheurs à sa formation, entame son processus de transformation dans les années 70, période de diffusion de la pratique du surf qui atteint le continent africain par les sentiers de l'ère hippie. Lorsque le village est subverti avec l'arrivée des touristes, la population réagit aux nouvelles opportunités financières - avec de nouvelles fonctions ou de nouveaux usages résidentiels - de manière spontanée sans planification et avec une forte présence du secteur informel.

La transformation du type de bâtiment reflète l'adaptation à la fonction touristique - augmentation du nombre d'étages, balcons sur la mer et développement des toits - mais aussi l'importante variation du public, selon la période : tourisme national en été (juillet à septembre) et surfeurs pendant la saison (octobre à avril). Cet article cherche à comprendre le processus de transformation du village de Taghazout selon une vision de la méthode de l'école italienne de morphologie urbaine à travers les processus morphologiques diachroniques et diatopiques et ses conséquences de la transformation du paysage, permettant une collaboration pour les défis de la planification future - préserver ou transformer ?

Les questions de recherche qui nous ont incités à investiguer ce village découlent de la prise de conscience de l'impact que la verticalisation et la construction de nouveaux types peuvent ressentir et comment peut-on le prévenir ou le valoriser ? Une deuxième question s'est posée à nous : que faire pour permettre à la ville de continuer à se développer tout en respectant les infrastructures, les conditions de ventilation naturelle, le bien-être et le confort environnemental ?

Pour cette recherche, nous avons défini deux objectifs qui guideront la structure de l'article : présenter la méthode de lecture du paysage urbain et partager le résultat appliqué sur Taghazout. Échelle du bâti et Village: Vision plus architectonique; et réfléchir sur possibles recommandations en s'inspirant à l'expérience de la kasbah des Oudayas à Rabat. Échelle du Village: PASS Médina et Oudayas de Rabat. Passons à la présentation de la méthode.

1. L'analyse typo-morphologique de l'École Italienne de Morphologie Urbaine

Le paysage est l'expression morphologique des différentes formes d'occupation et de la transformation conséquente de l'environnement en un temps donné. (MACEDO, 1999) Le paysage étant un organisme vivant, selon Castriota (2009), "il n'est pas nécessaire d'entraver le processus de renouvellement qui lui est intrinsèque et qui accompagne le développement même de la vie humaine". La morphologie urbaine comprend que le paysage est toujours le résultat d'un processus d'accumulation tout en demeurant continu dans l'espace et le temps. Il s'agit d'un processus complexe, résultant toujours d'un mélange, d'une mosaïque de temps et d'objets datés. C'est donc la discipline que nous percevons comme capable d'interpréter un tel organisme, de mettre en évidence les qualités de la structure urbaine avec des besoins particuliers de gestion et/ou de conservation.

L'interprétation est proposée par l'analyse typologique à partir de l'échelle architecturale et de son processus évolutif dans le temps. L'analyse typo-morphologique vise à comprendre la réalité présente comme une synthèse de l'histoire collective, pouvant être examinée de manière critique à travers l'unité d'habitation la plus récurrente appelée 'type de base'. Ce concept est compris comme le "principe organique" de l'architecture dans lequel la forme est la synthèse expressive de la réalité structurelle, fonctionnelle et environnementale. L'organisme bâti créé prend son individualité dans une expérience plusieurs fois répétée pour répondre à la demande typique d'une société.

Ce méthode d'investigation a été développée par Saverio Muratori, architecte italien, qui a proposé un mode opératoire basé sur son expérience pratique (de 1933 à 1946), théorique et académique (de 1947 à 1967), dans un moment d'après-guerre où il a détecté le problème de la relation entre l'architecture et l'environnement. Par le type bâti, Muratori insère la qualité de la pensée du projet comme champ philosophique, en proposant la limite exacte entre pensée et réalité, en définissant l'une et l'autre comme type et type de base.

Le type (pensée) « est une sorte de concept non conçu, la synthèse de la culture de construction d'un lieu et d'une époque, inhérente à l'esprit de l'individu d'une époque, existant dans l'esprit de chaque individu constructeur, dirigé par la préfiguration de ce qui est sur le point de produire ». Le passage du type (pensée) au type de base (organisme construit) ajoute plusieurs éléments faisant partie de ce processus - le

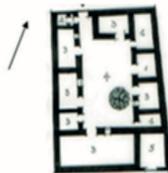
projet, la lecture, l'insertion dans l'environnement et le choix des matériaux constructifs. Pour Muratori, dans l'œuvre architecturale, le principe organique de la conception est une synthèse expressive de la réalité de cet organisme. L'œuvre architecturale est la synthèse de la conscience spontanée et de la conscience critique, dont l'architecte est l'artisan.

Ces deux concepts font entrer l'homme (la culture) dans le processus de formation de la ville. Dans les travaux de Caniggia et Maffei (2001), *Architectural composition and building typology : interpreting basic building*, nous trouvons des définitions qui aident notre compréhension :

la prise de conscience spontanée serait l'attitude qu'un sujet adopte lorsqu'il intègre dans son travail le patrimoine civil du lieu où il vit sans y réfléchir deux fois. Cela constitue une forme d'action automatique, acquise comme une habitude. La conscience critique, en revanche, serait pratiquement l'inverse : elle équivaudrait à agir en connaissance de son propre héritage, venant à dominer ce bagage culturel et décidant d'agir sur lui en fonction de l'environnement auquel il appartient.

Dans la poursuite des recherches typologiques, les transformations du type de base pourraient être analysées par une variation typologique diachronique (selon les temps, la plus récurrente); une variation diatopique

TYPE de BASE – Kasbah des Oudayas (traditionnel)



TYPE de BASE – Village Taghazout

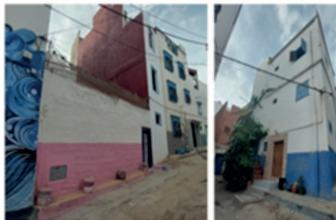


Figure 1 : Illustrations de la conscience spontanée dans deux type de base – Oudayas et Taghazout et de l'influence de la région et du tourisme du surf à Taghazout

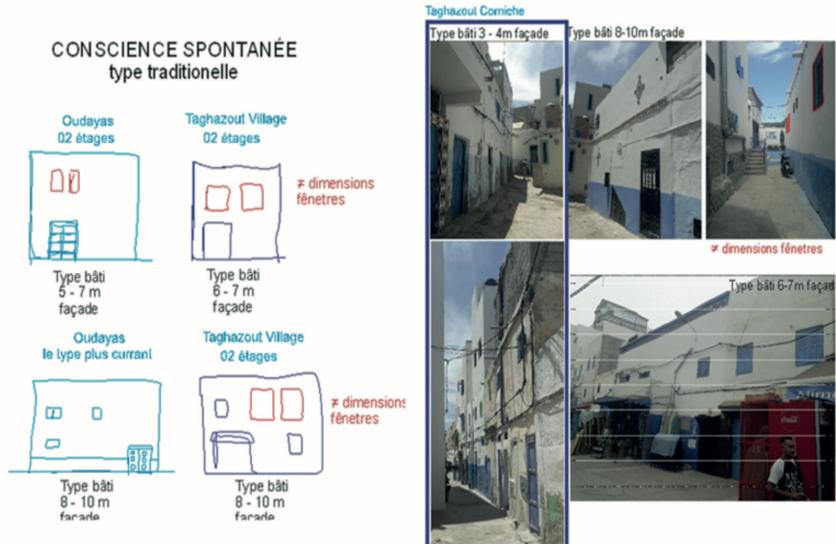


Figure 2 : Oudayas en 2013 et Taghazout en 2021; Croquis fait par Simone Safe, 2022

(selon l'espace) et une variation synchronique (pour un ajustement tissulaire). La figure 01, Cette comparaison illustre les caractéristiques de la conscience spontanée selon la variation diatopique, entre deux régions différentes du Maroc – Kasbah des Oudayas (Rabat) et Taghazout Village.

La préservation de la tradition s'exprime à travers une analyse typologique qui met en évidence la persistance du sujet le plus fréquent dans la conception des paysages : les habitations dans les deux régions maintiennent les principes de l'architecture vernaculaire. Cependant, l'influence de la région et du tourisme du surf à Taghazout entraîne des modifications dans cette typologie, en particulier en ce qui concerne la taille des fenêtres et la largeur des façades. À Taghazout, la taille standard des maisons est d'environ 6 mètres, tandis qu'aux Oudayas, elle varie entre 8 et 10 mètres.

Le type de base

Le modèle fondamental d'origine est souvent le résultat d'une création spontanée, émanant d'une conscience intuitive. Cependant, il peut également découler d'une réflexion critique à partir d'un projet défini. C'est pourquoi Muratori exprime une préoccupation quant à la nécessité, dans le domaine de la planification, de prendre conscience de cette réalité culturelle et d'incorporer cette approche méthodologique dans la pratique

professionnelle. Dans notre étude de cas, un modèle fondamental initial a été identifié sous sa forme d'origine, caractérisé par une façade de 3 mètres. La figure suivante met en lumière les traits distinctifs de ces modèles côtiers initiaux.



Figure 3 – La conscience spontanée dans le type de base originale à Taghazout



Figure 4 : Croquis et photographies de Simone Safe, 2022

L'hypothèse avancée est que cette dimension correspond à l'origine du village, où la population vivait principalement de l'agriculture et de l'élevage sédentaire. À certaines saisons, les agriculteurs se rendaient sur le littoral pour pêcher et construire des cabanes temporaires à des fins de logement saisonnier et de stockage, ce qui a donné naissance au noyau initial du village tel qu'il existe aujourd'hui.

Le paysage actuel révèle toutefois des changements dans cette typologie. Le processus typologique diachronique est celui qui présente la diversité chronologique des types dans une même aire culturelle, sans modification substantielle du concept de type de base. Il s'agit donc d'une analyse de la transformation dans le temps. (CANNIGIA; MAFFEI, 2001). Les principaux changements sont dans l'implantation, dans l'occupation (fonction) et sur la façade.



Figure 5 ;Principe du développement du type de base de Taghazout Village

Le type d'habitation le plus fréquent est un bâtiment à 4 étages (3 à 4 mètres localisé à la corniche et 6 à 7 mètres de façade au Village), qui montre une évolution dans le temps a partir de la verticalisation et construction des terrasses pour le panorama.

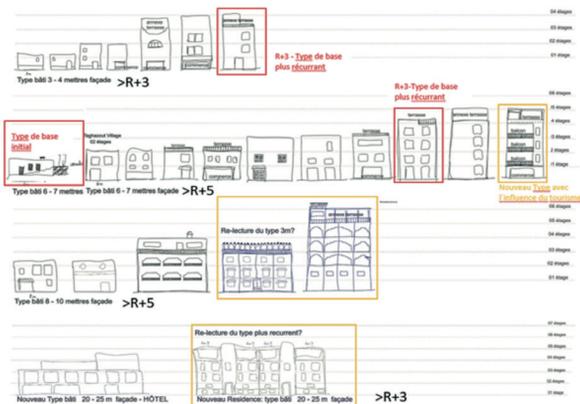
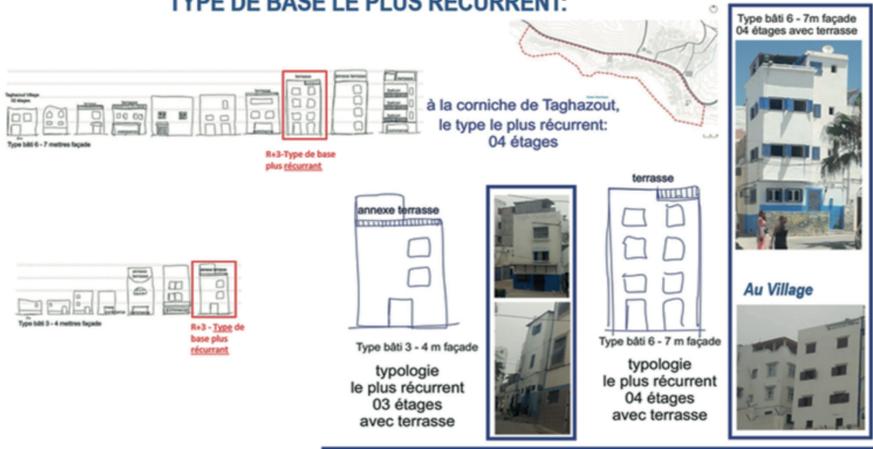


Figure 6 : Croquis de Simone Safe

TYPE DE BASE LE PLUS RÉCURRENT:



Nouveaux types transformés?

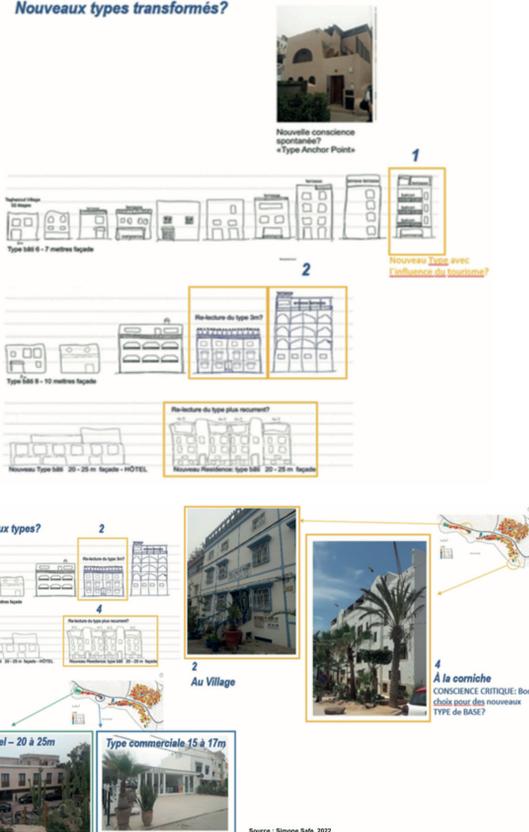


Figure 7 : Le type de base le plus récurrent

Source : Simone Safe, 2022

Les photographies offrent l'opportunité de constater les évolutions en matière de style, tout en mettant en évidence des informations telles que les nombres des étages et les dimensions des façades. Même le modèle de base traditionnel, caractérisé par une largeur de façade de six mètres, a cédé la place à une nouvelle expression spontanée, marquée par l'ajout de balcons ou de terrasses. Cette transformation constante, ainsi que la diversité croissante des modèles architecturaux, posent des défis pour la planification à venir. Une question clé réside dans le rôle que pourrait jouer l'urbaniste dans ce contexte.

Les résultats de cette étude suggèrent la possibilité d'adopter une approche critique, en prenant en compte l'évolution des types architecturaux au fil du temps. Il pourrait être judicieux de définir des typologies pour les différentes fonctions (résidentielle, commerciale, hôtelière) et de déterminer leur emplacement dans le plan d'urbanisme de Taghazout, tout en considérant la largeur des façades. Ce processus permettrait de préserver le modèle de base traditionnel, qui reste ancré dans la conscience spontanée de la population locale, en particulier pour les nouvelles constructions situées au sommet du village. De plus, il est essentiel de prendre en compte des critères matériels ainsi que des considérations liées à l'environnement urbain, tels que la hauteur des bâtiments, afin d'assurer le confort urbain et le bon fonctionnement des infrastructures publiques.

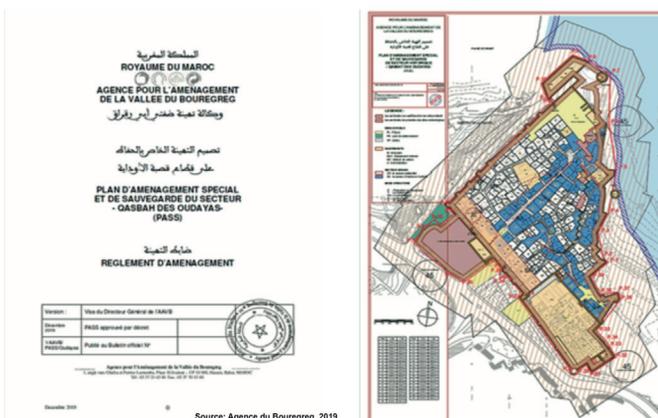
3. Proposition de recommandations

Notre intention de recherche est loin de vouloir résoudre des questions d'une telle complexité en se substituant aux autorités compétentes. Cependant, nous avons osé émettre une réflexion qui pourrait être pertinente, en prenant comme exemple une situation réelle dans le pays lui-même. Nous avons précédemment souligné que le modèle de base traditionnel peut également être observé à Rabat, plus précisément dans la kasbah des Oudayas, un exemple que nous avons inclus dans notre étude. Ainsi, nous cherchons à réaliser une brève analyse du contexte d'un plan de préservation des zones historiques, afin de dégager des objectifs et des stratégies de développement qui pourraient inspirer la planification future de Taghazout.

Le Plan d'Aménagement Spécial et de Sauvegarde des secteurs historiques de la vallée du Bouregreg, tel que défini par PASS, comprend un règlement qui établit les normes d'utilisation des sols, les servitudes, et les règles de construction applicables aux secteurs historiques, ainsi que les obligations nécessaires pour assurer un aménagement harmonieux et cohérent. Le

PASS inclut également des documents graphiques indissociables du règlement. La Figure 7 illustre le type de documents associés au PASS.

Figure 8 : Plan d'aménagement spécial et de sauvegarde du secteur (PASS)



Nous avons mis en évidence certains des objectifs qui, selon nous, correspondent aux besoins identifiés pour Taghazout

1. Eriger le patrimoine historique du quartier en bien commun vivant
 - Mettre en valeur ce patrimoine à travers l'élaboration de plans de détails ;

2. Promouvoir une urbanisation équilibrée
 - Structurer le développement urbain autour d'un maillage de pôles d'équipements diversifiés, accessibles en transports collectifs et circulations douces, et participant à la vie des quartiers ;
 - Prévoir une mixité des usages tout en s'assurant d'une cohabitation sereine des différentes fonctions ;
 - Développer une offre diversifiée d'habitat, garante d'une mixité sociale et répondant au besoin du marché immobilier.

3. Assurer une urbanisation en harmonie avec la demande actuelle et adaptée aux évolutions futures
 - S'appuyer sur un règlement d'urbanisme qui prévoit des conditions dans lesquelles des modifications particulières peuvent être apportées au zonage prévu, aux règles d'utilisation du sol, aux règles applicables à la construction et au phasage arrêté.
4. Garantir une urbanisation durable dans le respect des traditions et de la culture marocaines

- S'inspirer de la composition urbaine et architecturale locale;
- Maîtriser la co-visibilité ;
- Tenir compte du climat de l'agglomération dans la construction en optimisant l'utilisation des systèmes de chauffage et de climatisation ;
- Gérer les eaux de pluie.
- Assurer la collecte et l'interception de toutes les eaux usées afin de garantir la protection absolue du milieu naturel ;
- Intégrer les promontoires, les belvédères et les profils de crête dans la composition des projets urbains. (PASS, 2019)

À partir de ces objectifs, trois pistes d'action se dessinent : favoriser une urbanisation équilibrée, garantir le respect des traditions et de la culture marocaines, ainsi que promouvoir une charte d'architecture et d'urbanisme.

L'objectif sous-jacent à cette série de recommandations est de présenter des représentations susceptibles de susciter un débat et une discussion sur les caractéristiques et les critères de planification et d'intervention. À ce stade, notre rôle se limite à proposer des observations et des déductions. Par conséquent, pour approfondir ce sujet, nous intégrerons les objectifs du PASS Oudayas en les mettant en évidence en gras, notamment les aspects qui nous semblent les plus pertinents, puis nous accompagnerons ces objectifs d'images, de graphiques ou de cartes pour faciliter la visualisation des éléments qui ont retenu notre attention.

I. Promouvoir une urbanisation équilibrée

Voirie

- Assurer la continuité de la circulation piétonne au bénéfice du public.
- La voie peut être réalisée et rétrocédée au domaine public (dans ce cas elle devra satisfaire des critères d'aménagement particuliers à retirer auprès de l'Agence) ;

Hiérarchisation de la voirie

Le concept de hiérarchisation différencie les voies majeures des voies locales.

Les voies marchandes et les voies de desserte favorisent la qualité de vie des résidents et des piétons de chaque quartier : le gabarit des voies sont plus modestes, le stationnement est longitudinal ou en épis exclusivement pour les résidents de la xxx à partir de 19h et jusqu'à 7h, les trottoirs sont confortables et intègrent ou non des pistes cyclables.

Parcs de stationnement public ; Le PASS indique les localisations de principe des parcs de stationnement publics par l'indice PS-x. Pour les parcs de stationnement publics peuvent être en sous-sol à condition d'avoir l'avis favorable.

Espaces publics à dominante minérale

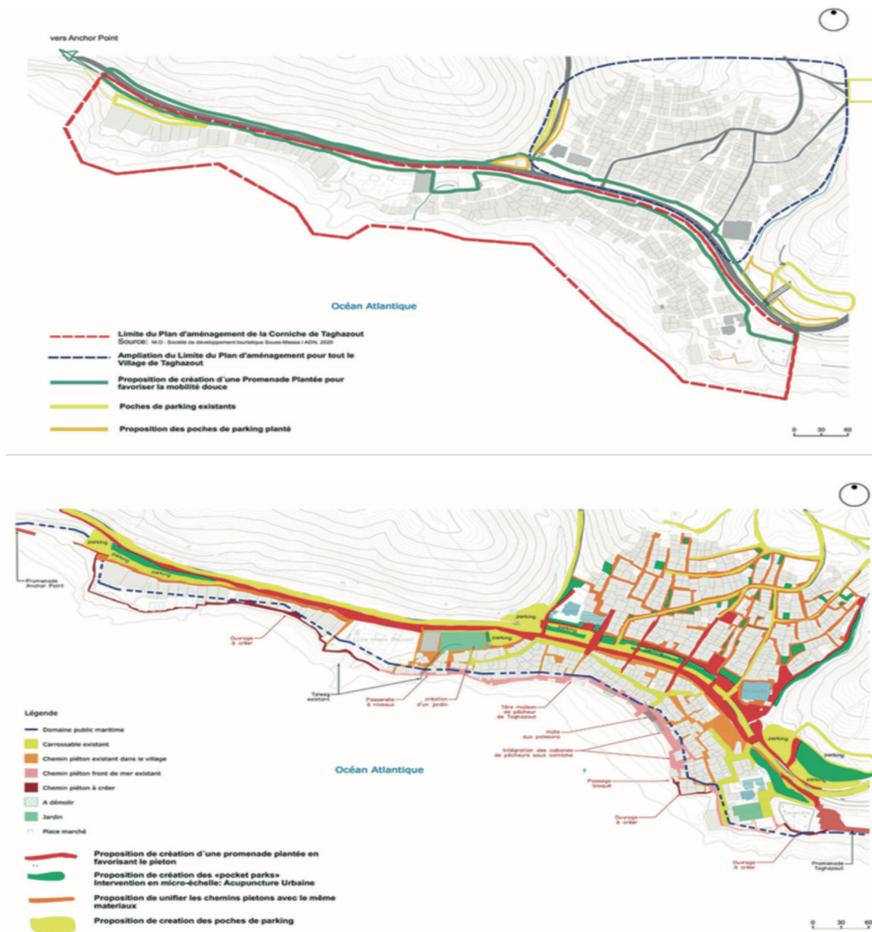


Figure 9 : Proposition de Hiérarchisation de la voirie et augmentation des Espaces publics. Source : Simone Safe, 2022

Espaces publics minéraux à créer tels: les places, esplanades et promenades sont indiqués au PASS par l'indice EP-x. Sur ces espaces il doit y avoir un apport pour ombrage ; en végétation adéquate de 30 % au

minimum et un max de 50%, et l'élément aquatique peut être toléré, dans la perpétuation des traditions des espaces publics historiques.

Sur les terrains correspondant à ces espaces, toute construction est interdite, à l'exception de petits édicules, indispensables pour leur entretien, de structures légères en rapport avec l'usage du lieu (petite restauration, marché, kiosque, toilettes, poste sécurité, locaux techniques,...). Sous les conditions suivantes :

- Structure légère autoporteuse,
- Rétroéclairé, et ne fait pas appel à l'éclairage par projecteurs de l'extérieur,
- Les dalles en dure de plateforme ou de support sans interdite ;
- une hauteur inférieure à 3m,
- une surface maximum de 15m² par module
- l'ensemble des modules fermé ne peuvent pas dépasser 10% de la superficie

globale de l'espace publics

- respect la charte des matériaux préconisé dans les secteurs xxx - Couleurs xxx ou en respect de la charte ci-jointe

Espaces destinés aux activités sportives. Accès aux personnes à besoins spécifiques. (PASS, 2019)

Ø Pour Taghazout : Inclure tout le village de Taghazout et pas seulement la zone littorale.

II. Garantir le respect des traditions et de la culture marocaines

Dans le but de garantir une urbanisation qui répond aux besoins actuels tout en étant adaptable aux évolutions futures, il serait important de mettre en place des plans de détail qui reposent sur un règlement d'urbanisme. Ce règlement pourrait inclure des dispositions permettant des ajustements spécifiques au zonage prévu, aux règles d'utilisation des sols, aux normes de construction et au calendrier établi. Cela s'avérerait essentiel pour définir les typologies et les principales vocations.

Recommandations architecturales: Façades

Décorations apportées aux façades Protections solaires

Eaux pluviales

Enseignes publicitaires

Antennes

Couleurs

Les structures traditionnelles

Matériaux

Les ouvertures

Les portes des bâtiments à caractère public

Les portes des maisons d'habitation

Les fenêtres des maisons d'habitation

Les encorbellements

Les souks couvertures, porche et auvents de boutiques et fontaines murales. (PASS, 2019)

De plus, concernant Taghazout, nous proposons d'intégrer des mécanismes de flexibilité, permettant aux cultures de s'adapter aux inévitables évolutions temporelles, tout en s'inspirant de la composition urbaine et architecturale locale.

Définition Typologies et vocations dominantes

Le secteur SR est un secteur réservé à l'habitat qu'il soit sous forme de construction de type traditionnel, introverti et organisé autour d'un patio central ou de type récent existant en constructions extraverties . Ce secteur est délimité dans le (PASS) par un trait apparent et une hachure spécifique.

Peuvent être autorisés dans ce secteur, les petits commerces de proximité ou des locaux d'activité artisanale ou de service à condition de...

Types d'occupation ou d'utilisation interdites

La mixité des usages est encouragée au sein des secteurs urbains.

- Tout type de morcellement.

Sont interdits dans le traitement des façades :

- Les grandes baies vitrées

- Les balcons sur la rue.

- Les menuiseries métalliques ou en aluminium.

- Les revêtements muraux en carrelage, en marbre, en pierre, en enduit tyrolien, en mignonette lavée, etc.

- Les corniches en tuiles

- L'usage de tout élément intrus à l'architecture traditionnelle ou d'éléments ostentatoires comme les enseignes lumineuses, les disques de paraboles, les antennes de télévision, les stores vénitiens, les auvents en plastique, etc.

- Les traitements de peinture décorative comme le laqué, le griffé, l'alphatone, etc. L'usage des couleurs dans les enduits. La façade doit rester blanche lisse. Seuls certains édifices ou parties d'édifices peuvent être traités au madlouk traditionnel. (PASS, 2019)

Il est nécessaire d'établir des spécifications pour les matériaux, de préciser les rapports de taille et de hauteur des bâtiments, et de gérer la visibilité réciproque : cela implique de contrôler l'accès indirect aux logements et de surveiller la visibilité entre les habitations voisines.

III. Pour une charte d'architecture et d'urbanisme

1- Réglementation pour les annexes aux terrasses



Figure 10. Source : Simone Safe, 2022

2. Réglementation pour les matériaux



Figure 11. Source : Simone Safe, 2022

3. Réglementation pour les menuiseries



Figure 12. Source : Simone Safe, 2022

4. Anchor Point: proposition de recommandations des définitions des matériaux spécifiques et définitions de la hauteur du bâti

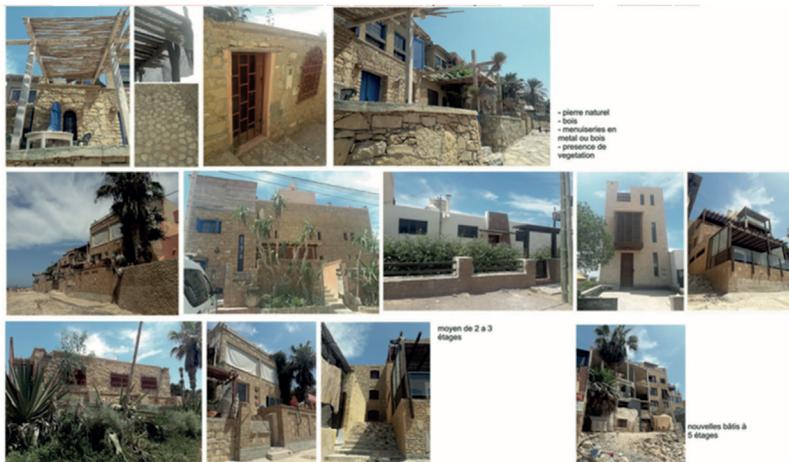


Figure 13. Source : Simone Safe, 2022

Taghazout maintient aujourd'hui son charme et son identité uniques, en intégrant dans son paysage des éléments traditionnels fusionnés avec de nouvelles entreprises et le tourisme saisonnier. Ce village, autrefois rural, connaît une croissance démographique croissante et voit apparaître des types de bâtiments verticaux inédits. Il est possible de ne trouver que dans ce lieu réinventé et créatif des édifices de 4 à 6 étages, affichant des largeurs de 3 mètres ou 6 mètres.

La morphologie urbaine sert d'outil d'analyse pour déceler les diverses cultures reflétées à travers les types architecturaux. Elle permet d'identifier les modes de vie et de mettre en lumière les caractéristiques légales de l'époque. L'objectif de cette démarche morphologique est de faciliter la planification future en révélant l'unicité de chaque endroit, afin d'orienter les futures stratégies de préservation, de conservation ou de transformation.

Pour cela, il est crucial de comprendre ce qui est déjà ancré et ce qui peut ou doit être modifié, ainsi que les raisons sous-jacentes à ces décisions. Les résidents, devenus les acteurs essentiels de l'espace et de la vitalité du village, s'adaptent tout en répondant aux besoins des visiteurs, tout en préservant leurs propres modes de vie, coutumes et traditions.

Ce document encourage donc des discussions interdisciplinaires et locales en vue de définir les stratégies de planification idéales pour préserver le caractère attractif, charmant et unique de Taghazout, sans céder aux forces de la mondialisation qui tendent à uniformiser nos activités et notre mode de vie.

Bibliographie

- ADN (2020), Plan d'aménagement de la corniche TAGHAZOUT, M.O : Société de développement touristique Souss-Massa. Phase APS. Agadir: 09.11.2020
- AGENCE du BOURGREG (2019), Plan d'aménagement spécial et sauvegarde de la medina et Kasbah des Oudayas de Rabat, Rabat.
- ARVAY C., GOODRICH V. (traduction) (2018), *The Biophilia Effect: A Scientific and Spiritual Exploration of the Healing Bond Between Humans and Nature*. Editora: Sounds True; Edição: Unabridged, 2018
- BEATLEY T. (2011), *Biophilic cities: integrating nature into urban design and planning*. Island Press
- CANNIGIA G., MAFFEI, G. L. (2001), *Architectural composition and building typology: interpreting basic building*. Firenze: Alinea Editrice srl.
- CLANCY J., RYAN C. (2015), « The role of biophilic design in landscape architecture for health and well-being », *Landscape Architecture Frontiers*, v. 3, n. 1, p. 54-62.
- CORSINI, M. G. (2001). In: *La Facoltà di Architettura dell' Università "La Sapienza" dalle origini al duemila - discipline, docenti, studenti*. Org. Vittorio Franchetti Pardo. Roma: Gangemi, p.387-407.
- DNArchitectes (2021), Aménagement de la zone touristique d'Anchor Point. M.O : Société de développement touristique Souss-Massa. Phase APD. Agadir: 12.07.2021
- Ecosystems and human well-being : health synthesis : a report of the Millennium Ecosystem Assessment / Core writing team: Carlos Corvalan, Simon Hales, Anthony McMichael ; extended writing team: Colin Butler ... [et al.] ; review editors: José Sarukhán ... [et al]. World Health Organization 2005. [https://www.millenniumassessment.org/documents/ document.357.aspx.pdf](https://www.millenniumassessment.org/documents/document.357.aspx.pdf)
- Plan d'Aménagement Unifié de la Ville de Rabat (PAU) (2009), Mission 2: Diagnostic Analyses thématiques et spatiales Royaume du Maroc. Ministère de l'Habitat, de l'Urbanisme et de l'Aménagement de l'Espace. Agence Urbaine de Rabat-Salé. Atelier parisien d'urbanisme.
- SAFE S., TRADICAO M.S. (2015), *Tradição e vida social na forma urbana da Kasbah dos Oudayas e Medina de Rabat [manuscrito]*. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Arquitetura. Orientador Stael de Alvarenga Pereira Costa. Março, ULRICH R. S. (1981), « Natural versus urban scenes: Some psychophysiological effects», *Environment and Behavior*, 13, pp. 23-556.
- ULRICH R. S. (1999). *Effects of gardens on health outcomes: Theory and research*. In C. Cooper-Marcus & M. Barnes (Eds.), *Healing Gardens: Therapeutic Benefits and Design Recommendations*. New York: John Wiley, pp. 27-86.
- ULRICH R. S., SIMONS R. F., LOSITO B. D., FIORITO E., MILES M. A., & ZELSON M. (1991). « Stress recovery during exposure to natural and urban environments », *Journal of Environmental Psychology*, 11, pp. 201-230.

Station de Taghazout Bay entre projection touristique, Vécu et marges mondialisées

Une approche de communication socio-territoriale

Amal BEN ATTOU

En s'inscrivant dans une réflexion méthodologique de la théorie fondée sur les faits (Baszanger, 2021), nous essayons de promouvoir une recherche qualitative mettant en rapport les conflits autour des territoires (foncier, marketing touristique, territoire de vie, espace de projets mondialisé et à la carte). L'objectif étant de croiser les situations à propos des conceptions d'aménagements touristiques et résidentiels dans un espace politiquement préférentiel et mondialisé implanté, verticalement, au sein d'un espace rural littoral de vie et de relations traditionnelles (Taghazout Aftas) dans la périphérie nord d'Agadir. Le fait que la mondialisation induit, via le tourisme, de nouvelles mises aux normes influencées par des logiques du marché, elle ramifie et complexifie les inégalités socio-spatiales au sein des territoires.

La mesure des impacts sur les formations sociales locales, sur la durabilité environnementale, les changements climatiques, la destinée des marges des grandes villes comme Agadir a nécessité un travail de terrain empirique destiné à approcher les clivages entre les concepteurs du projet touristique et résidentiel de Taghazout Bay et la société locale abritant et subissant différemment l'impact direct du projet. Ainsi une enquête par échantillonnage aléatoire fut menée en 2019 auprès de 150 ménages, 260 touristes et quelque 25 hôteliers. Une autre enquête spécifique a ciblé parallèlement une trentaine de « Beach Boys ».

Les résultats des enquêtes nous ont permis de dresser une lecture portant sur la projection touristique et le vécu communautaire de Taghazout. Par une approche communicationnelle sur les territoires et la société locale, il s'est avéré que malgré les multiples dispositifs mis en place dans la projection touristique pour réduire, corriger et maîtriser les effets de certains risques et aléas naturels et anthropiques, l'impact du projet sur la société communautaire locale de Taghazout et d'Aourir revêt une importance. Les décisions politiques de planification de construction ex-nihilo de structures d'hébergement de grande capacité (Taghazout Bay) ou initiés par la force des choses (Taghazout Aftas), ont institué d'autres vulnérabilités en matière de modes de production et de consommation se reflétant sur la fabrique des territoires, mais aussi dans les inégalités d'exposition aux aléas

environnementaux ou à l'accès aux ressources naturelles, foncières et immobilières. Un projet touristique d'envergure se mesure non pas uniquement par la résilience des territoires d'implantation mais aussi par son appropriation par la société d'accueil.

Malgré les efforts déployés par les politiques d'aménagement et d'industrie touristique force est de constater des vitesses différentes en matière de processus de gouvernance (institutionnelle, territoriale, touristique) qui prennent en charge l'espace de vie et l'espace de projets. En effet, la viabilité d'une projection touristique ne peut se faire à la marge des territoires et des populations qui y vivent et qui y évoluent. Toute l'ingéniosité d'un projet touristique et immobilier à l'instar de Taghazout Bay est de réconcilier entre ressources environnementales, désir de mondialisation et de production et promotion sociale et territoriale.

Il est vrai que dans le contexte de la mondialisation, les périphéries sont différemment affectées par les demandes des villes plateformes de la mondialisation balnéaire comme Agadir. Celle-ci induit les marges périurbaines comme Drarga dans un concept d'espace à évolution négociée autour de la force de mobilisation et de médiation de l'acteur social. Ici l'acteur institutionnel cherche la légitimité et la représentation politique selon des mécanismes de rapport de forces transitant de la sociabilité, à l'institutionnalisation puis au compromis politique de développement.

A la base des résultats obtenus, il s'avère, par contre, que dans les espaces périphériques à vocation touristique comme Taghazout et presque tout le littoral nord d'Agadir, l'équilibre sociétal est fortement mis à mal. La périphérie est induite par la demande mondialisée à partir d'Agadir, comme espace préférentiel des projets touristiques et immobiliers décidés d'en haut. Or, les territoires d'implantation de ces mêmes projets constituent les espaces de vie des populations communautaires de Taghazout et d'Aourir, dont les pratiques de vie (résidentielles, travail, écoles...) se retrouvent, malgré elles, en situation de conflit d'intérêt et spatial avec celles des clientèles touristiques de la station Taghazout Bay. Ainsi les territoires de Taghazout et d'Aourir peinent à se construire malgré le surf et le tourisme de facture. La recherche de l'équilibre socio-territorial dans ces lieux de projets passe nécessairement et préalablement et foncièrement par une justice socio territoriale. Une condition sine qua non à l'appropriation du projet touristique par le territoire et la société en place.

Dans la commune de Taghazout, pourtant de renommée internationale en termes de surf, les populations sont contraintes d'exister et de résister autant que peu dans les marges urbaines avec des ressources limitées et

des initiatives individuelles malgré leur importance vitale restent précaires à la limite de l'informel. Cette commune est l'exemple typique des rapports de forces que révèlent les représentations et la stigmatisation qui participent de la construction de ces territoires en transition entre espace de vie et espace de projets. Tagthazout Surf Expo est l'occasion de promouvoir ces espaces comme de véritables territoires-ressources qui doivent être réédifiés autour des réseaux de sociabilité et des constructions identitaires et mémorielles. Le surf est un bon moyen de convergence pouvant inciter ces territoires vers plus de reconnaissance, de pouvoir d'agir et d'échanges. L'instauration de la puissance publique dans le cadre du nouveau modèle de développement et la mise en place d'un dialogue constructif entre assemblées d'habitants, associations du surf, professionnels du tourisme sont incontournables pour une reconstruction sociale et territoriale.

Troisième partie : REGARDS AUTOCHTONES



Taghazout par ses autochtones/habitants

Pour une sociologie des marges face à l'hétérotopie et à la touristification

Brahim LABARI

Revenir rétrospectivement sur une enquête sociologique effectuée il y a quelques années sur la touristification de station balnéaire Taghazout en se plaçant du point de vue des populations locales, avoir à l'esprit que le tourisme constitue l'un des secteurs clés de l'économie de la région Souss Massa aux côtés de l'agriculture et de la pêche maritime, admettre enfin que le territoire de Taghazout, connue nationalement et internationalement comme étant une station balnéaire avantageuse, offrant de surcroît un chantier touristique prometteur, tout cela atteste que le terrain balisé, les habitants et autochtones rencontrés, les dialogues engagés, les interactions développées avec les gens de la société d'en bas, les journaliers, les marins, les coiffeurs, les bouchers, les commerçants, les vendeurs à la sauvette et autres figures du travail saisonniers informel, sans oublier les gens rencontrés au hasard et au détour d'une ruelle ou aux abords de la plage, toutes et tous, portent eux aussi, un regard lucide sur les changements qui affectent le village Taghazout. Ils participent ce faisant d'une sociologie des marges face à la touristification d'un territoire rural que l'imaginaire touristique a significativement investi et qu'il a paré en quelque sorte d'une sorte d'hétérotopie.

Quand je parle de sociologie des marges, je ne l'entends pas dans la pure orthodoxie sociologique, mais je la comprends comme un processus de résistances d'en bas à la mise en tourisme d'un territoire considéré comme un bien commun. Ce sont en premier lieu les marges dans le positionnement par rapport à la touristification qui est engagée en pointant l'absence d'une perspective participative. Perspective du reste que cette recherche sociologique de terrain entend réparer. A cet égard, l'implantation d'une industrie touristique souffre d'un déficit de notoriété : les populations locales, les associations et les responsables communaux sont bien incapables de lui attacher un contenu précis. Ils connaissent le projet de touristification de manière parcellaire et dans la forme. Sont quasi ignorés les zones de connexions, le calendrier d'exécution du projet et ses différentes composantes (hôtels, logements– académies de sports...). A cela une raison que la plupart des enquêtés ont souligné avec force : un manque manifeste d'une communication efficiente autour du projet et de ses retombées.

Cette société des marges se referme consciemment dans une sorte de nostalgie de Taghazout éternelle face à l'irruption de la logique touristique de masse au cœur de l'authenticité locale. Les femmes âgées sont majoritairement réticentes face à la grande transformation et se considèrent comme gardiennes de la tradition et de la mémoire. Elles se montrent, ce faisant, nostalgiques d'un village très attaché à son fond communautaire et à l'esprit de l'entraide : « Taghazout et ses environs étaient un village traditionnel soudé où les gens se connaissent par leur prénom, où sont organisées des moussems et autres fêtes de fraternisation. Aujourd'hui, on sent que tout cela s'en ira ».

procèdent d'une même origine : la mise en tourisme haut de gamme va se bâtir sur des terres appartenant aux habitants, léguées d'une génération à l'autre. Ces terres, considérées comme étant spoliées, mériteraient réparation. L'entreprise prenant en charge le projet devrait être la locomotive d'un développement intégré et amarrer les deux communes (Taghazout et Aourir) dans cet élan. Les habitants souscrivent majoritairement à la touristification dès lors qu'elle leur sera bénéfique : en participant à la mise à niveau de ses infrastructures, en respectant sa faune et sa flore, en mettant au travail « les enfants de la région » ...

- Entre les actions menées et les attentes formulées, ressort un « gouffre » lié à la fois à la faiblesse d'une stratégie d'ensemble alliant la vision d'une « entreprise citoyenne », soucieuse de son image et mobilisée en faveur de son environnement d'une part et la conscience des parties prenantes à se fédérer dans une perspective constructive de l'autre.

- La touristification est sollicitée prioritairement sur le plan du développement humain : éducation – santé – travail. Cette « mission » que la touristification endosse à son corps défendant fait apparaître la dimension philanthropique comme s'il ne s'agissait pas d'une entreprise dont la raison d'être est d'avoir la rentabilité de ses investissements.

Les associations rencontrées et les responsables communaux jettent leur dévolu sur un axe que nous pourrions identifier comme celui de l'emploi, de la formation et du petit entrepreneuriat : il est attendu sur le plan de la création de l'emploi des jeunes riverains contribue à assurer une formation, passeport pour le travail. En effet, l'emploi se hisse en attente cardinale de toutes les parties prenantes enquêtées.

- Aucun aménagement touristique ne peut durablement prospérer sans un minimum de communication. Par conséquent, la stratégie d'action territoriale doit être davantage précisée en sensibilisant les personnes les plus en relation avec la SAPST de ses visées, ses réalisations et les limites de son action. Cela aura le mérite de lever un certain nombre d'ambiguïtés

concernant les prétentions qu'on lui prête eu égard notamment à son indice de performance (leur réalisation rapportée à leur capacité).

- La stratégie du gagnant-gagnant est celle prônée par les associations à but économique et les édiles locaux. La touristification apporte de l'emploi, direct ou indirect, aux communes, en contrepartie les édiles locaux apportent leur appui en générant une convergence en ce que les associations apportent les marques indéfectibles de la région (produits de terroir par exemple) pour faire connaître l'arrière-pays et s'attacher la fidélité des touristes et des visiteurs.

S'il y a une notion qui ressort avec netteté du terrain, c'est bien celle du risque qui est en passe de devenir un concept heuristique. Risque de la dislocation « générationnelle » entre les habitants enracinés dans leur village et vivant à la traditionnelle et cette populations volatile qui s'établira périodiquement dans les résidences à proximité ;

risque environnemental ou écologique réel ou ressenti comme tel (déforestation et bétonisation des espaces verts) , risque de blocage de la marche régulière des opérations de construction par des populations limitrophes « frustrées » de leur mise à l'écart : il n'y a pas de risque zéro malgré des efforts consentis dans ce domaine). Mais, nous l'avions déjà souligné : la plupart des tensions existantes ou rapportées concerne la dispute autour de la priorité à l'emploi que la touristification est censée offrir à des catégories bien spécifiques : les enfants des retraités arrivés à l'âge de travailler, les populations locales estimant que l'entrée en entreprise est un dû, mais n'étant souvent dotés d'aucune formation, accourent à l'entreprise comme unique alternative. Par-delà l'impératif d'apprécier le risque pour mieux le contourner, il s'agit d'apporter des réponses « sociales » plutôt que des ripostes « expertes ».

L'identité culturelle de Taghazout au confluent du tourisme et du surf

Zahra SOUALAH

Le tourisme est l'un des moteurs de la mondialisation, dans un monde contemporain marqué par des mutations sociétales disruptives susceptibles d'engendrer des changements profonds, notamment en termes d'identité. Sous l'impulsion de la modernisation et de l'irruption des technologies, donnant lieu à un tourisme industriel, l'image du touriste et de ses pratiques se sont standardisées. Des représentations et des comportements similaires tant à une échelle régionale que planétaire sont apparus.

Ayant opté pour le tourisme comme choix prioritaire pour son économie, le Maroc, à l'instar des autres pays en voie de développement, considère ce secteur, dans son pendant international, comme une « importante industrie », et ce depuis son indépendance. Le pays devient, dès la fin des années 60, une destination pionnière grâce à son emplacement géographique favorable, disposant d'un potentiel remarquable entre ses ressources naturelles, sa richesse historique et culturelle, ce qui lui assure une place dans le marché touristique mondial. La région de Taghazout est ainsi devenue l'une des destinations préférées des touristes internationaux, et particulièrement des surfeurs.

L'originalité de la région de Taghazout réside dans sa position géographique, lui permettant d'avoir un climat doux tout le long de l'année. Elle jouit d'une plage attrayante pour beaucoup de surfeurs de par le monde. Elle est aussi riche par son histoire, dotée d'un patrimoine culturel composé de mœurs, de traditions, de coutumes, de modes de vie, ainsi que des activités sociales, commerciales, culturelles qui constituent le socle de l'identité culturelle de Taghazout. Cet ensemble a pu jusqu'à aujourd'hui résister au passage du temps ainsi qu'aux différents facteurs extérieurs pouvant l'influencer. Parmi ces facteurs figurent les effets du tourisme, inducteur de rencontres interculturelles, sur la population locale qui déploie des efforts pour établir des contacts avec les touristes, porteurs de cultures différentes et d'une altérité avérée.

Le surf, en tant que tourisme sportif et l'une des activités attractives de cette région, est devenu une passerelle de rencontres entre différentes cultures et finit par poser les bases de la communication interculturelle entre les visiteurs étrangers et les autochtones. Ce processus communicationnel

permet aussi l'interaction entre les identités des interlocuteurs, notamment celle incarnée par la culture de Taghazout, toutes communautés confondues, et celle véhiculée par les touristes quelles que soient leurs origines. Et puisque l'identité n'est pas statique, elle subit des influences tout au long de sa (co)construction, à travers les expériences, les interactions et le vécu communautaire.

Ceci dit, l'autochtone de Taghazout se trouve aussi dans une situation où il expose son identité, celle-là même qu'il a construite depuis sa naissance, durant son enfance et son adolescence. Une identité bien spécifique, imprégnée par la culture de la région, par la culture amazighe et par tout ce qui la caractérise.

Le jeune taghazouti, à ce stade, va devoir se confronter à d'autres identités venant d'ailleurs. Des identités porteuses d'autres cultures qui sont, à plusieurs niveaux, différentes de celles de sa région. Cette différence lui imposerait une attitude spécifique, favorisant le processus communicationnel avec le touriste étranger, cherchant à le satisfaire et à le fidéliser à la région. Les relations interpersonnelles entre les autochtones et les touristes font donc l'objet d'un intérêt particulier, car la priorité est donnée à la dimension relationnelle dans l'action de la communication.

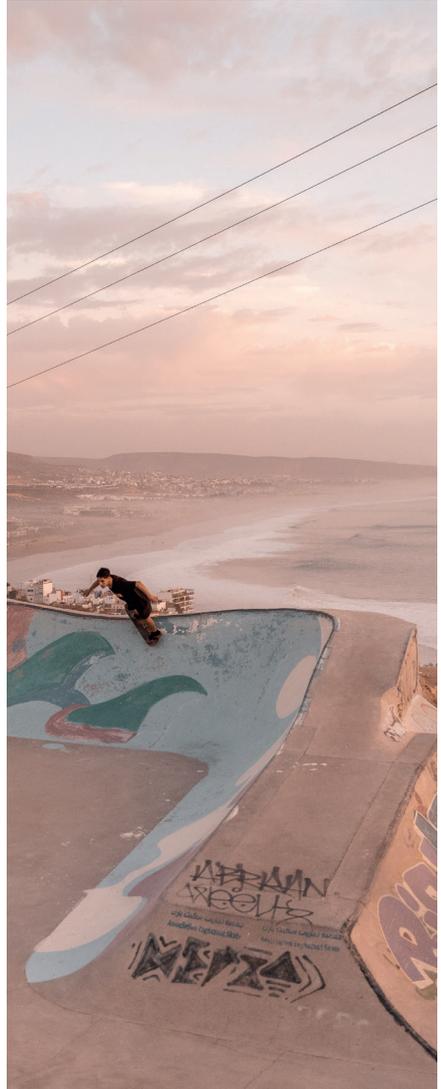
Dans cette optique, le "Taghazout Surf Expo", le premier salon international dédié au surf au Maroc, est, non seulement une opportunité inédite pour les professionnels de l'industrie du surf et les organismes publics et privés liés au sport et au tourisme, mais il est également un événement grand public avec des activités scientifiques et artistiques riches, attractives et ouvertes à tous.

A travers l'atelier que nous avons animé, et la table ronde à laquelle nous avons participé, nous avons cherché à mettre en lumière les évolutions que subit l'identité culturelle des jeunes autochtones Taghazoutis au contact des touristes, surtout dans un contexte de mondialisation avancée et généralisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Parmi les assistants, des jeunes Taghazoutis ont considéré qu'effectivement, beaucoup de choses avaient changé pour eux, notamment la façon de s'habiller, de se coiffer, de parler, de manger, etc. Ils ont confirmé que ces changements sont en quelque sorte nécessaires pour pouvoir travailler dans les métiers du tourisme et pour pouvoir échanger aisément avec les touristes. Ces transformations, selon leurs témoignages, n'ont pas d'impact négatif sur leur identité culturelle, qu'ils tiennent à préserver, au même titre qu'ils maintiennent leur appartenance religieuse.

Notre démarche s'est basée sur une approche anthropologique, dans le but de comprendre le fonctionnement de la rencontre des autochtones taghazoutis avec les touristes étrangers. Notre immersion dans le village de Taghazout pendant deux ans, a nourri notre perception à travers une observation participante et des entretiens semi-directifs avec des touristes et des autochtones.

Au moment de l'exposition des résultats, les chercheurs scientifiques ayant participé à l'atelier, les jeunes étudiants universitaires ainsi que les jeunes taghazoutis, ont tous proposé des pistes qui ont pour but de sauvegarder l'identité culturelle de la région de Taghazout, et d'en faire un élément d'attraction, sans pour autant, l'altérer.

Quatrième partie : RÉSILIENCE, CRÉATIVITÉ ET OPPORTUNITÉS D'AVENIR



Taghazout. Repenser le territoire et le tourisme à l'ère des nomades numériques

Stéphanie CRABECK

Le nombre croissant de nomades numériques, qui combinent travail et voyage, est un phénomène en expansion depuis la pandémie de la Covid-19. Cette mobilité est le résultat de changements profonds dans la société, notamment les avancées technologiques, la flexibilité croissante de l'emploi et la quête d'un mode de vie équilibré entre travail et loisirs.

Pour les destinations touristiques, la fin de la pandémie a engendré deux types de discussions contrastées. D'un côté, certaines cherchent à revenir à la "normalité", tandis que d'autres explorent les opportunités technologiques et l'arrivée de nouveaux types de clients pour repenser le tourisme.

Ainsi, face à la montée du nomadisme numérique dans le monde entier, les destinations touristiques doivent relever de nouveaux défis concurrentiels. Elles doivent réorienter leur stratégie territoriale pour attirer ces nouveaux publics, offrir les conditions idéales pour vivre, travailler et se divertir, et encourager de nouveaux investissements et services.

D'autres facteurs influencent également la géographie des nomades numériques, notamment la qualité du capital naturel, culturel et paysager, ainsi que les opportunités d'interaction entre les communautés locales. Cette dimension humaine permet les échanges d'informations et favorise la création de réseaux sociaux, incitant les "nouveaux locaux" à revenir ou à s'installer pour des périodes prolongées.

Taghazout est solidement positionnée sur le marché mondial du surf grâce à la qualité et à la diversité de ses spots de surf accessibles tout au long de l'année. De plus, la destination se distingue par son capital sympathie et son interculturelité, résultant de l'engagement historique des acteurs locaux dans le développement touristique du village.

En conséquence, Taghazout offre des opportunités d'investissement prometteuses pour ceux qui peuvent contribuer à une gestion durable du nomadisme numérique. Ces opportunités englobent des aspects environnementaux tels que la gestion de l'espace et des déchets, la professionnalisation des acteurs du loisir, l'accès aux services (banques, etc.), ainsi que des produits ludiques, sportifs (matériel de surf, etc.) et professionnels (matériel informatique, etc.). De plus, la valorisation du

patrimoine local traditionnel est un axe important à explorer. Enfin, des projets de gouvernance participative pourraient permettre de maintenir un équilibre entre les différentes fonctions de Taghazout (résidentielles, touristiques, commerciales), les parties prenantes (publiques, privées, associatives) et les occupants du territoire (en termes de durée de séjour, d'origine, de niveaux socio-économiques).

Résilience et créativité : comment le secteur touristique marocain a transformé la crise du Covid 19 en opportunité grâce aux NTIC.

L'exemple d'Aloha Surf Camp à Tamraght

Hanane MABROUK et John VAN DEN PLAS

Le besoin est source d'innovation

Le secteur touristique a été confronté à une situation sans précédent, à savoir la crise sanitaire, qui a engendré une nécessité impérieuse de concevoir des solutions immédiates en vue de préserver la saison. À cet égard, les propos de Mohammed Berriane (2020) mettent en exergue que, face à cette conjoncture exceptionnelle, la “réponse immédiate réside dans le tourisme intérieur”.

L'objectif de notre étude consistait à élucider la résilience et la créativité manifestées par certains acteurs du secteur touristique au Maroc, lesquels ont exploité la crise sanitaire comme catalyseur pour élargir leur offre et leur clientèle à travers l'exploitation d'Instagram. Nous avons pu observer comment ils ont adapté leurs services en présence, orientés vers les publics locaux, tout en proposant des produits virtuels à destination des publics internationaux.

Afin d'évaluer l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), nous avons procédé à une étude durant l'année 2021, avec une durée de quatre semaines en janvier et six semaines en juillet-août, se déroulant dans la région de la baie de Taghazout. Plus précisément, notre analyse s'est concentrée sur un établissement d'hébergement dénommé Aloha Surf Camp, un haut lieu du tourisme axé sur la pratique du surf, qui a réorienté son offre durant la crise grâce à une exploitation innovante des NTIC.

Méthodologie de la recherche

La collecte des données a débuté en janvier 2021 (4 semaines) et s'est achevée en septembre 2021 (6 semaines). La zone de recherche s'est focalisée sur les populations des villages de Tamraght et de Taghazout. 2 chercheurs (l'un anthropologue belge spécialiste du tourisme et l'autre Marocaine spécialiste en communication et numérique) ont fait équipe pour cette étude de terrain menée en 2 étapes :

La découverte du terrain s'est réalisée à travers une immersion de quatre semaines dans un surf camp à Tamraght, offrant ainsi l'opportunité de s'imprégner pleinement de l'environnement et de recueillir des données essentielles à Tamraght et Taghazout.

L'observation participante s'est poursuivie en juillet et août 2021, nous permettant d'approfondir notre compréhension du terrain et d'établir des liens avec la communauté locale du surf et les digital nomads qui y gravitent.

Aloha Surf camp est désormais connu au niveau mondial aussi bien pour le surf que pour le digital nomadisme et la musique. Pour Joe, les trois publics (surfeurs, digital nomades et artistes en résidence) sont compatibles (parfois complémentaires) et permettent au Surf camp d'avoir un taux de remplissage minimum pendant l'année, même en cas de nouvelle crise.

La création du studio d'enregistrement est également un élément attractif car c'est l'un des seuls de la région de Taghazout et il attire désormais des artistes provenant d'autres pays notamment européens. Le prochain objectif pour Joe est de créer un label ALOHA tout en développant en parallèle ses activités actuelles avec des partenaires de tous les coins du monde.

Discussion des résultats

Le cas du Aloha Surf camp illustre une théorie intéressante de résilience et d'adaptation des entreprises touristiques, qui pourrait être formulée comme suit :

1. Identification des Opportunités via la Recherche : Dans un environnement économique en constante évolution, les entreprises touristiques proactives et innovantes peuvent identifier des opportunités de croissance en menant des recherches approfondies. Ces recherches peuvent les conduire à des partenariats stratégiques avec des entreprises locales ou à des adaptations de leur offre pour répondre à des besoins émergents.

2. Utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) : Les NTIC, en particulier les plateformes de médias sociaux comme Instagram, peuvent jouer un rôle essentiel dans la transformation d'une vision en réalité. Les entreprises qui savent exploiter ces outils peuvent atteindre une audience mondiale, même dans les régions les plus éloignées.

3. Transformation des Obstacles en Avantages : La pandémie de Covid-19 a imposé une transition rapide vers le numérique à de nombreuses entreprises. Cependant, certaines ont réussi à transformer cette contrainte en avantage en créant de nouvelles offres, de nouveaux services ou en améliorant leur visibilité en ligne.

4. Diversification des Publics Cibles : Les entreprises touristiques peuvent élargir leur clientèle en ciblant plusieurs segments de marché. Dans le cas présent, le Surf camp d'Aloha a réussi à attirer trois publics différents, à savoir les surfeurs, les digital nomades et les artistes en résidence. Cette diversification permet d'atténuer les risques liés à une dépendance excessive à un seul segment.

5. Création de Valeur Ajoutée : La création d'un studio d'enregistrement au sein du Surf camp a non seulement renforcé son attrait, mais a également attiré des clients internationaux. La valeur ajoutée offerte par des services uniques peut aider à établir une réputation mondiale.

6. Vision à Long Terme : Enfin, les entreprises prospères ne se contentent pas de s'adapter aux circonstances actuelles, elles planifient également pour l'avenir.

Désirable, rare et hors du temps : Taghazout détiendrait-elle les ingrédients d'une destination slow luxe ?

Benjamin BERNARD, Stéphanie CRABECK et Aurélie VACHAUDEZ

“Le vrai luxe aujourd'hui, c'est de prendre le temps de se reconnecter à l'essentiel, de s'éloigner de l'agitation du monde moderne et de vivre des expériences touristiques authentiques qui permettent de découvrir la véritable essence d'une culture”

Le voyageur est dans un état d'évolution continue nécessitant une adaptation constante de l'industrie et des destinations. Il incombe aux professionnels du secteur de s'adapter ou de périr alors que de nouvelles formes d'expériences, de profils et de marchés émergent. Une enquête menée en 2022 par Booking sur les nouvelles tendances touristiques auprès de 25.000 personnes révèle notamment de profonds changements en termes d'appétence pour les voyages. Ainsi, près de 80% des voyageurs interrogés ont déclaré souhaiter avoir, au cours de leur séjour, des rencontres avec les communautés locales et désirent profiter d'un luxe décontracté”. Par ailleurs, 50% des enquêtés se sont déclarés être en quête d'authenticité, de diversité et vouloir vivre un véritable choc culturel. Enfin, le respect de l'environnement, la déconnexion avec la réalité et la proximité avec la nature sont d'autres éléments clés des résultats de cette enquête (Booking, 2022).

Dans le secteur du luxe, la notion d'authenticité s'est fortement développée depuis quelques années. L'authenticité peut être liée à une destination. La littérature définit la notion d'authenticité d'une destination sur base de deux critères : le lieu doit être un original (et donc pas une reproduction) et le lieu ne doit pas être dénaturé (il n'a pas été transformé, ses caractéristiques essentielles n'ont pas été modifiées) (Camus, 2010). De plus, on distingue dans le tourisme l'authenticité de l'expérience et du ressenti personnel (se ressourcer, relation avec son entourage, lien social) et l'authenticité perçue du lieu de séjour (site rustique, architecture non monumentale, gastronomie...) (Hamon, 2005).

Les tendances de voyage présentées ci-dessus nous évoquent deux concepts importants. Premièrement, le concept du Slow Tourism, qui renvoie à une tendance de voyages consistant à se plonger pour un temps plus ou moins long dans la culture locale d'une destination tout en cherchant à

minimiser son impact négatif sur l'environnement (Honoré, 2004 cité par Hallem et al., 2020). Deuxièmement, celui du Slow Luxe qui fait référence à une nouvelle vision du luxe avec la volonté de retourner vers une consommation plus authentique aboutissant à un luxe responsable, éthique ou encore engagé (Journal du Luxe, 2016). Voyager en mode Slow Luxe pourrait ainsi se traduire comme le fait de retourner à l'authenticité, de prendre son temps pour lâcher prise, de rencontrer les populations locales, d'adopter la culture et les traditions

de la destination visitée, de prendre le temps de connaître l'histoire du lieu, de consommer local et de bénéficier d'une expérience sur-mesure centrée sur les émotions dans une destination rare, qui échappe à l'afflux de touristes, créant ainsi une désirabilité pour l'endroit. Tous ces éléments pourraient constituer le véritable tourisme de luxe de demain.

Du luxe ostentatoire au luxe éthique et durable, un enjeu économique engagé

Wided Batat (2017 ; 2022), experte internationale du luxe, offre une nouvelle définition du luxe, la caractérisant comme étant évolutive et multidimensionnelle. Elle met en évidence que le luxe englobe diverses significations, chaque individu les interprétant en fonction des normes et des codes de sa culture de consommation. Ces significations évoluent avec le temps et s'adaptent aux changements sociaux et personnels. Le luxe est profondément enraciné dans la culture et les pratiques des groupes où il émerge, se forge et se développe. Il est donc une notion subjective, créée par et pour les individus, les professionnels, les institutions, ainsi que les acteurs politiques et sociaux qui interagissent avec lui. Ce qui peut être considéré comme luxueux pour certaines personnes peut paraître banal pour d'autres. Ainsi, la définition du luxe est étroitement liée à la perspective adoptée, qui doit être identifiée préalablement. Batat met en évidence la fluidité et l'adaptabilité du concept de luxe, soulignant le rôle actif des individus et de la société dans sa redéfinition, évolutive et multidimensionnelle.

Les voyages de luxe devraient enregistrer une croissance de 6,2 % au cours de la prochaine décennie, par rapport à une croissance de 4,8 % pour l'ensemble des voyages (Dyking, 2016). Parallèlement à cette croissance, le marché du tourisme de luxe évolue constamment. Ces évolutions mettent en avant un nouvel intérêt pour l'expérience plutôt que pour les biens matériels, comme en témoigne la préférence pour l'achat d'expériences plutôt que de produits de luxe (Dyking, 2016). Dans ce contexte, l'émergence de nouvelles formes de tourisme alternatives devrait être accueillie favorablement, car

elles offrent une solution aux défis du tourisme de luxe de masse conventionnel. Il est essentiel de continuer à explorer de nouveaux modèles de tourisme qui favorisent un secteur touristique plus durable, équitable, localement contrôlé, en phase avec son environnement et axé sur l'expérience.

Historiquement, jusqu'au début des années 2000, la consommation touristique de luxe était caractérisée par la fréquentation d'infrastructures de qualité, offrant un certain niveau de confort. C'était un luxe matérialiste, ostentatoire, centré sur les objets. Aujourd'hui, les voyageurs qui ont accumulé de l'expérience sont plus sensibles aux impacts des politiques immobilières à forte empreinte spatiale et à la standardisation des produits et des infrastructures. Ils se tournent de plus en plus vers des valeurs plus authentiques et humaines.

Fondamentalement, les nouvelles tendances du luxe sont liées à un groupe démographique distinctif, émergé au cours de la dernière décennie. Ce groupe est motivé par l'achat de produits et de services respectueux de l'environnement, durables, socialement responsables et bénéfiques pour la santé de la planète. Il préfère l'expérience aux biens et s'oriente vers des produits personnalisés dans le voyage de luxe (Poinelli, 2015 : 3).

Le professeur Batat (2022) précise que les voyageurs d'aujourd'hui ne cherchent plus simplement à se distinguer ou à appartenir à un groupe en consommant des produits de luxe. Leur quête repose désormais sur le désir de vivre des expériences exceptionnelles et émotionnellement enrichissantes.

Ainsi, l'essor du luxe expérientiel et émotionnel met en lumière une évolution majeure : les consommateurs passent d'une obsession centrée sur les marques, les étiquettes et les biens matériels du luxe à une conception subjective du luxe. Cette conception a le pouvoir de les valoriser, de leur procurer des expériences inoubliables et de susciter en eux des émotions positives et un sentiment de bien-être. Cette observation est confirmée par Nathalie Veg-Sala (2020), co-auteure du célèbre ouvrage «Hôtellerie et restauration de luxe» paru aux Éditions Vuibert : «le luxe entretient un lien étroit avec le rêve. Son objectif ultime est de sortir les individus de leur quotidien pour les plonger dans un univers unique empreint de qualité, de raffinement et de créativité».

Un élément du luxe qui devrait probablement rester constant est que le luxe coûtera généralement plus cher que les options non luxueuses. Cela est vrai dans de nombreuses industries, mais peut ne pas s'appliquer de la même

manière au tourisme et à l'hôtellerie, où l'expérience du luxe va au-delà de la simple consommation de biens et services, offre une évasion et vise à créer des souvenirs durables. Cette notion de luxe émotionnel et expérientiel redéfinit la façon dont nous percevons et recherchons le luxe, mettant en avant la quête d'émotions profondes et d'expériences mémorables comme la véritable essence du luxe contemporain.

Dans le paysage hôtelier de luxe, cette tendance peut par exemple prendre la forme de boutiques-hôtels, qui visent une clientèle de luxe recherchant un cadre plus intime, avec un service ultra-personnalisé, ou de plateformes de location d'appartements, comme Airbnb. En proposant des appartements de très haut de gamme, couplés à des services personnalisés, ces offres séduisent une clientèle de luxe désirant de plus en plus se sentir "comme à la maison" lors de leurs déplacements.

Aujourd'hui, les amateurs de luxe, en particulier les jeunes, sont susceptibles d'opter pour la location d'un appartement ou d'une chambre de luxe auprès d'un habitant local, situé dans un quartier moins à la mode et moins touristique, en utilisant des plateformes telles qu'Airbnb. Ils n'ont plus besoin des services d'un concierge d'hôtel, car ils peuvent organiser tous leurs besoins via leurs appareils mobiles, pourvu que l'appartement dispose d'une connexion Wi-Fi. Il n'y a pas de personnel dédié pour prendre soin d'eux, mais le propriétaire est disponible pour leur faire découvrir les coins "secrets" de la ville ou de la région, voire les accompagner pour une visite spontanée du quartier. Ils préfèrent déguster la cuisine locale dans les restaurants populaires fréquentés par les habitants, et s'adonner à la "street food", ce qui est devenu curieusement une passion pour les touristes haut de gamme qui pourraient aisément fréquenter des restaurants gastronomiques tous les jours. Après avoir savouré leur repas avec modération pour éviter l'excès de calories, ils optent pour une course à pied, comme ils le feraient chez eux. Cette description peut bien entendu sembler quelque peu stéréotypée, voire caricaturale, mais elle reflète néanmoins une réalité suffisamment tangible pour illustrer le changement en cours. Cette évolution pose des questions sur les produits touristiques artificiels créés ces dernières années, tels que les hôtels de luxe à Dubaï ou les chaînes hôtelières standardisées dans les destinations balnéaires du monde entier. Ces produits sont-ils forcément en phase avec l'authenticité recherchée par les voyageurs de luxe d'aujourd'hui ?

De plus, des preuves indiquent que certains voyageurs de luxe cherchent à adopter des comportements éthiques, que ce soit en minimisant leur impact sur l'environnement ou en veillant à ce que les retombées économiques du

tourisme profitent aux populations les plus défavorisées de la région (Swarbrooke, 1999).

Taghazout dispose-t-elle des atouts d'une destination slow luxe ?

En tant que destination touristique de surf, Taghazout peut-elle tirer parti de cette nouvelle tendance à la fois lucrative et durable tant du point de vue environnemental que sociétal ? Dispose-t-elle des ingrédients nécessaires pour se positionner sur l'échiquier des destinations slow luxe ? Quels leviers peut-elle activer afin de pouvoir se définir et se vendre en tant que destination surf axée sur le bien-être, l'authenticité, la durabilité et l'expérience immersive ?

Pour mener à bien cette étude, nous nous appuyerons sur la littérature scientifique portant notamment sur le marketing dans l'hôtellerie de luxe, sur le concept du Slow Luxe et sur les typologies de surfeurs. Après avoir dressé un état des lieux de l'évolution de l'offre d'hébergement et des acteurs touristiques de Taghazout, nous utiliserons une approche netnographique pour analyser une centaine d'avis clients sur Tripadvisor et Google. Nous étudierons également la façon dont Taghazout est décrite en tant que destination touristique sur différents sites Internet et blogs, notamment dédiés au surf. Enfin, nous analyserons la façon dont les autorités régionales du tourisme évoquent Taghazout. Au moyen d'un benchmarking, les informations récoltées seront confrontées à celles concernant quatre autres destinations touristiques liées au surf possédant des points de similarité avec Taghazout: Nazaré (Portugal), Ngor Island (Sénégal), Mundaka (Espagne) et El Médano (Tenerife).

Enfin, nous proposerons les résultats de cette étude à la discussion lors des tables-rondes professionnelles lors du Taghazout Surf Expo, afin de dégager des pistes potentielles.

Bibliographie

BATAT, W. (2022). Luxe et expérience client-2e éd.: Les enjeux du phygital, de la responsabilité sociale et de la culture digital natives. Dunod.

Booking (2022), «Prédictions de voyage pour 2023» (en ligne), disponible sur <https://www.booking.com/articles/travelpredictions2023.fr.html>, consulté le 21.09.2023.

CAMUS, S. (2010), L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste, *Gestion 2000*, pp. 101-117.

DER SARKISSIAN A., & VEG-SALA, N. (2020). *Hôtellerie et Restauration de Luxe-Apprendre, Travailler, Progresser*. Vuibert.

HAMON, V. (2005), «Authenticité, tourisme durable et marketing», *Espaces* 228, pp. 42-56.

HONORE, C. (2004), *In praise of slowness: How a worldwide movement is challenging the cult of speed*. CA: Harper.

Journal du Luxe (2016), «Slow Luxury: l'avenir du luxe?» (en ligne), disponible sur <https://www.journalduluxe.fr/fr/business/slow-luxury-l-avenir-du-luxe>, consulté le 21.09.2023.

POINELLI E., BUFFA, P., & PAVLIDIS, N. (2015). *SPAIN-THE TOURISM SECTOR IS HEADING THE RECOVERY*. Focus report). Milan: HVS Consulting & Valuation. Retrieved from <http://www.hvs.com/article/7226/in-focus-spain-the-tourism-sector-is-heading-the>.

CONCLUSION

Stéphanie CRABECK

L'analyse de l'évolution du surf à Taghazout et de ses implications territoriales, économiques, sociales, et environnementales souligne l'importance des synergies entre les acteurs locaux, régionaux, nationaux et internationaux pour favoriser un développement durable de la destination. Le Taghazout Surf Expo a déjà marqué un grand pas vers la conciliation territoriale de cette marge mondialisée, en réunissant divers intervenants clés. Cependant, il est crucial de ne pas sous-estimer les défis à venir, notamment en ce qui concerne la gestion des risques, qu'ils soient générationnels, environnementaux ou liés à l'emploi, à l'intégration harmonieuse des populations locales, la préservation de l'environnement et la création d'offres touristiques authentiques et durables. L'analyse des risques souligne la nécessité de réponses sociales consensuelles plutôt que des solutions purement expertes. Cela met en évidence l'importance de la gouvernance participative et du dialogue constructif entre les parties prenantes pour parvenir à une construction sociale et territoriale harmonieuse.

Pour y parvenir, une approche holistique qui prend en compte les besoins des surfeurs, les normes de qualité internationales, la préservation de la culture locale, et la gestion responsable des ressources naturelles est essentielle. Les partenariats internationaux, les initiatives de gouvernance participative, et la valorisation du patrimoine traditionnel peuvent contribuer à maintenir un équilibre entre les différentes fonctions de Taghazout. Cependant, il est impératif de souligner que ce succès ne peut être atteint qu'à travers une collaboration étroite, tant au niveau associatif, économique que politique, avec le soutien des collectivités locales et des institutions d'État. La mise en place d'un système global qui englobe l'ensemble des acteurs, de la fédération aux entreprises privées en passant par les acteurs publics, est essentielle pour exploiter pleinement les opportunités de développement.

En partageant ces réflexions et en les discutant avec les différentes parties prenantes dans le cadre du Taghazout Surf Expo, l'objectif est de susciter une discussion constructive parmi les acteurs de l'écosystème surf afin de créer un avenir prometteur pour Taghazout en tant que destination durable, tant sur le plan environnemental que sociétal. En fin de compte, l'anticipation, la créativité, et la collaboration sont les clés du succès pour Taghazout dans ce paysage touristique en constante évolution.

BIOGRAPHIE DES AUTEURS

Coordination scientifique

Mokhtar EL MAOUHAL - Université Ibn Zohr – LARLANCO (Maroc)
e.elmaouhal@uiz.ac.ma



Mokhtar EL MAOUHAL est professeur à l'Université Ibn Zohr d'Agadir, directeur du Laboratoire de recherche sur les langues et la communication (LARLANCO) et responsable pédagogique du master Communication des organisations". Ses dernières publications :

- "les plateformes virtuelles comme moyen d'autoformation au savoir-lire numérique", in Pédagogie universitaire numérique : Quelles perspectives à l'ère des usages multiformes des réseaux sociaux pour apprendre ? Mulhouse, Mai 2021, Université de Haute Alsace.

- "L'analyse des interactions communicationnelles des étudiants dans un dispositif d'apprentissage en ligne", in Revue Adjectif de l'université Paris-Descartes, 2021 T1. (Thématique du numéro : Production d'écrits et technologies)

• Issues in Education Quality : Teaching, Volume 1. (Editors : M. El Maouhal, M. Zniber & O. Barakat), Agadir, Ibn Zohr University, 2020

Stéphanie CRABECK - HEPH Condorcet – ULYSSE (Belgique)
stephanie.crabeck@condorcet.be

Stéphanie CRABECK est titulaire, entre autres, d'un doctorat en Sciences et Gestion du Tourisme et d'un DEA en Aménagement du territoire et gestion de l'environnement (Université de Bruxelles). Ses travaux portent sur la mise en tourisme durable des territoires et la médiation du patrimoine. Les réflexions portent sur les aménagements, les pratiques touristiques et les représentations des territoires à travers des comparaisons entre les territoires occidentaux et des Suds (en particulier africains). Professeur dans le département Marketing, Management du Touristique et Hôtelier de la Haute Ecole HEPH – Condorcet, elle enseigne régulièrement dans différentes universités en Europe et dans les pays du Sud. Elle est à l'origine du lab-réseau ULYSSE, première structure inter-établissement d'enseignement supérieur dédiée à la pédagogie et à la recherche appliquée dans le domaine du tourisme en Belgique francophone. Son expérience professionnelle se complète par la coordination de projets de coopération au développement en lien avec le secteur touristique et l'organisation de colloques internationaux.

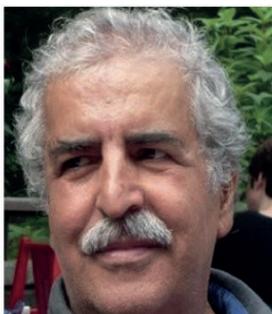


BEN ATTOU Amal
a.benattou@uiz.ac.ma

Amal Ben Attou est professeur de l'enseignement supérieur en langues et communication, membre du Laboratoire de recherche sur les langues et la communication (LARLANCO) de l'Université Ibn Zohr d'Agadir. Ses recherches portent sur la communication architecturale et territoriale ainsi que sur les thèmes d'identité et de société.

JALLOUL Abdelilah
facagadir@gmail.com

Titulaire d'un doctorat en géographie, Abdelilah Jalloul est professeur de l'enseignement supérieur, assistant à la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de l'Université Ibn Zohr. Il s'intéresse en particulier aux questions des dynamiques des espaces périurbains, de la vulnérabilité sociale et des risques environnementaux.



BERRIANE Mohamed
Mohamed.berriane@menara.ma

Mohamed Berriane est professeur de l'enseignement supérieur à l'Université Mohammed V de Rabat, co-directeur du Laboratoire Mixte International MediTer (IRD - France) et membre résident de l'Académie Hassan II des Sciences et Techniques. Ses intérêts de recherche incluent les questions de développement local et régional et l'impact du tourisme et de l'émigration internationale des Marocains sur leurs régions d'origine. Il a publié plusieurs articles et livres sur la migration marocaine et nord-africaine et sur le tourisme et ses effets sur les destinations. Il a co-édité l'Atlas de la Inmigración Marroqui en España. Il est chercheur associé à l'Institut des Migrations Internationales, Université d'Oxford.

BEN ATTOU Mohamed
medbenattou@gmail.com

Mohamed BEN ATTOU est docteur en géographie et aménagement de l'université François Rabelais de Tours. Il possède également une habilitation en dynamique urbaine, gouvernance et développement de l'Université Ibn Zohr d'Agadir. Depuis 2014, il est Professeur d'Enseignement Supérieur à la Faculté des Lettres et des Sciences humaines d'Agadir, Département de géographie. Il est spécialiste en matière d'analyses urbaines en interaction avec la mondialisation et le développement local. Il s'intéresse également aux villes-ports et leur rôle dans la logistique, à des questions de transports en commun, à la gouvernance territoriale ainsi qu'à la cartographie informatique et à la formation en matière de développement participatif et durable. Il assure la direction du laboratoire de recherche sur Migrations, Espaces, Cultures et Sociétés du Sud. De par son expertise, le professeur assure l'animation d'ateliers participatifs et de débats sur la pauvreté, la bonne gouvernance, la régionalisation avancée, l'accès à la citoyenneté, le droit à la ville, les effets



BERNARD Benjamin
benjamin.bernard@umons.be

Benjamin Bernard est diplômé d'un master en ingénierie de gestion, finalité marketing et entrepreneuriat, à l'Université de Mons en Belgique. Il est actuellement assistant et doctorant-chercheur en marketing à l'Université de Mons. Il entame sa deuxième année de thèse autour du marketing de luxe, orientée sur le tourisme et l'hôtellerie haut-de-gamme.



GUIBERT Christophe
christophe.guibert@univ-angers.fr

Christophe Guibert est sociologue, maître de conférences HDR à l'Université d'Angers (UFR ESTHUA Tourisme et Culture), chercheur au laboratoire "Espaces et sociétés" à l'Université d'Angers. Il interroge, depuis une vingtaine d'années, de multiples dimensions attachées au surf (politiques publiques, emplois, usages sociaux et culturels, genre, etc.) en France, mais aussi dans différents pays étrangers (Chine, Taïwan, Maroc, États-Unis, etc.). Ses travaux s'inscrivent dans une sociologie dispositionnaliste et multi-méthodologique et visent notamment à déconstruire les représentations spontanées qui caractérisent l'univers du surf. Il a dirigé des contrats de recherche et a publié de nombreux articles scientifiques relatifs à ces thématiques. Il est l'auteur ou co-auteur de L'univers du surf et stratégies politiques en Aquitaine (L'Harmattan, 2006), Les "sports de nature" : une catégorie de l'action politique en question (Éditions du Croquant, 2017). Il dirige deux licences et un master dans le champ du tourisme littoral aux Sables d'Olonne, antenne délocalisée de l'université d'Angers.

LABARI Brahim
b.labari@uiz.ac.ma

Brahim Labari est enseignant-chercheur en sociologie à l'Université Ibn Zohr à Agadir au Maroc. Il est associé au laboratoire CNRS « Genre, Travail et Mobilités », une équipe CNRS/Universités Paris 10 et Paris 8 d'enseignants-chercheurs, de doctorants et de post-doctorants s'intéressant essentiellement aux problématiques du genre, du travail et de la mobilité socio-spatiale. Il est membre du comité de lecture de la Revue internationale de sociologie et de sciences sociales Esprit critique, membre de l'Association de Diffusion et de Recherche Internationale en Sciences Sociales (ADRISS), membre de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française et membre du « Groupe de Recherche et d'Action pour la Formation et l'Enseignement », UNESCO.

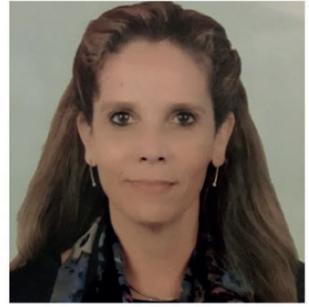


MABROUK Hanane
hanane.mabrouk@edu.uiz.ac.ma

Amal Ben Attou est professeur de l'enseignement supérieur en langues et communication, membre du Laboratoire de recherche sur les langues et la communication (LARLANCO) de l'Université Ibn Zohr d'Agadir. Ses recherches portent sur la communication architecturale et territoriale ainsi que sur les thèmes d'identité et de société.

Simone SAFE
simonemssafe@gmail.com

Simone Safe est architecte - urbaniste (Brésil), professeur à l'Université internationale de Rabat (UIR) et à l'Institut d'éducation continue du PUCMINAS au Brésil. Elle est doctorante en Géographie à l'IGC/UFMG Brésil. Simone SAFE est spécialisée en architecture du paysage, gestion environnementale de l'urbanisme et santé urbaine. Elle a participé à la conception de plusieurs grands projets architecturaux à travers le monde.



SOUALAH Zahra
zahrasoualah.15@gmail.com

Zahra SOUALAH est doctorante en 5ème année au sein de l'Université Ibn Zohr d'Agadir. Elle est également professeur de français dans le cycle secondaire. Ses domaines de recherche concernent la communication interculturelle et les identités culturelles.

VACHAUDEZ Aurélie
aurelie.vachaudez@condorcet.be

Titulaire d'un Master en Sciences de gestion (finalités : Marketing & Finance) de l'Université catholique de Louvain (Belgique) et spécialiste de la communication, Aurélie Vachaudez enseigne la communication digitale à la Haute Ecole Condorcet (Belgique). Elle gère également les recherches en marketing de l'unité de recherche Athena dont les axes prioritaires portent sur le référencement vocal, l'intelligence artificielle et le commerce électronique.



VAN DEN PLAS John
john.vandenplas@galilee.be

John VAN DEN PLAS est anthropologue (spécialiste en ethnographies des relations interculturelles) du voyage et des loisirs et enseignant-chercheur à l'EPHEC Business (Management des Loisirs et du Tourisme à Bruxelles) affilié au Lab-Réseau Ulysse. Il est également consultant dans le cadre d'analyses de projets (touristiques, associatifs, non gouvernementaux, etc.) et étudie leurs relations avec les populations locales (plus précisément en Europe de l'Ouest, Afrique du Nord, Afrique de l'Ouest et à Cuba). Il coordonne également le projet de visites interculturelles et alternatives de Bruxelles « Zinneguides ».

Titre :
SURF, SOCIÉTÉ ET TERRITOIRE
Vers une compréhension globale de l'écosystème Surf de Taghazout

Auteur :
Collectif

Couverture :
ANEJAR Asma

Éditeur :
Taghazout Surf Expo

Imprimerie :
Swiss Impression - Agadir

© Taghazout Surf Expo 2023