

## Labélisation des produits de terroir : Cas du safran de Taliouine

### Labeling terroir products: The case of Taliouine saffron

**Karima EL BALBAL, (Doctorante en sciences de gestion)**

*LIREIMO, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion,  
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

**Soumia OMARI, (Professeur de l'enseignement supérieur)**

*LIREIMO, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion,  
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

<b>Adresse de correspondance :</b>	Ecole Nationale de Commerce et de Gestion 2725 Rte des Chaux et Ciments, Casablanca, Maroc 20250
<b>Déclaration de divulgation :</b>	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude. Ils assument l'entière responsabilité de tout éventuel plagiat, de l'usage de l'intelligence artificielle dans la rédaction, ainsi que des résultats présentés dans cet article.
<b>Conflit d'intérêts :</b>	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
<b>Citer cet article</b>	EL BALBAL, K., & OMARI, S. (2026). Labélisation des produits de terroir : Cas du safran de Taliouine. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 7(4), 150–167. <a href="https://doi.org/10.5281/zenodo.19164665">https://doi.org/10.5281/zenodo.19164665</a>
<b>Licence</b>	<b>Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND</b>

Received: 17/02/2026

Accepted: 28/03/2026

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 7, Issue 04 (2026)

## **Labélisation des produits de terroir : Cas du safran de Taliouine**

### **Résumé :**

Dans un contexte marqué par la standardisation des produits agricoles et à la montée en puissance des démarches de différenciation, les produits de terroir suscitent un intérêt croissant en tant que leviers de valorisation territoriale. Dans ce cadre, cet article examine le cas du safran de Taliouine, produit emblématique bénéficiant d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP). L'objectif de cet article est d'analyser le rôle du terroir et de la labélisation dans la valorisation de ce produit, en mettant en évidence leurs implications économiques, organisationnelles et territoriales. Pour ce faire, l'étude repose sur une revue narrative de la littérature, adoptant une démarche conceptuelle et analytique. L'analyse met en évidence, d'une part, la polysémie du concept de terroir, appréhendé comme une combinaison de dimensions géographiques, sociales et identitaires, et, d'autre part, les caractéristiques distinctives des produits de terroir fondées sur la typicité et l'ancrage territorial. Elle souligne également que la labélisation du safran de Taliouine contribue à la valorisation économique du produit, à la structuration de la filière et au renforcement de l'identité locale, tout en soulevant des enjeux liés à la gouvernance, aux processus de normalisation et à l'intégration des petits producteurs. En explorant les dimensions de terroir, de labélisation et de développement territorial durable dans un contexte marocain, cet article contribue à enrichir la compréhension des mécanismes de valorisation des produits de terroir en mettant l'accent sur le cas du safran de Taliouine.

**Mots clés :** Safran, Taliouine, terroir, produit de terroir, labélisation.

**JEL Classification :** Q13

**Type du papier :** Recherche Théorique

### **Abstract :**

In a context characterized by the increasing standardization of agricultural products and the growing emphasis on differentiation strategies, terroir-based products are attracting rising interest as drivers of territorial value creation. Within this framework, this article examines the case of Taliouine saffron, an emblematic product benefiting from a Protected Designation of Origin (PDO) label. The main objective of this paper is to analyze the role of terroir and labeling in enhancing the value of this product, highlighting their economic, organizational, and territorial implications. To this end, the study is based on a narrative literature review, adopting a conceptual and analytical approach. The analysis highlights, on the one hand, the polysemous nature of the terroir concept, understood as a combination of geographical, social, and identity-based dimensions, and, on the other hand, the distinctive characteristics of terroir products, particularly in terms of typicity and territorial embeddedness. It also emphasizes that the labeling of Taliouine saffron contributes to the economic valorization of the product, the structuring of the value chain, and the strengthening of local identity, while raising challenges related to governance, standardization processes, and the inclusion of small-scale producers. By exploring the interconnections between terroir, labeling, and sustainable territorial development in the Moroccan context, this article contributes to a better understanding of the mechanisms underlying the valorization of terroir products, with a particular focus on the case of Taliouine saffron.

**Keywords :** Saffron, Taliouine, terroir, terroir product, labeling.

**Classification JEL :** Q13

**Paper type :** Theoretical Research

## 1. Introduction

Au cours des dernières décennies, les systèmes agroalimentaires ont été profondément transformés par la mondialisation des échanges et la standardisation des modes de production. Cette dynamique, fondée sur la recherche d'efficacité, d'homogénéité et de compétitivité, a contribué à la diffusion de produits standardisés, souvent déconnectés de leurs territoires d'origine. Toutefois, en réaction à cette uniformisation croissante, un intérêt renouvelé s'est développé pour les produits de terroir, perçus comme des vecteurs de différenciation, d'authenticité et de valorisation des ressources locales. Ces produits s'inscrivent ainsi dans une tension structurante entre, d'une part, des logiques globales de standardisation et, d'autre part, des dynamiques territoriales fondées sur la typicité, la qualité et l'ancrage local.

Dans ce contexte, les produits de terroir apparaissent comme des instruments privilégiés de développement territorial, notamment dans les espaces ruraux et montagneux souvent marginalisés. Ils permettent non seulement de valoriser des ressources naturelles et culturelles spécifiques, mais également de soutenir des dynamiques économiques locales, de renforcer l'identité territoriale et de répondre aux attentes croissantes des consommateurs en matière de qualité, de traçabilité et d'authenticité. Cette montée en puissance des produits de terroir s'accompagne d'un recours accru à des dispositifs de labélisation, tels que les indications géographiques et les appellations d'origine protégée, visant à protéger l'origine des produits, à encadrer les pratiques de production et à renforcer leur positionnement sur les marchés.

Au cœur de ces dynamiques se trouve la notion de terroir, concept central mais complexe, qui a fait l'objet de nombreuses interprétations dans différents champs disciplinaires (Pretorius, 2020). Si ses premières formulations s'ancrent dans les sciences agronomiques et géographiques, le terroir est aujourd'hui appréhendé de manière plus large comme une construction multidimensionnelle, articulant des composantes naturelles, sociales, culturelles et historiques. Il renvoie à l'interaction entre un espace géographique, des savoir-faire locaux et des pratiques productives inscrites dans le temps. Ainsi, le terroir ne saurait être réduit à une simple délimitation spatiale : il constitue un cadre dynamique de production de sens, de valeurs et d'identités, contribuant à la singularisation des produits qui en sont issus.

Dans cette perspective, les produits de terroir peuvent être considérés comme les expressions matérielles de cette relation spécifique entre l'homme et son environnement. Leur valeur repose sur une typicité qui combine des caractéristiques physiques, des procédés de fabrication et des dimensions symboliques étroitement liées à leur territoire d'origine (M'barki et Schmitz, 2021). Cette typicité joue un rôle déterminant dans la perception des consommateurs, qui associent ces produits à des imaginaires de tradition, de qualité et d'authenticité, renforçant ainsi leur attractivité et leur potentiel de valorisation économique (Azougui et Maghnaoui, 2025).

Le cas du safran de la région de Taliouine, au Maroc, illustre de manière particulièrement pertinente ces dynamiques. Produit de terroir emblématique, le safran de Taliouine est le fruit de conditions agro-climatiques spécifiques et d'un savoir-faire ancestral transmis de génération en génération. Dans un contexte marqué par la fragilité socio-économique des zones montagneuses du Sud marocain, cette filière représente un levier stratégique pour le développement local, en contribuant à la diversification des revenus, à la création d'emplois et à la valorisation du patrimoine territorial.

L'introduction de dispositifs de labélisation, en particulier l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), constitue une étape clé dans la structuration et la reconnaissance de cette filière. En garantissant l'origine du produit et en encadrant les pratiques de production, la labélisation vise à protéger le safran contre les risques de fraude et à renforcer la confiance des consommateurs. Elle participe également à la valorisation économique du produit et à l'organisation collective des acteurs. Néanmoins, ces dispositifs ne sont pas exempts de limites : ils soulèvent des enjeux

importants en matière de gouvernance, de normalisation des pratiques et d'inclusion des petits producteurs, qui peuvent rencontrer des difficultés à se conformer aux exigences imposées. Malgré l'intérêt croissant pour les produits de terroir et les dispositifs de labélisation, la littérature existante présente encore certaines lacunes, notamment pour le cas du safran de Taliouine qui reste encore insuffisamment analysé sous cet angle, combinant à la fois les dimensions économiques, organisationnelles et symboliques. Dans ce cadre, la question centrale qui guide cet article peut être formulée comme suit : comment l'articulation entre terroir et labélisation contribue-t-elle à la valorisation d'un produit agricole et au développement territorial, dans le cas du safran de Taliouine ? Cette interrogation se décline en deux questions complémentaires : 1) Comment le concept de terroir permet-il de comprendre la spécificité et la valeur des produits agricoles ? et 2) dans quelle mesure les dispositifs de labélisation, tels que l'AOP, influencent-ils les dynamiques économiques, organisationnelles et sociales de la filière safranière ?

Pour répondre à ces questions, cet article s'inscrit dans une démarche de revue narrative de la littérature et adopte une approche conceptuelle et analytique. Son objectif est d'analyser le rôle du terroir et de la labélisation dans la valorisation des produits agricoles, en mettant en lumière leurs implications en termes de développement territorial durable. Plus précisément, il vise à clarifier les fondements conceptuels du terroir, à examiner les caractéristiques des produits qui en sont issus et à analyser les effets, mais aussi les limites, des dispositifs de labélisation dans le cas du safran de Taliouine. L'originalité de cet article réside dans l'articulation qu'il propose entre ces différentes dimensions, en mobilisant le cas du safran de Taliouine comme terrain d'analyse illustratif. En croisant les apports de la littérature sur le terroir, les indications géographiques et le développement territorial, il contribue à une meilleure compréhension des mécanismes de valorisation des produits de terroir dans les contextes du Sud, encore relativement peu explorés dans les travaux académiques.

Le présent article est structuré comme suit : La section suivante est consacrée aux fondements conceptuels du terroir et des produits qui en sont issus ; elle revient d'abord sur la notion de terroir, avant d'examiner les caractéristiques des produits de terroir. La troisième section porte sur le cas du safran de Taliouine, en mettant en évidence son ancrage territorial et les dynamiques de labélisation ; elle présente, d'une part, le safran en tant qu'épice emblématique de la région et, d'autre part, les enjeux liés à sa labélisation. La quatrième section propose des recommandations et met en avant les implications managériales et politiques de notre étude. Enfin, l'article se conclut en synthétisant les principaux apports et en ouvrant des perspectives de recherche.

## **2. Le terroir et ses produits : Fondements conceptuels**

La présente section a pour objectif de poser le cadre conceptuel nécessaire à la compréhension des dynamiques de valorisation des produits de terroir, en s'appuyant sur une revue de la littérature dédiée à la notion de terroir et aux caractéristiques des produits qui en sont issus. Elle vise à clarifier les fondements théoriques mobilisés dans cet article, en mettant en évidence la complexité et la richesse du concept de terroir, ainsi que les éléments distinctifs qui définissent les produits de terroir. Dans cette perspective, il apparaît essentiel de revenir, dans un premier temps, sur la notion de terroir, en tant que concept multidimensionnel mobilisé dans différents champs disciplinaires. Cette mise en perspective permet de mieux appréhender les interactions entre les dimensions naturelles, humaines, culturelles et historiques qui participent à la construction de la spécificité des produits ancrés dans un territoire donné.

Dans un second temps, la section s'intéresse aux produits de terroir en tant qu'expressions concrètes de cette relation entre un produit et son territoire d'origine. L'accent est mis sur les notions de typicité, d'ancrage territorial et d'authenticité, qui constituent des éléments centraux dans leur processus de différenciation et de valorisation. Ainsi, ce cadrage conceptuel s'inscrit

dans une logique analytique qui permet en effet de fournir les clés de lecture nécessaires à l'analyse du cas du safran de Taliouine, étudié dans la section suivante.

## **2.1. La notion de terroir**

La notion de terroir a fait l'objet d'un intérêt croissant dans de nombreuses disciplines scientifiques, ce qui témoigne de sa richesse conceptuelle et de sa portée transversale. Initialement ancrée dans les sciences agronomiques et géographiques, où elle renvoie à l'interaction entre les caractéristiques naturelles d'un territoire (sol, climat, topographie) et les pratiques humaines (Leedon et al., 2021), la notion de terroir a progressivement été intégrée dans les sciences économiques et sociales.

Dans ces disciplines, le terroir est souvent appréhendé comme un ensemble de ressources territoriales (Jean, 2026), combinant des dimensions matérielles (ressources naturelles) et immatérielles (savoir-faire, culture locale et traditions). Cette approche met en avant le terroir comme un levier de valorisation territoriale et une locomotive de développement socioéconomique, permettant de valoriser les produits issus du terroir à travers les certifications et les labels de qualité et d'indications géographiques protégées (Moroz, 2024).

Dans le champ du marketing, la notion de terroir a été mobilisée pour analyser la manière dont l'origine géographique d'un produit influence la perception des consommateurs. Le terroir est alors considéré comme un attribut symbolique et narratif, capable de conférer au produit une authenticité et une qualité perçue supérieure qui construisent et renforcent la confiance chez les consommateurs (Giovannuci et al., 2009 ; Beylier, 2016 ; Laajini et Jekki, 2022). La notion du terroir est donc mobilisée comme un outil de différenciation stratégique permettant de créer un avantage concurrentiel (Debbag et Idbendris, 2024), en s'appuyant sur des traits distinctifs tels que l'histoire, la tradition, le savoir-faire artisanal ou la typicité gustative. Le terroir devient alors un vecteur de différenciation sur des marchés souvent saturés, où les consommateurs recherchent des produits perçus comme authentiques, locaux et porteurs de sens (Laajini et Jekki, 2022).

Cependant, malgré son usage fréquent et sa popularité croissante, le concept de terroir demeure ambigu et polysémique (Lewin, 2010 ; Pretorius, 2020). La littérature souligne que le terme est mobilisé dans des contextes variés avec des définitions parfois divergentes, ce qui rend sa délimitation théorique complexe (Bérard, 2011). Certains auteurs soulignent que le terroir constitue un concept multidimensionnel difficile à formaliser (Bérard, 2011), car il combine des dimensions matérielles et immatérielles, objectives et subjectives, ainsi que des éléments naturels et socioculturels. Cette pluralité d'approches contribue à la richesse du concept, mais également à son ambiguïté conceptuelle et à la diversité des interprétations disciplinaires.

Il est important de souligner que le terme « terroir » est un concept spécifique à la langue française et qu'il ne possède pas d'équivalent strict dans les autres langues (Bérard et Marchenay, 1995 ; Prévost et al., 2014 ; Pretorius, 2020). Cette particularité linguistique explique en partie les confusions fréquentes entre les notions de terroir et de territoire, notamment dans la littérature internationale. En effet, le mot *territory* en anglais ou *territorio* en espagnol renvoie principalement à une entité géographique à un aspect politique, alors que le terroir, dans la tradition francophone, recouvre une signification plus large et plus complexe, intégrant des dimensions naturelles, humaines, culturelles et symboliques (Bérard, 2011 ; Prévost et al., 2014 ; Batat, 2021). Cette richesse sémantique contribue à la difficulté de traduction et à la diversité des interprétations conceptuelles dans les travaux scientifiques.

Par ailleurs, la France est considérée comme le pays pionnier dans la conceptualisation du terroir et dans la mise en place de dispositifs institutionnels visant à protéger les produits qui en sont issus (Bérard et Marchenay, 1995 ; Bérard et Marchenay, 2007). Historiquement, la notion de terroir a été associée au secteur viticole, qui constitue l'un des domaines les plus emblématiques de la valorisation de l'origine géographique. Dans la filière viticole, le terroir

renvoie à l'interaction entre les caractéristiques du sol, du climat, du paysage et les pratiques viticoles, produisant des vins aux caractéristiques uniques (Barjolle et al., 1998 ; Batat, 2021). Les professionnels du vin ont joué un rôle central dans la diffusion et l'internationalisation du terme « terroir », en l'utilisant comme un argument de différenciation et de qualité sur les marchés internationaux (Barham, 2001 ; Prévost et al., 2014 ; Hill, 2022). Progressivement, le concept a été étendu à d'autres produits agricoles et alimentaires (fromages, huiles, fruits, produits artisanaux) et même à des services, notamment dans le domaine du tourisme et du patrimoine culturel (Turgeon, 2010 ; Tavares De Souza, 2025).

Dans une perspective plus large, le terroir peut être défini comme un espace géographique habité par une communauté humaine qui, au fil du temps, a construit des liens sociaux, une histoire, une culture et des pratiques spécifiques (Barjolle et al., 1998 ; Hill, 2022). Cette communauté a accumulé des expériences et développé un savoir-faire particulier, transmis de génération en génération, conférant aux produits et aux pratiques locales un caractère original et distinctif (Williams & al., 2022). Ainsi, le terroir ne se limite pas à un simple espace physique, mais constitue une construction sociale et historique résultant de l'interaction entre l'homme et son environnement. Cette approche met en évidence la dimension collective du terroir, fondée sur la mémoire, les traditions et l'identité locale.

Prévost et al. (2014) illustrent la conception du terroir comme un système productif et culturel localisé, structuré autour de trois dimensions fondamentales : l'espace, les acteurs et les pratiques. L'espace renvoie aux caractéristiques géographiques et environnementales du territoire, tandis que les acteurs regroupent l'ensemble des parties prenantes locales impliquées dans la production et la valorisation des ressources. Les pratiques, quant à elles, englobent les savoir-faire, les techniques et les traditions de production construits au fil du temps. Au cœur de cette triangulation se situent les produits, considérés comme l'expression tangible de l'interaction entre ces trois dimensions, matérialisant ainsi l'identité et la typicité du terroir.

Au-delà des spécificités climatiques, pédologiques et environnementales, le terroir forge également son identité à travers des dimensions humaines, techniques, culturelles, historiques et symboliques (Hmimina, 2010 ; Audet, 2014 ; Zine Dine et al., 2024). Les pratiques agricoles et artisanales, les techniques de production, les normes sociales, les rites, les récits et les symboles contribuent à la construction de l'identité du terroir (Jean, 2026). Cette dimension symbolique joue un rôle crucial dans la perception du terroir par les consommateurs, qui associent souvent l'origine géographique à des valeurs telles que l'authenticité, la tradition et la qualité (Beylier, 2016).

Le tableau suivant présente une synthèse de plusieurs définitions issues de la littérature scientifique qui mettent en évidence le caractère polysémique de la notion du terroir ainsi que ses différentes dimensions.

**Tableau 1 : Définition de la notion « terroir » dans la littérature scientifique**

Auteur	Définition
Jean (2026)	Le terroir est étymologiquement lié à la terre. Il évoque l'enracinement et l'ancrage à travers la combinaison de spécificités environnementales et humaines qui façonnent sa particularité
Zine Dine et al. (2024)	Le terroir désigne un espace géographique précis, façonné par des conditions naturelles particulières (climat, sol, biodiversité) et par le savoir-faire d'une population locale, qui transforme ces ressources en produits authentiques étroitement liés à ce territoire
Elgozmir et Chouhbi (2021)	Le terroir constitue un système dynamique et évolutif, influencé par des facteurs climatiques, techniques et socio-culturels. Reconnu à travers ses productions spécifiques, il incarne des valeurs d'authenticité, de qualité et de singularité, qu'il transmet directement aux produits qui en sont issus
Audet (2014)	Le terroir peut être envisagé comme un espace géographique résultant de l'interaction entre des composantes naturelles et humaines. Il s'inscrit également dans une dimension sociale, culturelle et patrimoniale, contribuant à la construction des identités locales à travers les produits qui en sont issus. En ce sens, il représente un facteur stratégique du développement économique et territorial, notamment dans les espaces ruraux

Hmimina (2010)	Le terroir constitue un lien symbolique avec l'histoire et les traditions locales. Il évoque un passé valorisé, suscitant une forme de nostalgie envers le territoire, ses pratiques culturelles et ses productions historiquement ancrées. Sa singularité réside dans sa capacité à générer un attachement socio-émotionnel fort, fondé sur la mémoire collective et le sentiment d'appartenance au lieu
Bérard Marchenay (1995) et	La notion de terroir est plurielle et renvoie à des significations multiples. Elle s'inscrit dans l'articulation permanente entre les dimensions temporelle, spatiale et humaine. Bien que le terroir existe indépendamment de l'intervention humaine, les pratiques et savoir-faire locaux contribuent à en révéler et à en valoriser les potentialités

*Source : Elaboré par nos soins*

## 2.2. Les produits de terroir

Les produits de terroir peuvent être appréhendés comme des biens alimentaires ou artisanaux étroitement liés à un territoire donné, résultant d'une interaction durable entre les pratiques de production et les habitudes de consommation locales (Batat, 2021). Ils s'inscrivent dans une dynamique territoriale où les dimensions spatiales, sociales et temporelles interagissent pour façonner des produits porteurs de sens, de valeur et d'identité locale (Vandecandelaere et al., 2009). Ces produits ne sont donc pas uniquement le fruit d'un processus productif, mais également le reflet d'un système socio-culturel et économique ancré dans un espace spécifique. Dans la littérature, la notion de produit de terroir est souvent associée au concept de typicité, qui constitue un critère central de différenciation. Toutefois, la typicité demeure une notion complexe et polysémique, dont les contours conceptuels varient selon les disciplines et les auteurs (Barjolle et al., 1998). Elle renvoie généralement à l'ensemble des caractéristiques distinctives qui permettent à un produit d'être reconnu comme représentatif d'un territoire particulier. Ces caractéristiques peuvent être d'ordre sensoriel, symbolique, culturel ou technique, et s'expriment à travers des attributs tangibles (goût, texture, composition) et intangibles (image, histoire, réputation) (Rossetti et al., 2026).

La typicité s'inscrit dans une construction sociale et historique, résultant de l'interaction entre des facteurs naturels, tels que les conditions pédoclimatiques et les ressources locales, et des facteurs humains, incluant les savoir-faire, les pratiques agricoles, les techniques de transformation et les normes socioculturelles (Debbagh et Idbendris, 2024). Ainsi, la typicité ne se limite pas à l'origine géographique du produit, mais intègre également les dimensions culturelles et sociales qui contribuent à la singularité de ce dernier. Elle traduit le lien profond entre le produit et son territoire d'origine, qu'il s'agisse d'une région, d'un pays ou d'un micro-territoire.

Par ailleurs, la typicité implique une continuité temporelle (Omari, 2016), dans la mesure où elle s'appuie sur une transmission intergénérationnelle des connaissances et des pratiques. Les produits de terroir sont souvent perçus comme des héritages culturels, porteurs d'une mémoire collective et d'une histoire locale. Cette dimension historique confère aux produits une valeur symbolique qui dépasse leur simple fonction utilitaire, renforçant leur rôle dans la construction identitaire des communautés locales.

Le tableau ci-dessous présente une sélection de définitions des produits de terroir issues de la littérature scientifique :

*Tableau 2 : Définition des produits de terroir dans la littérature scientifique*

Auteur	Définition
Rossetti et al. (2026)	Un produit de terroir entretient un lien fort avec le terroir, c'est-à-dire avec son milieu géographique d'origine, qui lui confère ses caractéristiques distinctives comme le goût et la qualité
Debbagh et Idbendris (2024)	Les produits de terroir sont indissociables du territoire qui les a vus naître et tirent leur singularité des conditions géographiques, environnementales et sociales qui caractérisent ce territoire, souvent situé en milieu rural. Ils constituent des marqueurs identitaires forts et symbolisent la fierté des régions dont ils sont issus.

Omari (2016)	Un produit de terroir se caractérise par son ancrage durable dans un territoire spécifique et par son inscription dans une trajectoire historique et culturelle, qui façonne ses caractéristiques, ses usages et sa signification symbolique au fil du temps
Bérard et Marchenay (2007)	Un produit de terroir se distingue par son lien au terroir et par son enracinement dans les savoir-faire collectifs et l'héritage historique d'une communauté locale, qui contribuent conjointement à façonner son identité et sa spécificité

*Source : Elaboré par nos soins*

Bien que fortement ancrés dans leur territoire d'origine, les produits de terroir ne se limitent pas à une consommation strictement locale. Ils s'inscrivent aujourd'hui dans des circuits de commercialisation et de distribution variés, allant des marchés de proximité aux réseaux nationaux et internationaux (Omari, 2016). Cette diffusion élargie contribue à la valorisation économique des territoires ruraux et à la reconnaissance de leurs spécificités, tout en posant des enjeux liés à la préservation de l'authenticité et de la typicité face aux processus d'industrialisation et de standardisation.

Les produits de terroir sont également associés à des modes de production artisanaux ou semi-artisanaux, souvent perçus comme plus respectueux des traditions et de l'environnement (Turgeon, 2010). Cette perception est renforcée par l'idée que ces produits sont moins industrialisés, plus naturels et de meilleure qualité, ce qui explique l'intérêt croissant des consommateurs pour ce type de produits (Chazoule et Lambert, 2011). En effet, la quête d'authenticité, de traçabilité et de naturalité constitue aujourd'hui un facteur déterminant dans les comportements d'achat, notamment dans un contexte marqué par une méfiance envers l'industrialisation alimentaire et la standardisation des goûts.

L'authenticité des produits de terroir repose sur la combinaison de facteurs naturels et humains (Faouzi, 2015). Elle est le résultat d'un savoir-faire local transmis au fil des générations, mobilisant des ressources naturelles spécifiques et des conditions agro-climatiques particulières. Cette authenticité confère aux produits une valeur patrimoniale et culturelle qui renforce leur ancrage territorial (Brodhag, 2000). Elle contribue également à la différenciation des produits sur les marchés, en leur attribuant une identité distincte et une valeur symbolique élevée.

En outre, les produits de terroir sont intrinsèquement liés à l'histoire, à la culture et aux traditions des communautés locales. Ils constituent des vecteurs de transmission culturelle et des supports de l'identité territoriale, tout en jouant un rôle dans la dynamique de développement local. En ce sens, ils représentent à la fois des ressources économiques, des marqueurs culturels et des symboles de l'identité collective, participant ainsi à la valorisation et au développement des territoires.

Au-delà de la diversité des définitions recensées, la littérature fait apparaître plusieurs points de convergence concernant la notion de terroir et les produits qui en sont issus. D'une part, la majorité des travaux s'accorde sur le caractère fondamentalement territorial de ces concepts, en soulignant l'importance du lien entre le produit et son espace d'origine. Ce lien est généralement appréhendé comme le résultat d'une interaction entre des facteurs naturels et des facteurs humains, conférant au produit une spécificité et une identité propres. D'autre part, les auteurs convergent également autour du rôle central des savoir-faire locaux et de la transmission intergénérationnelle dans la construction de la typicité des produits de terroir.

Cependant, cette convergence globale n'exclut pas l'existence de nuances importantes dans les approches mobilisées par les auteurs. En effet, si un consensus se dégage quant au caractère territorial et multidimensionnel du terroir, les travaux se distinguent principalement par les angles d'analyse privilégiés. Certaines contributions mettent davantage l'accent sur les déterminants biophysiques du terroir, tels que le climat, le sol ou les conditions environnementales, tandis que d'autres adoptent une lecture plus socio-culturelle, en insistant sur les dimensions symboliques, identitaires et historiques. Par ailleurs, dans le champ du marketing, le terroir est appréhendé comme un levier de différenciation stratégique, mettant en

avant sa capacité à créer de la valeur perçue et à renforcer l'attractivité des produits. Cette diversité d'approches ne traduit pas une opposition théorique, mais plutôt une complémentarité des perspectives, qui contribue à enrichir la compréhension du concept. En ce qui concerne les produits de terroir, la littérature met en évidence leur rôle stratégique dans les dynamiques de différenciation et de valorisation économique, en mettant en avant leur lien fort avec leur territoire d'origine et en soulignant leur aspect de production artisanal ou semi-artisanal. Ainsi, loin de se limiter à une simple catégorisation descriptive, l'étude du terroir et des produits qui en sont issus invite à une réflexion plus large sur les mécanismes de construction de la valeur, les rapports entre les acteurs et les enjeux de gouvernance territoriale. Ce cadre analytique constitue une base essentielle pour comprendre, dans la section suivante, les dynamiques spécifiques à la filière du safran de Taliouine, en particulier le rôle de la labélisation dans la structuration et la valorisation de ce produit.

### **3. Le safran de Taliouine : Ancrage territorial et labélisation**

La présente section s'inscrit dans le prolongement du cadre conceptuel développé précédemment, en proposant une mise en perspective à travers le cas du safran de Taliouine. Il s'agit d'illustrer, à partir des apports de la littérature, la manière dont les notions de terroir et de labélisation se manifestent dans le contexte du safran émanant de la région de Taliouine. Produit de terroir emblématique au Maroc, le safran de Taliouine constitue un exemple particulièrement pertinent pour appréhender les mécanismes de valorisation liés à l'ancrage territorial. Son étude permet de mettre en évidence l'articulation entre ressources naturelles, savoir-faire locaux et dynamiques de structuration de la filière, en cohérence avec les dimensions théoriques identifiées dans la section précédente. Dans cette perspective, l'analyse porte également sur le rôle des dispositifs de labélisation, notamment l'Appellation d'Origine Protégée, en tant qu'instrument de valorisation économique et de reconnaissance territoriale. L'objectif est ainsi de montrer comment ces dispositifs contribuent à renforcer la visibilité et la différenciation du produit, tout en soulevant certaines limites et tensions déjà mises en évidence dans la littérature.

#### **3.1. Le safran : Une épice précieuse issue de la région de Taliouine**

Le safran est une épice obtenue à partir des stigmates rouges de la fleur *Crocus sativus* L., qui sont récoltés puis séchés (Mzabri et al., 2019). En raison de sa rareté et du caractère extrêmement exigeant de son processus de production, il est souvent désigné par des appellations telles que « or rouge », « or végétal » ou « or des agriculteurs ». Cette combinaison de facteurs explique son positionnement parmi les épices les plus coûteuses au monde (Aboudrare et al., 2014 ; L'Houssain et Mbarak, 2016 ; Belhadi et al., 2024 ; Marir, 2024).

Le safran est une épice de grande valeur, reconnue depuis l'Antiquité pour ses multiples usages et ses propriétés exceptionnelles. Issu des stigmates séchés de la fleur *Crocus sativus* L., il a été mobilisé à travers les siècles dans des domaines variés tels que la médecine traditionnelle, la cosmétique, la gastronomie, le textile et la teinture (Gresta et al., 2008 ; L'Houssain et Mbarak, 2016 ; Koşar et Başer, 2020 ; Belhadi et al., 2024). Sa polyvalence et ses propriétés lui ont conféré un statut particulier dans de nombreuses civilisations, où il était considéré comme un produit rare, prestigieux et symboliquement chargé (Ruiz Pulpón & al., 2023).

Sur le plan sanitaire, le safran est réputé pour ses vertus thérapeutiques, notamment ses propriétés antioxydantes, anti-inflammatoires et neuroprotectrices (Catinella & al., 2022 ; Ezati & al., 2023). Il a été utilisé dans les pharmacopées traditionnelles pour traiter diverses affections, allant des troubles digestifs aux maladies nerveuses (Dai & Nabil, 2021). Dans l'industrie cosmétique, il est apprécié pour ses effets sur la peau, notamment pour ses propriétés éclaircissantes et anti-âge, ce qui explique son intégration dans de nombreux produits de soin

haut de gamme (Mzabri & al., 2019 ; Damayanti & Riyanto, 2023). En gastronomie, le safran est reconnu pour son arôme distinctif, sa couleur intense et sa capacité à rehausser les saveurs, faisant de lui un ingrédient emblématique dans de nombreuses cuisines traditionnelles et contemporaines (Mzabri & al., 2019 ; Marir, 2024).

Cependant, la valeur exceptionnelle du safran s'explique principalement par la complexité et la pénibilité de son processus de production : La culture du safran est fortement dépendante du travail manuel, nécessitant une expertise technique, une précision rigoureuse et un investissement considérable en temps et en main-d'œuvre (Wyeth et Malik, 2008 ; Aboudrare et al., 2014). La récolte des fleurs doit être réalisée à la main, souvent à l'aube, afin de préserver la qualité des stigmates. Pour produire un kilogramme de safran sec, il est nécessaire de cueillir environ 150 000 fleurs, ce qui représente plusieurs centaines d'heures de travail manuel. Cette intensité en main-d'œuvre explique en grande partie le coût élevé du produit sur les marchés internationaux et son positionnement parmi les épices les plus chères au monde.

Au Maroc, la culture du safran constitue une activité agricole traditionnelle profondément enracinée dans la région de Taliouine (Garcin & Carral, 2007 ; Oiry Varacca, 2019). Cette production repose historiquement sur des exploitations familiales, où les savoir-faire sont transmis de génération en génération (Lage et Cantrell, 2009 ; Aboudrare et al., 2014). La culture du safran s'inscrit ainsi dans un système agricole et socio-économique local, où elle représente une source essentielle de revenus et un pilier du patrimoine culturel immatériel. La région de Taliouine, située dans le sud du pays, se caractérise par des conditions agro-climatiques particulières, souvent contraignantes, notamment en raison de l'aridité, de la topographie montagneuse et de la rareté des ressources hydriques (Garcin et Carral, 2007 ; Bouchelkha, 2009 ; Debbagh et Idendriss, 2024).

Ces régions montagneuses sont également marquées par des défis socio-économiques importants, tels qu'un taux de pauvreté élevé, des infrastructures limitées et un phénomène d'exode rural significatif (Aboudrare et al., 2014 ; Oiry Varacca, 2019). Dans ce contexte, la filière safranière apparaît comme un levier stratégique de développement territorial, permettant de valoriser des ressources locales spécifiques et de créer des opportunités économiques dans des zones marginalisées. Bien que le Maroc ne représente qu'une faible part de la production mondiale de safran, estimée à environ 1,5 %, il bénéficie d'une réputation internationale pour la qualité exceptionnelle de son produit, ce qui lui confère un positionnement distinctif sur le marché mondial (Lage et Cantrell, 2009 ; Karra et al., 2020).

Sur le plan international, le Maroc figure parmi les principaux pays producteurs de safran, se situant dans le top cinq mondial (Karra et al., 2020). L'Iran demeure le leader incontesté de la production mondiale, concentrant plus de 90 % des volumes, suivi par l'Inde et la Grèce, tandis que le Maroc occupe une position intermédiaire avant l'Espagne. Malgré sa production relativement limitée en volume, le safran marocain est fortement valorisé pour ses caractéristiques et sa qualité, ce qui lui permet de se différencier sur les marchés internationaux et d'atteindre des prix élevés.

Le développement de la filière safranière au Maroc a connu une dynamique notable au cours des dernières décennies, se traduisant par une augmentation significative des volumes exportés. Les exportations ont atteint environ 1,2 tonne, marquant une progression remarquable par rapport aux quantités modestes exportées une décennie auparavant. Cette évolution reflète les efforts de structuration de la filière, notamment à travers des initiatives de labélisation, de coopératives agricoles et de politiques publiques (Plan Maroc Vert, Génération Green 2030) visant à soutenir la production et la commercialisation du safran (Akesbi, 2011 ; Belahsen et al., 2016 ; Dahmani et Elkbir, 2022).

La consolidation de la filière a également contribué à la valorisation économique et territoriale des zones de production. En 2019, la filière safranière a généré une valeur ajoutée significative, estimée à plusieurs dizaines de millions de dirhams, tout en créant un volume important

d'emplois directs et indirects (MAPMDREF, 2019). Le nombre de journées de travail enregistrées témoigne de l'importance de cette activité pour l'économie locale, surpassant largement les niveaux observés au début du millénaire. Cette dynamique a permis d'améliorer les conditions de vie des populations locales, en diversifiant les sources de revenus et en réduisant la vulnérabilité économique des ménages ruraux (Mouhibi & al., 2025).

Au-delà de sa dimension économique, le safran joue également un rôle central dans la construction de l'identité territoriale et dans la valorisation du patrimoine culturel (El Wakil, 2016). En tant que produit de terroir emblématique, il constitue un symbole de la région de Taliouine et contribue à son attractivité touristique et culturelle (El Wakil, 2016 ; Mouhibi & al., 2025). La promotion du safran s'inscrit ainsi dans une stratégie de développement territorial intégrée, combinant valorisation des ressources locales, préservation des savoir-faire traditionnels et création de valeur économique.

### **3.2. La labélisation du safran de Taliouine**

La labélisation des produits de terroir s'inscrit dans une stratégie publique plus large visant la valorisation des ressources territoriales et le soutien au développement des zones rurales marginalisées (Raif et Aït Heda, 2021). Dans le cas du safran, cette démarche répond à un double objectif : d'une part, renforcer la compétitivité économique d'un produit emblématique et, d'autre part, contribuer à la requalification socio-économique des territoires montagneux souvent confrontés à des contraintes structurelles, telles que la pauvreté, l'isolement géographique et l'exode rural (Raif et Aït Heda, 2021). La labélisation constitue ainsi un instrument de politique publique permettant de reconnaître, de protéger et de valoriser les savoir-faire locaux, tout en renforçant la visibilité des territoires producteurs.

Au-delà de sa fonction de valorisation économique, la labélisation représente également un mécanisme institutionnel de protection (Laajini et Jekki, 2022). Elle vise à préserver l'intégrité des produits de terroir face aux risques d'usurpation, de contrefaçon et de falsification sur les marchés. En encadrant les conditions de production, de transformation et de commercialisation, elle protège simultanément les producteurs, en garantissant la reconnaissance de leur travail, les distributeurs, en assurant la traçabilité et la crédibilité du produit, et les consommateurs, en réduisant l'incertitude liée à la qualité et à l'origine. La labélisation s'inscrit ainsi dans une logique de réduction de l'asymétrie d'information, renforçant la confiance dans les échanges marchands (Yatribi et El Hadad-Gauthier, 2023).

Dans ce contexte, le safran de la région de Taliouine a obtenu en 2010 le label d'Appellation d'Origine Protégée (AOP), marquant une étape majeure dans la structuration de la filière (Oiry Varacca, 2019). Ce label implique que l'ensemble des étapes du processus productif, depuis la culture et la récolte des fleurs jusqu'au séchage, au tri et au conditionnement des stigmates, soit réalisé dans l'aire géographique de Taliouine. Cette exigence territoriale renforce le lien entre le produit et son espace d'origine, consacrant juridiquement la relation entre les caractéristiques du produit et les conditions environnementales, techniques et culturelles du territoire.

L'obtention de l'AOP a engendré des retombées socio-économiques significatives pour la région productrice (Zindy et al., 2017 ; Zine Dine et al., 2024). En premier lieu, elle a contribué à l'amélioration des revenus des agriculteurs, notamment grâce à une hausse des prix de vente du safran certifié et à une meilleure stabilité des prix sur les marchés. La reconnaissance officielle du produit a permis de renforcer sa valeur marchande, en positionnant le safran labélisé comme un produit premium, recherché sur les marchés nationaux et internationaux. Cette dynamique a favorisé l'intégration des petits producteurs dans des chaînes de valeur plus structurées et mieux rémunératrices.

Par ailleurs, la labélisation a joué un rôle central dans l'ouverture de nouveaux débouchés commerciaux pour les coopératives locales. En tant que signal de qualité et d'origine, le label AOP constitue un puissant outil de différenciation (El Badaoui et Ait El Mekki, 2017 ; Ratib et

Ouahi, 2025), permettant aux produits de se distinguer dans un contexte de concurrence accrue et de globalisation des marchés. Il inspire confiance aux consommateurs et aux partenaires commerciaux, en garantissant la conformité du produit à un cahier des charges strict. Cette confiance contribue à réduire le risque perçu par les consommateurs et à renforcer leur disposition à payer, ce qui constitue un facteur clé de création de valeur pour les producteurs locaux.

Sur le plan organisationnel, la labélisation a également favorisé la professionnalisation des pratiques de production et de conditionnement au sein des coopératives. L'adoption de normes de qualité et de procédures standardisées a conduit à une amélioration globale des processus, notamment en matière de traçabilité, de conditionnement et de contrôle de la qualité. Toutefois, certaines limites et défis subsistent, notamment en ce qui concerne le respect des normes d'hygiène et de sécurité sanitaire (Oiry Varacca, 2019). Des critiques ont été formulées quant à l'application effective des bonnes pratiques, par exemple l'utilisation limitée d'équipements de protection individuelle lors du tri des stigmates, soulignant la nécessité d'un accompagnement technique et institutionnel renforcé pour assurer une conformité totale aux standards internationaux.

Au-delà de ses effets économiques et organisationnels, la labélisation revêt une dimension symbolique et identitaire particulièrement importante (Leroul, 2015 ; Hocine, 2021). Elle a contribué à la reconnaissance institutionnelle et sociale du safran de Taliouine, produit longtemps commercialisé à des prix faibles et sous-évalué par rapport à sa valeur réelle. Le label a permis de revaloriser non seulement le produit, mais également le savoir-faire des agriculteurs locaux, transmis de génération en génération et ancré dans une longue tradition agricole (Ratib et Ouahi, 2025). Cette reconnaissance participe à la construction d'une fierté territoriale et à la consolidation de l'identité locale, renforçant le sentiment d'appartenance des communautés productrices (Ratib et Ouahi, 2025 ; Bounjem et Belrhazi, 2025).

En outre, la labélisation s'inscrit dans une logique de développement territorial intégré, où le produit de terroir devient un vecteur de valorisation du patrimoine culturel et naturel (Berriane, 2025). Le safran labélisé constitue un symbole du territoire, contribuant à son attractivité touristique, à la promotion de son image et à la diversification de ses activités économiques. Ainsi, la filière safranière labélisée peut être considérée comme une ressource territoriale stratégique, mobilisée dans des politiques de développement local, de tourisme rural et de marketing territorial.

Cependant, la labélisation soulève également des enjeux et des tensions. Si elle contribue à la valorisation économique et symbolique du produit, elle peut aussi générer des formes d'exclusion, notamment pour les petits producteurs qui ne parviennent pas à satisfaire les exigences du cahier des charges ou à supporter les coûts de certification (Oiry Varacca, 2019 ; Bouhali et Djenane, 2022 ; Debbagh, B. et Idbendris, 2024). De plus, la standardisation induite par les labels peut entrer en tension avec la diversité des pratiques locales et la flexibilité des savoir-faire traditionnels. Ces enjeux soulignent la nécessité d'une gouvernance inclusive de la filière, associant l'ensemble des acteurs locaux et tenant compte des spécificités socio-culturelles du territoire.

Finalement, cette section met en évidence que le safran de Taliouine constitue un produit de terroir emblématique, dont la spécificité repose sur une combinaison de conditions agro-climatiques particulières et de savoir-faire locaux transmis de génération en génération. Malgré les contraintes naturelles et socio-économiques qui caractérisent les zones de production, cette culture s'impose comme une ressource stratégique pour les populations locales, contribuant à la diversification des revenus et à la valorisation du patrimoine territorial.

De plus, la labélisation, notamment à travers l'Appellation d'Origine Protégée, apparaît comme un levier central dans la structuration et la valorisation de la filière safranière. En garantissant l'origine du produit et en encadrant les pratiques de production, elle renforce la qualité perçue,

améliore l'accès aux marchés et favorise une meilleure organisation des acteurs. Elle participe ainsi à la création de valeur économique tout en consolidant l'identité territoriale associée au safran de Taliouine.

Cependant, cette dynamique de valorisation n'est pas exempte de limites. La labélisation soulève des enjeux liés aux exigences de normalisation, aux coûts de certification et aux risques d'exclusion de certains petits producteurs. Elle met également en lumière des tensions entre standardisation et préservation des pratiques traditionnelles. Ces éléments soulignent la nécessité d'une gouvernance inclusive et adaptée aux spécificités locales afin d'assurer un développement territorial équilibré et durable.

#### **4. Recommandations et implications managériales et politiques**

Cette revue de la littérature, illustrée par le cas du safran de Taliouine, permet de dégager un ensemble d'implications à la fois managériales et politiques. Sans prétendre à une validation empirique, ces recommandations constituent des pistes d'action éclairées par les travaux académiques et par les dynamiques observées dans la filière safranière. Elles visent à renforcer le rôle de la labélisation comme levier de valorisation économique et de développement territorial durable.

Sur le plan managérial, plusieurs leviers peuvent être mobilisés afin d'améliorer la structuration et la performance de la filière. Tout d'abord, l'accompagnement des petits producteurs apparaît comme une priorité. Les exigences liées au cahier des charges de l'Appellation d'Origine Protégée peuvent constituer une contrainte pour certains acteurs, notamment en raison des coûts de mise en conformité et du manque de ressources techniques. Dans cette perspective, des dispositifs de formation, de sensibilisation et d'appui technique pourraient être renforcés afin de faciliter l'appropriation des normes de qualité et d'améliorer les pratiques de production et de conditionnement.

Par ailleurs, le renforcement des capacités organisationnelles des coopératives constitue un enjeu central. Une meilleure structuration des acteurs permettrait d'améliorer la coordination au sein de la filière, de mutualiser les ressources et de renforcer le pouvoir de négociation des producteurs. Cela implique notamment le développement de compétences en gestion, en commercialisation et en contrôle de la qualité, ainsi que la mise en place de mécanismes de gouvernance plus participatifs et inclusifs.

De surcroît, la valorisation du safran de Taliouine pourrait être renforcée à travers des stratégies de marketing territorial. Il s'agirait de mettre davantage en avant les dimensions culturelles, patrimoniales et symboliques associées au produit, en construisant un récit autour de son origine, de son histoire et de ses savoir-faire. Cette approche permettrait de différencier davantage le produit sur les marchés et de renforcer son attractivité auprès des consommateurs, notamment dans des segments à forte valeur ajoutée.

Sur le plan des politiques publiques, la labélisation apparaît comme un instrument stratégique de développement territorial, dont l'efficacité dépend largement des dispositifs d'accompagnement mis en place. Il apparaît ainsi nécessaire de renforcer les politiques de soutien en faveur des petits producteurs, notamment à travers des aides financières, des subventions ou des mécanismes de facilitation de l'accès à la certification. Ces mesures permettraient de réduire les risques d'exclusion et de favoriser une intégration plus équitable des acteurs dans la filière safranière.

Par ailleurs, les pouvoirs publics ont un rôle clé à jouer dans la mise en place d'une gouvernance territoriale inclusive. Cela implique de favoriser la coordination entre les différents acteurs (producteurs, coopératives, institutions publiques, organismes de certification) et de promouvoir des espaces de concertation permettant une meilleure prise en compte des

spécificités locales. Une telle approche contribuerait à limiter les tensions liées à la standardisation et à préserver la diversité des pratiques traditionnelles.

En outre, la labélisation pourrait être davantage intégrée dans des stratégies de développement territorial globales, articulant agriculture, tourisme et valorisation du patrimoine culturel. Dans le cas du safran de Taliouine, cela pourrait se traduire par le développement d'initiatives telles que le tourisme rural, les circuits courts ou les événements culturels autour du safran, renforçant ainsi l'attractivité du territoire et la diversification des sources de revenus.

Toutefois, la mobilisation de la labélisation comme levier de développement territorial suppose de réunir certaines conditions de réussite. Parmi celles-ci figurent notamment l'adhésion des acteurs locaux, la transparence des dispositifs de gouvernance, ainsi que la capacité à concilier exigences de qualité et réalités socio-économiques des producteurs. À l'inverse, plusieurs risques doivent être anticipés, tels que l'exclusion des petits producteurs, la standardisation excessive des pratiques ou encore la déconnexion entre le label et les attentes réelles du marché. Dans cette perspective, il apparaît essentiel d'adopter une approche équilibrée, permettant de valoriser les produits de terroir tout en préservant leur authenticité et leur ancrage territorial. Ces éléments confirment que la labélisation ne constitue pas une finalité en soi, mais un outil dont l'efficacité dépend des modalités de mise en œuvre et de l'implication des acteurs à différentes échelles.

## **5. Conclusion**

Cet article met en évidence le rôle central du terroir dans les dynamiques de valorisation des produits agricoles, en soulignant son caractère multidimensionnel, à l'intersection de facteurs naturels, humains et socioculturels. À travers le cas du safran de Taliouine, il apparaît que la spécificité d'un produit de terroir repose sur l'articulation entre conditions agro-climatiques, savoir-faire locaux et ancrage territorial. Dans ce cadre, la labélisation, notamment à travers l'Appellation d'Origine Protégée, constitue un levier déterminant de valorisation, en renforçant à la fois la reconnaissance du produit, sa différenciation sur les marchés et la structuration de la filière.

Au-delà de cette mise en évidence, l'article apporte une contribution théorique en proposant une lecture intégrée du terroir comme ressource territoriale, dont la valeur résulte d'interactions complexes entre dimensions matérielles et immatérielles. L'analyse des produits de terroir souligne leur rôle en tant que vecteurs de différenciation économique et de transmission culturelle. Leur typicité, fondée sur l'ancrage territorial et la continuité historique des savoir-faire, confère à ces produits une valeur symbolique forte, recherchée par des consommateurs en quête d'authenticité, de traçabilité et de qualité. Toutefois, cette valorisation s'inscrit dans un équilibre délicat entre préservation de l'identité locale et intégration aux marchés nationaux et internationaux.

Le cas du safran de Taliouine permet ainsi d'illustrer la manière dont la labélisation peut être appréhendée non seulement comme un instrument de protection de l'origine, mais également comme un outil de développement territorial, mobilisant des enjeux économiques, organisationnels et identitaires. En ce sens, l'article contribue à enrichir la compréhension des mécanismes de valorisation des produits de terroir, en mettant en lumière les conditions et les tensions associées à leur intégration dans des logiques de marché.

Sur le plan managérial et politique, cette recherche met en avant l'importance de renforcer l'accompagnement des producteurs, en particulier les plus vulnérables, afin de faciliter leur intégration dans les dispositifs de labélisation. Elle souligne également la nécessité de développer des formes de gouvernance territoriale plus inclusives, ainsi que des stratégies de valorisation fondées sur le marketing territorial et la mise en récit des produits. Plus largement, les résultats suggèrent que la labélisation peut constituer un levier de développement territorial,

à condition d'être articulée à des politiques publiques cohérentes et adaptées aux spécificités locales.

Toutefois, cette recherche présente certaines limites qu'il convient de souligner. Elle repose exclusivement sur une approche théorique fondée sur une revue narrative de la littérature, sans mobilisation de données empiriques. De ce fait, les analyses proposées doivent être interprétées comme des pistes de réflexion, susceptibles d'être approfondies et validées par des travaux empiriques. De futures recherches pourraient ainsi s'appuyer sur des enquêtes de terrain auprès des producteurs, des coopératives ou des institutions gouvernementales, afin d'analyser plus finement les effets de la labélisation sur les dynamiques de filière. Des études comparatives avec d'autres produits de terroir, au Maroc ou dans d'autres contextes, permettraient également d'enrichir la compréhension des facteurs de réussite et des limites des dispositifs de valorisation territoriale.

## Références

- (1). Aboudrare, A., Aden, A. H., & Lybbert, T. J. (2014). Importance Socio-économique du Safran pour les Ménages des Zones de Montagne de la Région de Taliouine-Taznakht au Maroc. *Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires*, 2(1), 5-14
- (2). Akesbi, N. (2011). Le Plan Maroc vert: une analyse critique. *Questions d'économie marocaine*, 9-46
- (3). Audet, C. (2014). L'émergence de la notion de terroir dans l'espace public au Québec: définitions et mises en application (1991-2012). *Doctoral dissertation*, Université du Québec à Trois-Rivières
- (4). Azougui, T., & Maghnaoui, Y. (2025). Les produits du terroir au Maroc: Habitudes de consommation, préférences et enjeux socio-économiques. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 6(7).
- (5). Barham, E. (2001). Translating 'Terroir': Social Movement. Appropriation of a French Concept. In Communication au workshop International perspectives on alternative agri-foods networks: quality, embeddedness, and bio-politics, Santa Cruz (pp. 12-13)
- (6). Barjolle, D., Boisseaux, S., & Dufour, M. (1998). Le lien au terroir. *Bilan des travaux de recherche*
- (7). Batat, W. (2021). Produits de terroir versus produits locaux: Une perception différenciée selon deux cultures alimentaires française et québécoise. *Recherches en Sciences de Gestion*, (1), 157-186
- (8). Belahsen, S., Khellaf, A., & Belahsen, M. (2016). Evaluation de la stratégie agricole du Maroc (Plan Maroc Vert): Une analyse en équilibre général dynamique. *Dossiers de Recherches en Economie et Gestion*, 5(1), 13-46
- (9). Belhadi, A., Ameer, F., Oulmane, A., Benmihoub, A., Alioua, Y., Boutemedjet, A., & Akli, S. (2024). Guide de production du safran bio dans une région aride du sud de l'Algérie (*Doctoral dissertation*, CREAD; université de Ghardaïa; INSFP-Ghardaïa; DSA-Ghardaïa; Cirad; Institut National Agronomique de Tunisie; ENSA
- (10). Bérard L. (2011). Du terroir au sens des lieux, in C. Delfosse, (coord.), La mode du terroir et les produits alimentaires, *Les Indes savantes*, Paris, 41-55
- (11). Bérard, L., & Marchenay, P. (2007). Produits de terroir-Comprendre et agir (p. 64). CNRS-Ressources des terroirs-Cultures, usages, sociétés
- (12). Bérard, L., & Marchenay, P. (1995). Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir (No. 24, pp. 153-164). *Association Terrain*
- (13). Berriane, M. (2025). Les campagnes marocaines à l'ère des produits de terroirs et des spécificités locales. *Nouvelle Géographie du Maroc*, éd. Académie du Royaume du Maroc, Rabat, 313-330

- (14). Beylier R.P. (2016). Les Marques de Distributeur de terroir comme outil de légitimation de la grande distribution, *Thèse en Economies et finances*. Université Montpellier. Français. NNT: 2016MONTD027
- (15). Bouchelkha M. (2009). Étude Sociologique sur le Safran. Rapport de consultation. *Maroc : Projet FAO/TCP/MOR/3201*
- (16). Bouhali, A., & Djenane, M. (2022). Réflexion sur les conditions d'appropriation collective d'un signe de qualité agricole comme levier de développement rural. Cas de la figue sèche de Beni Maouche. *les cahiers du cread*, 38(1), 293-328
- (17). Bounjem, T., & Belrhazi, N. (2025). L'impact économique et territorial des Signes distinctifs d'origine et de qualité: Une analyse à travers les indications géographiques protégées de la filière oléicole dans la Région Fès-Meknès au Maroc. *African Scientific Journal*, 3(33), 1153-1153.
- (18). Brodhag, C. (2000). Agriculture durable, terroirs et pratiques alimentaires. *Le Courrier de l'environnement de l'INRA*, (40), 33-45
- (19). Catinella, G., Borgonovo, G., Dallavalle, S., Contente, M. L., & Pinto, A. (2022). From saffron residues to natural safranal: Valorization of waste through a  $\beta$ -glucosidase. *Food and Bioproducts Processing*, 131, 144-148
- (20). Chazoule, C., & Lambert, R. (2011). Ancrage territorial et formes de valorisation des productions localisées au Québec. *Économie rurale*, 322(2), 11-23
- (21). Dahmani, A., & Elkbir, E. L. (2022). Le plan Maroc vert en faveur des coopératives agricoles, une nouvelle stratégie, une gouvernance renouvelée, de nouveaux moyens. *International Journal of Accounting Finance Auditing Management and Economics*, 3(3-1), 171-185
- (22). Dai, R. C., Nabil, W. N. N., & Xu, H. X. (2021). The history of saffron in China: From its origin to applications. *Chinese Medicine and Culture*, 4(4), 228-234
- (23). Damayanti, G. S., & Riyanto, P. (2023). Literature Review: The Role of Saffron (*Crocus sativus* L) in Cosmetic Dermatology. *Jurnal Kedokteran Diponegoro (Diponegoro Medical Journal)*, 12(6), 375-382
- (24). Debbagh, B. et Idbendris, B. (2024). Labellisation des produits du terroir et enjeux de développement territorial: analyse des contraintes dans le contexte marocain. *Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale*, 9(1)
- (25). El Badaoui, R., et Ait El Mekki, A. (2017). Perception du consommateur marocain de l'huile d'olive: problématiques, approches et perspectives managériales. *Revue marocaine de recherche en management et marketing*, 2(17), 1-21
- (26). Elgozmir, h., & chouhbi, A. (2021). Produits terroirs: une grande histoire qui se prononce. *Revue Economie & Kapital*, (19)
- (27). El Wakil, R. M. (2016). La promotion du tourisme patrimonial en Egypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(4), 22-32
- (28). Ezati, P., Khan, A., Rhim, J. W., Roy, S., & Hassan, Z. U. (2023). Saffron: Perspectives and sustainability for active and intelligent food packaging applications. *Food and Bioprocess Technology*, 16(6), 1177-1196
- (29). Faouzi, H. (2015). Le figuier de Barbarie (*l'Opuntia ficus-indica*): un produit de terroir pour le développement local? Aknari des Aït Baâmrane (Anti-Atlas occidental, Maroc). *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 271,375-400
- (30). Garcin G.D. et Carral S. (2007). Le safran marocain entre tradition et marché. Etude de la filière du safran au Maroc, en particulier dans la région de Taliouine, province de Taroudant. Rapport de consultation. Maroc : *Projet FAO/Association Migrations et Développement*

- (31). Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B., & Yeung, M. T. (2009). *Guide des indications géographiques: faire le lien entre les produits et leurs origines*
- (32). Gresta F., Lombardo GM., Siracusa L and Ruberto G. (2008). Saffron, an alternative crop for sustainable agricultural systems. A review. *Agron Sustain Dev* 28, 95-112
- (33). Hill, R. A. (2022). 'Le terroir, c'est la vie': Re-animating a concept among Burgundy's wine producers. *Environment and Planning E: Nature and Space*, 5(1), 447-472
- (34). Hmimina, M. (2010). Agriculture du Maghreb n°46. pp. 39-40
- (35). Jean, M. (2026). Du concept de « terroir artisanal » : une contribution à l'archéologie des échanges et de la bonne chère. In *Another Brick in the Wall* (pp. 279-300). Brepols Online
- (36). Hocine, D. (2021). *Le processus de labellisation des produits de terroir Cas: Labellisation d'huile d'olive «Achbali Nath Ghobri»* (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri)
- (37). Karra, Y., Tahiri, A., Mokrini, F., Wifaya, A., Elame, F., & Mimouni, A. (2020). Effet de la durée d'exploitation de la culture du safran, installée à différentes densités, sur la production et la multiplication des cormes «semences» dans la région de Taliouine. *Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires*, 8(1)
- (38). Koşar, M., & Başer, K. H. C. (2020). Beneficial effects of saffron (*Crocus sativus* L.) in ocular diseases. In *Saffron* (pp. 155-161). Academic Press
- (39). Laajini, T., & Jekki, H. (2022). Les coopératives à Essaouira: quelle contribution territoriale?. *RECMA*, 363(1), 116-130
- (40). Lage M. and Cantrell C.L. (2009). Quantification of saffron (*Crocus sativus* L.) metabolites crocins, picrocrocine and safranal for quality determination of the spice grown under different environmental Moroccan conditions. *Scientia Horticulturae* 121, 366-373
- (41). Leedon, G., Decosta, J. N. P. L. E., Buttriss, G., & Lu, V. N. (2021). Consuming the earth? Terroir and rural sustainability. *Journal of Rural Studies*, 87, 415-422
- (42). Leroul, M. (2015). *Valorisation des savoir-faire locaux, et labellisation des produits de terroirs: cas du Tapis d'Ath Hichem* (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri)
- (43). Lewin, B. (2010). *Wine Myths and Reality*. Vendange Press: Dover, UK
- (44). L'Houssain, A. A., & Mbark, S. A. (2016). Le système des acteurs de la filière safran dans la région de Taznakht entre contrainte d'exclusion et volonté du Leadership Territorial. *Cybergeog: Revue européenne de géographie/European journal of geography*
- (45). Marir, H. (2024). L'art culinaire: l'héritage entre santé et thérapie. *La revue, Mediterranean Migration & Medias*, 1(2), 122-135
- (46). M'barki, R., & Schmitz, S. (2021). La revalorisation des produits de terroir au Maroc: la construction d'un patrimoine alimentaire favorise-t-elle l'émancipation des productrices?. In *Journées rurales 2021—Les relations villes campagnes face à la question alimentaire, 4th Rural Conference—Thinking Urban-Rural interactions through Food and Land Uses issues*
- (47). Moroz, D. (2024). What does terroir mean? A science mapping of a multidimensional concept. *Journal of Agricultural Economics*, 75(3), 889-913
- (48). Mouhibi, K., Housni, K. E., & Hadach, M. (2025). L'art culinaire, vecteur de l'image touristique des destinations: le cas de Marrakech. *Études caribéennes*, (13)
- (49). Mzabri, I., Addi, M., & Berrichi, A. (2019). Traditional and modern uses of saffron (*Crocus sativus*). *Cosmetics*, 6(4), 63
- (50). Oiry Varacca, M. (2019). La labellisation,(re) qualification ou disqualification des marges? Le cas du safran à Taliouine (Anti-Atlas, Maroc). *Journal of Alpine Research/Revue de géographie alpine*, (107-3)

- (51). Omari S. (2016). Etude du comportement des consommateurs vis-à-vis des produits du terroir : Cas des produits d'argane , *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, N°15, Juillet-Décembre, 195
- (52). Pretorius, I. S. (2020). Tasting the terroir of wine yeast innovation. *FEMS yeast research*, 20(1), foz084
- (53). Prévost, P., Capitaine, M., Gautier-Pelissier, F., Michelin, Y., Jeanneaux, P., Fort, F., ... & Josien, É. (2014). Le terroir, un concept pour l'action dans le développement des territoires. *VertigO*, 14(1)
- (54). Raif, M., Ait Heda, A., & Bribich, S. (2021). La labellisation des produits de terroir dans le cadre de l'ESS au Maroc : Le consommateur en est-il conscient ? *Moroccan Journal of Business Studies Vol (2), No.(1)*
- (55). Ratib, A., & Ouahi, L. (2025). Les Indications Géographiques au Maroc: Défis de mise en œuvre et perspectives pour la valorisation des produits locaux. *International Journal of Accounting Finance Auditing Management and Economics*, 6(9), 447-461
- (56). Rossetti, G., De Rosa, V., Morleo, A., Maci, F. F., Tarricone, L., Falchi, R., ... & Rustioni, L. (2026). Sensory profile of wines produced from disease-resistant grapevine varieties grown in the Mediterranean area. *Italian Journal of Food Science*, 38(1), 129-138
- (57). Ruiz Pulpón, Á. R., Cañizares Ruiz, M. D. C., & Martínez Sánchez-Mateos, H. S. (2023). Regional identity and intangible heritage related to saffron cultivation in Castilla-La Mancha (Spain). *Heritage*, 6(3), 2453-2472
- (58). Tavares De Souza, R. (2025). Tourisme gourmand et terroir au Québec: analyse de la construction du terroir et de l'influence de l'expérience de consommation sur l'attractivité touristique
- (59). Turgeon, L. (2010). Les produits du terroir, version Québec. *Ethnologie française*, 40(3), 477-486
- (60). Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., Marescotti, A., Allaire, G., Cadilhon, J. J. & Wallet, F. (2009). Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité. *Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables*. FAO
- (61). Williams, S. D., Barkla, B. J., Rose, T. J., & Liu, L. (2022). Does coffee have terroir and how should it be assessed?. *Foods*, 11(13), 1907
- (62). Wyeth P. and Malik N. (2008). A strategy for promoting Afghan saffron exports. *Report. Afghanistan: ICARDA and Washington State University*
- (63). Yatribi, t., & El Hadad-Gauthier, F. (2023). Contraintes au développement de la labellisation de l'huile d'olive marocaine: Étude qualitative auprès des accompagnateurs des services publics. *Revue Marocaine des Sciences Agronomiques et Vétérinaires*, 11(4), 381-388
- (64). Zindy, P., Halawany-Darson, R., & Hauwuy, A. (2017). Perception et attitude des consommateurs vis-à-vis des produits de terroir: implications pour les fromages. *INRAE Productions Animales*, 30(3), 229-240
- (65). Zine Dine, K., Alouane, S., & Nefzi, N. (2024). La valorisation durable des produits du terroir au Maroc: Une locomotive pour le développement économique et territorial. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 5(6), 276-290