



HAL
open science

Hétérotopies montagnardes au Maroc ou, la "montagne évasive".

Thomas Fouquet

► **To cite this version:**

Thomas Fouquet. Hétérotopies montagnardes au Maroc ou, la "montagne évasive".. [Rapport de recherche] IRD Dakar; CNRS - Centre National de la Recherche Scientifique. 2022. hal-03666834

HAL Id: hal-03666834

<https://hal.science/hal-03666834>

Submitted on 12 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Thomas FOUQUET

CNRS/MOVIDA

« Hétérotopies montagnardes au Maroc ou, *la montagne évasive.* »

Communication présentée le 5 mai 2022, séminaire général du LMI MOVIDA

Ce texte revient, à chaud, sur un terrain réalisé au Maroc au mois de mars 2022, dans le cadre du dispositif MOVIDA desdits « terrains partagés ». Ce séjour d'étude de 11 jours ouvrait un nouveau chantier de recherche, en repartant de l'histoire du Club Alpin Français (CAF) au Maroc, qui est une histoire intrinsèquement coloniale, faite de circulations de modèles, de mobilités d'individus, de transferts culturels et techniques. Faite de rapports de domination également : domination de l'homme sur l'homme, mais aussi de l'homme sur la nature, qu'illustre bien la parabole de la conquête du reste commune à l'histoire coloniale et à celle de l'alpinisme.

Plus largement, ce projet s'intéresse aux enjeux et aux imaginaires qui entourent les sports de montagne au Maroc, des années 1920 à aujourd'hui. Il a pour toile de fond, ou pour contexte englobant, l'explosion des sports de plein air – ladite filière Outdoor – depuis au moins une quinzaine d'années à travers le monde. Avec, bien entendu, un marché économique très juteux à la clé. Plusieurs lignes de pensée permettent de justifier l'examen croisé de l'histoire du CAF au Maroc et de la filière mondialisée de l'Outdoor.

D'abord, ces deux objets renvoient chacun à leur manière à une tension : entre sophistication, technicité mais aussi artificialité de la vie moderne d'une part, exploitation et/ou exploration d'espaces naturels conçus comme plus authentiques, simples, archaïques d'autre part. La vieille opposition entre nature et culture pourrait sans doute être ici mobilisée. Il s'en dégage un rapport volontiers ambivalent au « sauvage », suivant les différentes acceptions du terme : entre gouvernement et civilisation du moins « évolué » et/ou du plus vierge, avec toutes les logiques de domination notamment symbolique que cela comprend, et mouvement très actuel de retour à la nature par la mise en jeu des corps, la recherche de sensation et de dépaysement auprès de l'Autre et dans l'Ailleurs. Le thème de la conquête, je l'ai dit, fournit ici un bon fil conducteur :

- D'abord, conquête puis assujettissement d'espaces sociopolitiques, qui fait le cœur de l'entreprise coloniale.
- Ensuite, conquête des sommets censée manifester la puissance ou l'hégémonie européenne aux yeux du monde, et qui constitue en ce sens une parabole intéressante de l'œuvre coloniale elle-même (de Bellefon, 1999).
- Également, conquête de nouveaux marchés, toujours plus nombreux et éventuellement lointains, caractéristique du virage néolibéral de l'économie mondiale dans le contexte de globalisation dont la filière Outdoor constitue une solide illustration.

- Enfin, (con)quête de Soi, via l'épreuve ou le dépassement physique, le voyage intérieur du trekkeur ou du grimpeur au fil de son itinéraire spatial.

A ce dernier égard, on peut suggérer que certains partent « se chercher » en montagne ou sur les longs sentiers de randonnée, peut-être comme d'autres partent « se chercher » en migration, et comme d'autres encore, avant, sont partis « se chercher » aux colonies ou sur les grandes routes marchandes. Se dévoile ici un même rapport intime, compensatoire – quoique fondamentalement asymétrique ou inégalitaire – au cheminement socio-spatial¹. Ainsi envisagée, la mystique de l'aventure (et la diversité des expériences qui la sous-tendent) apparaît à la fois complexe et multiple ; elle est dès lors bien révélatrice des rapports de pouvoir Sud/Nord, en particulier pour ce qui touche à la question de la mobilité et aux imaginaires afférents.

Ensuite, ces deux objets peuvent *de facto* être réinscrits dans une généalogie commune : la filière de l'*outdoor*, son histoire et ses configurations actuelles, constitue un prisme pertinent pour saisir certaines facettes de la globalisation économique dont on sait par ailleurs le rôle central qu'y a joué la colonisation. Ils ont ainsi en commun de soulever la question du pouvoir – économique, politique, symbolique – dans la perspective hédoniste du sport et des loisirs, mais aussi de mobilités, à différentes échelles.

En termes plus généraux, le narratif de l'*outdoor*, à l'instar du tourisme, introduit un questionnement « éminemment politique, en articulant notamment construction des identités collectives et phénomènes de marchandisation » (Boukhris et Chapuis, 2016) ; resituée dans une perspective historique, *a fortiori* en regard d'une société anciennement colonisée, cette assertion prend toute son épaisseur (pos)coloniale. En effet, l'une des particularités de mon approche est qu'elle se déploie sur ou depuis une société du Sud, anciennement colonisée de surcroît, c'est-à-dire occupant une position à priori périphérique vis-à-vis des principaux pôles industriels – et des principales cibles marketing – de l'*outdoor*. A tout le moins, dans l'industrie mondialisée des loisirs et du tourisme, ces espaces restent perçus comme « consommables » plutôt que consuméristes, même si tout cela appelle quelques nuances². On peut ajouter ici que les espaces montagnards marocains occupent de fait une position doublement périphérique : au niveau global, mais aussi à échelle nationale vis-à-vis des espaces constitutifs du « Maroc utile », métropolitains singulièrement.

A ce stade encore exploratoire du travail, je propose ici d'aborder deux points principaux :

- D'abord, je vais revenir à grands traits sur la manière que j'ai eue d'élaborer ce projet de recherche au Maroc, en regard notamment des travaux que je développe au Sénégal depuis d'assez longues années.
- Ensuite, je vais tenter de formaliser quelques pistes de recherche qui ressortent de ce terrain exploratoire, et qui auront donc valeur programmatique. Et cela je vais le faire à

¹ Dans un ordre d'idée très proche, en 2009, un numéro des *Cahiers d'études africaines* consacré au tourisme titrait « Tourismes. La quête de soi par la pratique des autres » (Doquet, 2009).

² On pourrait prendre ici l'exemple d'un événement organisé par la célèbre marque de matériel de glisse Rip-Curl, en février 2017 au Maroc, dans la petite station de ski d'Oukaïmeden : le « Rip-Curl snowkaïmeden », visant à faire la promotion des sports de glisse et, potentiellement, à capter une nouvelle clientèle.

travers des brèves de terrain, entre Casablanca, Marrakech, et des petites localités montagnardes de l'Atlas.

1. Mise en contexte : Ailleurs sociaux et hétérotopies

Cela fait longtemps maintenant que je m'intéresse à ce que j'ai appelé des « Ailleurs sociaux ». J'entends par-là des espaces qui, à travers la manière qu'ils ont d'être investis, pratiqués, imaginés, permettent d'organiser, localement, une forme de dépaysement, ou encore un voyage immobile. Ce sont des espaces qui, en ce sens, sont conçus et construits socialement comme radicalement « autres » dès lors qu'on les investit de la faculté d'ouvrir sur du plus vaste, du lointain, du différent, etc. C'est-à-dire des « hétérotopies » pour reprendre cette expression de Michel Foucault (2009). Le philosophe précise deux choses qu'il m'apparaît important de souligner ici.

Tout d'abord, c'est l'une des grandes caractéristiques des hétérotopies que de « juxtaposer en un lieu plusieurs espaces qui, normalement, seraient, devraient être incompatibles » (Ibid. : 28, 29). Il y a donc là, en puissance, l'idée d'une circulation des mondes, fut-ce sur un mode imaginaire, narratif, scénographique ou autre. On sait bien que les imaginaires urbains fonctionnent largement sur le mode du collage, de la référence lointaine que l'on domestique en quelque sorte, pour lui donner du sens et éventuellement de la puissance localement.

Un exemple tiré de mes travaux sur les nuits urbaines à Dakar permettra d'être plus concret. Différents interlocuteurs, à qui je demandais où est-ce qu'ils sortent la nuit pour faire la fête, m'ont répondu : « maintenant, tout se passe sur la west-coast », pour qualifier le quartier des Almadies qui est devenu un hotspot des nuits dakaroises depuis une quinzaine d'années. Cette expression évoque au moins trois aspects :

- D'abord, la localisation tout à fait à l'ouest du quartier des Almadies (c'est même la partie la plus occidentale du continent africain).
- Ensuite, le rap west-coast, c'est-à-dire celui de la côte ouest américaine.
- Enfin, en prolongement, le style de plus en plus bling bling et américanisé des jeunes qui fréquentent ces boîtes de nuit.

A travers cette manière de relier des espaces distincts et distants, on voit qu'une qualification urbaine clairement locale est travaillée par tout un imaginaire de l'Ailleurs : encore une fois, on observe une forme de circulation des mondes, ou de juxtaposition d'espaces en réalité très distants et distincts les uns des autres.

Foucault souligne également que « ce qu'il y a de plus essentiel dans les hétérotopies », c'est qu' « elles sont la contestation de tous les autres espaces » (Ibid. : 33, 34). Et donc, ce qui m'intéresse dans l'identification de ces « ailleurs sociaux », c'est aussi et surtout leur charge critique en quelque sorte. C'est-à-dire, comment le fait de les inventer et de les investir socialement, répond à des situations de manque, de frustration, d'espoirs déçus, etc. L'hétérotopie entretient un rapport spéculaire, assorti d'une critique par effet de contraste, avec le *topos* ordinaire. De ce point de vue, on pourrait dire qu'il y a une forme de territorialisation ou de spatialisation du manque, de la critique sociale ou encore des aspirations populaires qui est centrale dans l'étude des hétérotopies, tel que je l'envisage tout au moins.

C'est là tout le sens de mon étude des désirs migratoires à Dakar, et de leurs traductions concrètes, matérielles, corporelles, dans les manières d'occuper les nuits urbaines. Je ne vais pas m'étendre ici sur ces questions, à propos desquelles j'ai déjà beaucoup écrit. Je me permets de renvoyer à mes travaux sur les aventurières de la nuit à Dakar (notamment Fouquet, 2013), mais aussi sur ce que j'ai pu dire de la nuit comme un « espace potentiel » en empruntant ce concept à Donald Winnicott (Fouquet, 2017). Surtout, depuis plusieurs années, je réfléchis à de nouveaux sites et objets ethnographiques pour élargir cette étude des hétérotopies ou des « ailleurs sociaux », notamment sous un angle comparatif : il s'agit ainsi de faire rebondir mes questionnements, ailleurs et autrement.

C'est en ce sens que j'ai d'abord élaboré un projet à Casablanca, sur l'émergence des « nuits afro » au sein de cette métropole. Cette expression de « nuits afro » renvoie à des établissements type nighclub où une ambiance « africaine » (i.e. subsaharienne) est explicitement mise en avant en tant qu'argument commercial, sur le plan musical, mais aussi en termes de décoration et de design d'intérieur, de fréquentation et de public, d'animation et d'ambiance, etc. Globalement, ce qui m'intéresse ici, c'est la question d'un accès à la citoyenneté par le biais de lieux et d'activités de loisirs nocturnes, pour des migrants subsahariens qui continuent majoritairement d'occuper des positions précaires, au moins sur le plan politique, mais aussi au niveau économique et symbolique. Ces espaces nocturnes fournissent l'occasion d'expériences positives de la ville et de la citoyenneté, en favorisant la rencontre entre populations locales et migrantes, et en offrant à ces dernières la possibilité d'investir une position en quelque sorte avantageuse, au moins le temps de la nuit. J'ai réalisé un premier terrain sur cette question, à travers l'approche monographique d'une boîte de nuit nommée le Bao Night-Club à Casablanca (aujourd'hui fermée). L'arrivée et l'installation durable de ladite crise du Covid a pas mal bousculé mes plans entretemps... J'envisage de remettre tout cela en œuvre prochainement.

Mon projet actuel sur les sports de montagne au Maroc s'inscrit dans une même dynamique d'exploration des hétérotopies et, simultanément, de diversification de mes objets empiriques. La dimension hétérotopique de la montagne peut être saisie à plusieurs niveaux.

D'abord, d'un point de vue historique, les espaces montagnards ont été investis presque par essence d'une connotation d'altérité assez radicale : du fait de leur accès difficile, de leur caractère souvent reclus, mais aussi des mythes et des peurs qui les ont très longtemps entourés. Il y a toute une littérature de science sociale, et d'historiens en particulier, qui évoque le sentiment d'hostilité physique, mais aussi métaphysique qui émane de la montagne depuis des temps lointains. Ses sommets, pensait-on, seraient peuplés de dragons et de bêtes maléfiques, même si la construction de ces peurs ne se fait pas *ex nihilo*, ou dans un registre purement mythique mais bien dans un rapport pragmatique aux dangers de la montagne : « la croyance aux dragons, aux fées et autres merveilles ne peut être mise en doute. Mais elle symbolise plus les dangers réels et les précautions à prendre qu'elle ne dit une interdiction. Ces glaciers où dorment des dragons prêts à s'éveiller, les montagnards les traversent » (de Bellefon, 1999 : 68).

Il reste néanmoins que la fascination pour le sommet, voire la réduction du massif montagneux à son sommet (souvent le plus élevé) est une construction récente, totalement articulée à l'histoire contemporaine de l'alpinisme. De fait, les populations montagnardes autochtones se

sont longtemps désintéressées des sommets, où il n'y avait ni pâturage pour les bêtes, ni possibilité d'une quelconque exploitation agricole, outre les peurs qu'ils suscitaient.

Je n'ai pas encore pu creuser ces aspects dans le cas marocain, c'est-à-dire le rapport quasi mystique à la montagne d'une part, et l'invention du sommet d'autre part. C'est un des projets que je porte. Ce qui est sûr en revanche, c'est que la conquête des sommets de l'Atlas marocain est tout à fait intriquée à la conquête coloniale du Maroc. Ce sont des français qui, en 1923, ont gravi pour la première fois le Toubkal, qui est le sommet le plus élevé d'Afrique du Nord, culminant à 4167 mètres. Le récit de la première ascension du Toubkal a ainsi été proposé par un « ancien » de Marrakech sur un blog dédié :

« Deux groupes d'alpinistes s'étaient approchés du Toubkal en juin 1922 (Col de Tachdirt et col du Tifourar), l'un par le club Alpin dirigé par le Marquis de Segonzac et l'autre par le groupe des géographes conduit par M. de Mazières par la vallée de l'Ourika. Le 8 avril 1923, le Club Alpin français (CAF) organisa son Congrès annuel d'Alpinisme à Marrakech, au Palais de la Bahia sous la présidence de Francisque Regaud, président du CAF. Le maréchal Lyautey n'était pas présent mais avait envoyé son représentant. Compte tenu du nombre de participants (150 dont une centaine d'alpinistes) et de la faiblesse du parc hôtelier marrakchi à cette époque, il avait fallu demander à l'armée de dresser un village de tentes pour les congressistes. Le mauvais temps empêcha les volontaires de réussir l'assaut du Toubkal ; beaucoup renoncèrent en voyant le baromètre dégringoler, peu d'entre eux dépassèrent Asni avant de rebrousser chemin sous la neige. La première ascension du Toubkal fut réalisée l'année suivante, exactement le 12 juin 1923 par le Marquis René de Segonzac accompagné de Vincent Berger et d'Hubert Dolbeau. Hubert Dolbeau était un industriel, vice président du CAF section marocaine, Vincent Berger est connu comme le romancier qui écrit « L'appel du sud ». Le Marquis René de Segonzac fut l'un des explorateurs cartographes du Maroc dès 1899 et notamment du Haut Atlas. C'était un grand sportif, il avait été champion de France d'épée et aussi champion de saut à cheval, il était Président de la section marocaine du CAF. Monsieur de Flotte de Roquevaire, géographe qui procédait par triangulation faisait partie de sa mission d'exploration, de nouvelles régions du Maroc furent équipées en cartes. »³



Les membres du CAF, Marrakech (Palais de la Bahia), avril 1923. (Photo : Gillot-Ratel).

³ Source : <http://mangin2marrakech.canalblog.com/archives/2014/03/05/29335762.html>

Aujourd'hui, les facteurs concourant à faire de l'espace montagnard un « Ailleurs » se sont transformés bien sûr, mais ils continuent d'être opérants d'une certaine façon, c'est-à-dire que la montagne conserve son caractère d'hétérotopie, quoique sur un mode désormais largement positif voire enchanteur.

Au cours du 20^{ème} siècle, en Europe, le milieu montagnard a été progressivement envisagé pour ses vertus curatives. On peut penser en particulier aux sanatoriums des Alpes où des patients notamment asthmatiques ou tuberculeux ont longtemps été envoyés en résidence, parfois sur des périodes très longues. Au sein du dispositif colonial, la station d'altitude a également joué un rôle important pour le supposé bien être des coloniaux, qui échappaient ainsi pour un temps aux vicissitudes rattachées aux grandes villes tropicales. On parlait à cet égard de « cures d'altitude ». Des enjeux véritablement politiques étaient rattachés à ces séjours en altitude. Il s'agissait notamment « d'examiner dans quelles circonstances et comment l'Européen pourra profiter de ces modifications thermiques liées à l'altitude pour occuper le pays et pour rétablir sa santé ébranlée », pour emprunter les mots d'un certain Dr G. Dryepontd, dans un rapport daté du 1er août 1900 sur « La question des sanatoria dans les colonies » (cité par Jennings, 2012).

Il existe différents travaux d'historiens sur les stations d'altitude comme « ailleurs » sanitaires, climatiques et même politiques de la colonie. Des lieux où, simultanément, se cultivait un entre-soi colonial. Je vais y revenir, mais on verra que dans le cas marocain, cette idée est restée d'actualité jusqu'à un passé on ne peut plus proche.

Concernant la période actuelle, ce qui me paraît intéressant c'est que les espaces montagnards et les activités sportives ou de loisirs qu'on y mène, sont encore conçus comme des « Ailleurs » à travers tout un jeu de contraste : entre, d'un côté, des espaces urbains vécus et narrés sur le mode du stress, de la contrainte, de la pollution et de la toxicité, etc. Et d'un autre côté, des espaces naturels qui auraient des vertus d'assainissement physique et moral, loin de la morne ou épuisante quotidienneté. Il y a donc toute une rhétorique de l'émancipation par le plein air qui est à l'œuvre aujourd'hui, et qui rejoint certains aspects idéologiques du dispositif colonial des stations d'altitude. Et j'ajouterai : à fortiori à notre époque pandémique, où l'image de la ville comme espace vicié et toxique, chère aux hygiénistes du 19ème siècle, a été en quelque sorte réactivée.

En réalité, le développement des activités Outdoor, et de toute la filière industrielle qui les accompagne, est bien antérieur au COVID. Selon toutes les données auxquels j'ai eu accès, il y a eu un *boom* planétaire de cette filière depuis au moins la fin des années 1990, dans les sociétés du Nord tout au moins (Europe et Amérique)⁴. Ce qu'il me paraît important de souligner encore, c'est que les grandes marques de l'Outdoor misent désormais beaucoup sur la mise en scène de l'Ailleurs exotique, à travers ce que je propose d'appeler le « marketing

⁴ Dans le cas français, en se référant aux données présentées par le réseau d'entreprises « Outdoor Sports Valley » (OVS : <https://www.outdoorsportsvalley.org/>), « Le chiffre d'affaires cumulé des entreprises de la filière poursuit sa progression (+11% depuis 2015) et dépasse 4 milliards d'€ en 2017 ». Ce rapport intitulé « Observatoire de la filière des sports outdoor » est daté d'avril 2019, et est donc le plus récent d'avant la crise Covid, cette dernière ayant bien entendu eu un impact sur la filière. Voir <https://www.outdoorsportsvalley.org/>

hétérotopique ». On parle d'ailleurs ici d'un double exotisme : la nature contre la ville ; mais aussi les sociétés du Sud contre celles du Nord.



J'en présente ci-dessus une illustration, à travers une campagne publicitaire de la marque de vêtements de montagne mondialement connue *The North Face*. Il me semble qu'on y retrouve bien l'idée déjà évoquée d'une juxtaposition d'univers distants et distincts, à travers la mise en scène d'une sorte de montagne universelle, ici du reste déclinée au féminin. C'est comme cela que fonctionne le marketing hétérotopique de l'Outdoor : d'abord en opposant les vicissitudes urbaines aux bienfaits libérateurs du plein air ; ensuite, et plus récemment, en inventant une sorte de globalisation du et par les activités de plein air, à des fins mercantiles, cela va sans dire.

Et donc, qu'est-ce que le marketing hétérotopique, en termes simples ? Rien d'autre que la valorisation de lieux présentés et construits comme « tout à fait autres », afin de les rendre désirables et, partant, marchandisables. Cette expression s'applique du reste aussi bien au narratif actuel de la filière Outdoor, à la mise-en-tourisme des environnements montagnards, qu'aux modes de légitimation de l'entreprise coloniale par le récit exotisant des terres et populations colonisées dans la littérature et les récits de voyage, la publicité et l'iconographie, etc. Le rôle de l'image, fixe (photographies, affiches) et animée (films, actualités), me paraît ici central ; il est du reste intéressant de mentionner que la photographie et l'alpinisme ont connu des développements simultanés, et que la haute montagne a largement servi de laboratoire à cet art naissant dès la fin du XIX^{ème} siècle (Garimoldi, 1995). Il y a sans doute une sorte de généalogie de ces récits (quelle qu'en soit la forme : écrite, iconographique, filmique, photographique) qui peut être établie, c'est en tous cas une tâche que je me suis assigné.

A cet égard, il est également nécessaire de travailler sur la distinction entre tourisme et sports/loisirs de plein air. Le tourisme, en particulier celui « intégré » ou « écoresponsable », se revendique comme une expérience de la rencontre, même s'il demeure *de facto* un mode de consommation sociale et culturelle de l'Autre et de la diversité où les *intérêts* touristiques devancent toujours l'expérience de l'altérité. Les sports et loisirs de plein air quant à eux, n'excluent pas a priori la possibilité de la rencontre ; au demeurant, la pratique sportive prime sur le milieu socioculturel où elle se déploie et, en ce sens, elle assume plus pleinement son caractère égo-centré (recherche de la performance, de l'esthétique personnelle, de la sensation, de l'expérience, de la distinction, etc.). Les deux figures du touriste écoresponsable et du sportif Outdoor sont donc à la fois différentes et complémentaires, en révélant un jeu complexe entre l'ici et l'ailleurs, soi et l'autre, la pratique et le milieu enfin.

S'ajoute à cette réflexion l'articulation entre le matériel et le symbolique. Par matériel, entendons notamment les équipements techniques (vêtements et accessoires divers, travaux d'aménagement de sites naturels, réalisation de photos et vidéos sportives à l'aide de *sport cameras* type GoPro et de drones, etc.) et l'ingénierie ou les filières (industrielles, publicitaires, logistiques et infrastructurelles) auxquelles ils s'adossent. Le symbolique renvoie quant à lui à la quête de l'« authentique » (Doquet, 2009), au « retour à l'essentiel » loin de l'ultra-consumérisme, au sentiment d'évasion qui en découle, voire à la construction d'une sorte de mystique de l'aventure sportive et de la confrontation aux éléments naturels⁵. Il s'agit en tous

⁵ Sur la construction d'une mystique de l'aventure sportive, la tonalité des vidéos réalisées avec le soutien de sponsors et équipementiers de l'*outdoor* est souvent édifiante, surtout lorsqu'elles contiennent une dimension de découverte folklorisante de l'Autre et de l'Ailleurs : voir par exemple la vidéo de ski

cas de saisir l'ambivalence des liens entre « consumérisme » (d'objets, de lieux, de services) et « émancipation » *via* le retour à la nature, l'embrassement du lointain hors de la monotone quotidienneté du confort moderne (Raveneau, 2006). L'idée voulant que l'industrie mondiale du tourisme, y compris ledit « tourisme solidaire »⁶ et autres formes dites responsables ou durables, construit les cultures et les sociétés comme des biens de consommation pour une audience étrangère (Duffy, 2013 : 73) pourrait aisément s'appliquer au marketing hétérotopique de l'Outdoor.

2. Maroc, la *montagne élusive* : brèves de terrain

J'ai été un peu long avant d'en venir à mon modeste terrain partagé, mais il me semblait important de planter un peu le décor, notamment pour attester du caractère hétérotopique des milieux montagnards.

En réfléchissant à ce projet de recherche, une des questions que je me posais était celle du développement de l'industrie Outdoor regardé depuis les Suds, et depuis le continent africain en particulier. Quelles circulations de modèles sont à l'œuvre ? Comment la filière Outdoor s'articule-t-elle éventuellement à celle du tourisme ? Quels imaginaires de l'Ici et de l'Ailleurs s'en dégagent et, notamment, dans quelle mesure cela contribue-t-il à renouveler le regard porté sur certaines sociétés du Sud ? Quels sont les impacts économiques, mais aussi culturels et éventuellement politiques locaux ?

En regard de mon projet dans les montagnes marocaines, soit dit en passant, j'ai entamé une enquête sur le business du surf à Dakar, qui est un autre sport emblématique de l'industrie Outdoor. De fait, le surf connaît un succès croissant au Sénégal et Dakar est aujourd'hui devenu un spot reconnu au niveau mondial, ce qui draine d'importantes mobilités touristiques spécialisées, mais aussi une économie locale très visible sur une partie du littoral dakarois : cours de surf, beach bars, boutiques de matériel et commerces de location, hébergements hôteliers types « surfcamps », etc. On pourrait dire que, depuis une dizaine d'années, il y a une véritable re-territorialisation dont le business du surf est un vecteur central, notamment du côté de la petite corniche des Almadies. Par ailleurs, certains jeunes athlètes sénégalais, compétiteurs internationaux, sont aujourd'hui sponsorisés par de grandes marques de l'Outdoor. Et il est intéressant de voir que ces marques jouent beaucoup sur l'africanité de ces athlètes dans leur dispositif publicitaire : là encore, on est dans quelque chose assimilable au marketing hétérotopique.

freeride « SNOWMADS - A Journey Towards Eastern Suns », coproduite par la marque de boisson énergisante RedBull très présente sur le marché *outdoor* : <https://www.redbull.com/int-en/films/snowmads-1>. Toujours sur fond d'une esthétique visuelle de l'extrême, des vidéastes adoptent une tonalité plus engagée notamment face au changement climatique et ses répercussions sur les populations locales. Voir par exemple, encore dans le domaine du ski freeride, « Amazigh - L'histoire des habitants du peuple de l'Atlas » : <https://www.youtube.com/watch?v=jw4MqNhWWkA>.

⁶ Voir notamment les données présentées dans le « Plan d'Aménagement et de Gestion du Parc National de Toubkal » (mai 2017) : https://rsis.ramsar.org/RISapp/files/46452323/documents/MA2371_mgt181018.pdf

Pour en revenir à la montagne, quand on réside au Sénégal, qui est un peu le plat pays ouest-africain, et que de surcroît on est membre de MOVIDA, la connexion entre montagne et Maroc est assez vite faite. Aussi, dès que j'ai commencé à me documenter sur les sports de montagne au Maroc, j'ai pu constater que la diffusion mondiale de la culture du sport Outdoor a des traductions très concrètes dans ce pays : circuits de trekking commercialisés par des opérateurs touristiques du Nord, et misant néanmoins sur un marketing de l'authenticité locale/villageoise berbère ; équipement de voies d'escalade sportive dans différents sites naturels qui attirent des pratiquants du monde entier ; « grimpe » urbaine en structure artificielle dans différentes villes du Royaume.

Lors de mon terrain, j'ai visité une salle d'escalade récemment ouverte à Marrakech, au sein d'un centre commercial type *mall*. Ce qui est intéressant, c'est que cet espace, qui se nomme Atlas Elevation, est véritablement calqué sur les salles de ce type qui fleurissent dans toutes les grandes villes occidentales ces dernières années, alors que l'escalade est véritablement devenue une pratique urbaine et branchée.



Atlas Elevation, Marrakech, mars 2022.

Ces salles s'imposent comme de nouveaux lieux de sociabilité dans les grandes métropoles⁷. On est là face à la diffusion planétaire d'un modèle de loisir Outdoor devenu Indoor en

⁷ <https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/10/23/la-pinte-post-escalade-est-presque-devenue-un->

s'urbanisant. Et le Maroc est aujourd'hui de fait engagé dans cette dynamique globale. Une question qui se pose ici, dans le cas marocain comme ailleurs, est de savoir si ce type d'espace artificiel qui consiste en quelque sorte à mettre de la montagne en boîte afin de la rendre directement accessible et consommable, pourra constituer un vecteur pour la découverte de la « vraie » montagne, en milieu naturel. Une partie de mon travail futur s'intéressera à cet aspect et, plus largement, aux connexions nouvelles entre milieux urbains et naturels dont le développement des loisirs sportifs citadins constitue un bon révélateur.

A travers mon travail de documentation, j'ai également eu une double surprise :

- D'abord, j'ai appris que le Club Alpin Français est implanté au Maroc depuis environ un siècle, et que les sports de montagne s'y pratiquent donc depuis cette lointaine époque. Pas par tout le monde bien sûr, je vais y revenir.
- Ensuite, deuxième effet *kiss cool*, j'ai pu constater que l'histoire de ce même club alpin français au Maroc n'a pas été faite à ce jour, ou sinon très à la marge disons.

Et c'est donc de là qu'a germé l'idée de repartir de cette histoire coloniale et postcoloniale, pour penser l'actualité de l'Ailleurs montagnard dans le contexte marocain, sous l'angle de circulations et de mobilités aussi bien humaines que matérielles et culturelles. La question du tourisme sportif était bien sûr centrale à cet égard ; mais je m'interrogeais aussi sur l'appropriation éventuelle de la montagne par les citadins marocains, c'est-à-dire sous l'angle de mobilités de loisirs à une échelle plus nationale qu'internationale.

Un ensemble de questions ont structuré, en amont, mon séjour d'étude de mars dernier. J'en expose ici les principales, avant de montrer comment j'ai été amené à les reformuler à partir de mon expérience ethnographique, in situ en quelque sorte.

- Tout d'abord, et de façon générale, dans quelle mesure la situation coloniale locale a-t-elle pu favoriser la diffusion d'une culture de l'alpinisme et du loisir sportif de montagne au Maroc ?
- Qui en étaient les destinataires et les protagonistes initiaux et/ou principaux, poursuivant quels objectifs et à l'intérieur de quels réseaux ?
- Quelles réalisations matérielles et infrastructurelles en ont découlé ?
- Quelles valeurs et idéologies étaient défendues par le CAF au Maroc, et dans quelle mesure entraient-elles en résonance, ou au contraire en dissonance, avec la mission/vision coloniale française ?
- Enfin, quel est legs contemporain du CAF au Maroc : assiste-t-on à une maroquinisation du club et plus largement des sports de montagne ? Depuis quand ? Suivant quelles modalités et quels enjeux ?

Je ne suis bien sûr pas encore en mesure d'apporter des réponses fermes ou précises à toutes ces questions. En particulier, concernant l'examen historique, je ne dispose pour le moment que d'éléments très parcellaires et il me faut encore faire un gros travail d'archives écrites et éventuellement aussi orales, en France et au Maroc : acteurs, réalisations concrètes (équipements, infrastructures, aménagements divers), organisations logistiques, transferts

techniques (formations, etc.) et culturels (visions de la montagne et valeurs associées aux activités afférentes), régimes discursifs, configurations de pouvoir locales et internationales, etc.

Sur le plan ethnographique en revanche, il y a une chose très nette qui s'est dégagée. C'est cette idée que la montagne de loisir au Maroc s'est constituée comme un territoire ou une entité abstraite ou virtuelle aux yeux d'une absolue majorité de la population marocaine. Et ce constat, qui demande bien sûr à être encore travaillé, approfondi, et éventuellement nuancé, est clairement un produit historique.

Il est bien entendu que je parle ici de la montagne sportive ou de loisirs. Les populations Amazighs qui peuplent majoritairement les localités montagnardes de l'Atlas sont bien sûr à intégrer au tableau d'ensemble, mais suivant un questionnement un peu différent, en termes d'espaces centraux et périphériques, et à la lumière des dynamiques de marginalisation dont elles font l'objet notamment vis-à-vis des espaces constitutifs du « Maroc utile ». Ce qui m'intéresse à ce niveau, c'est de regarder comment certaines populations montagnardes vivant à proximité directe d'espaces touristiques sont devenues en quelque sorte dépendantes de ce secteur sur le plan économique. Ce qui, bien entendu, les rend potentiellement vulnérables et dessine simultanément un espace de lutte dont certains travaux ont déjà bien rendu compte, à l'instar de ceux de Mari Oiry Varacca (2019). Ajoutons que la crise du Covid et la fermeture incidente des frontières marocaines a sans doute constitué un terrible révélateur à cet égard.

Pour en revenir à l'idée de la montagne comme abstraction ou virtualité, beaucoup de mes interlocuteurs ont évoqué à ce propos l'absence d'une « culture de montagne » au Maroc. Ces interlocuteurs, ce sont des Marocains eux-mêmes des professionnels des sports de montagne : guides touristiques, moniteurs d'escalade et de ski, anciens cadres de la fédération chérifienne des sports de montagne, loueurs ou vendeurs de matériels techniques, etc. etc. A ce propos, plusieurs remarques.

D'abord, à travers mes discussions nombreuses avec des membres du CAF de Casablanca, qu'il s'agisse de simples adhérents, de membres du bureau, de moniteurs, de gardiens de refuge, j'ai compris que ce club ne s'était que très récemment ouvert à des membres marocains. Jusqu'aux années 2000, il n'était tout simplement pas possible d'être adhérent si l'on n'était pas français. De la même manière, il était impossible pour les marocains de se loger dans les refuges du CAF dans différents haut lieux touristiques de montagne, comme au Toubkal ou à l'Oukaïmeden par exemple. Et même, semble-t-il, jusque dans les années 1970, les clients marocains n'étaient pas acceptés dans les restaurants et les hôtels des stations d'altitude, majoritairement voire exclusivement tenus par des français.

Plus généralement, si l'on admet que le CAF a été l'un des principaux animateurs des activités de montagne au Maroc depuis les années 1920, on comprend qu'il y a là sans doute un facteur explicatif important : la montagne est, pour beaucoup, une abstraction parce qu'elle a fait l'objet d'une confiscation *de facto*. Pour le dire autrement : rien n'a été fait pour rendre la montagne accessible ni moins encore attrayante aux yeux des Marocains, alors même qu'elle couvre environ 20% du territoire national, ce qui est comparable au cas français par exemple.



Entrée du CAF de Casablanca. (photo : Thomas Fouquet, mars 2022).

Comme l'illustre bien cette photographie prise lors de mon séjour d'étude, la « francité » du CAF de Casablanca continue de s'afficher et de s'affirmer avec une certaine ostentation. Très pragmatiquement, la localisation de ses bureaux et infrastructures (son mur d'escalade en particulier) dans l'enceinte d'un club très privé au nom évocateur, « Provinces de France », marque là encore nettement son identification hexagonale.

Pendant très longtemps, le gros des adhérents était constitué par des français expatriés au Maroc. On retrouve là l'idée d'un entre-soi que j'ai déjà évoqué tout à l'heure dans le cas des stations d'altitude coloniales. Depuis que le CAF a assez récemment ouvert ses rangs aux marocains, sa maroquinisation a été très lente, quand bien même on constate aujourd'hui une croissance importante du nombre d'adhérents nationaux. Ce qui ressort là encore de mes échanges, notamment avec de jeunes adhérents marocains âgés de 20 à 30 ans, c'est l'idée d'une socialisation assez élitaire aux sports de montagne, en particulier par le biais scolaire. En réalité, ils ont tous fréquenté l'école française de Casablanca, et c'est donc par ce biais « privilégié » - ou *en vertu du privilège offert par ce biais* – qu'ils ont découvert la pratique de l'escalade en particulier. Autrement dit, le vecteur est là encore français, et renvoie sans doute à l'idée d'un loisir « de classe », étant entendu que la « classe » en contexte postcolonial est largement une construction transnationale où la « stratégie de l'extraversion » (Bayart, 1999) joue un rôle central. Je fais ici écho à l'idée d'une forme de distinction de classe, qui a pris la suite de la distinction par la race héritée de la colonisation, en quelque sorte. Là encore, c'est une hypothèse qui demandera à être plus amplement travaillée.

Par ailleurs, lors de mon terrain, j'ai eu l'opportunité de conduire deux longs entretiens avec un homme âgé de 70 ans environ, qui pendant plus de 30 ans a occupé d'importantes fonctions techniques au sein de la fédération chérifienne des sports de montagne. Je conserve volontairement son anonymat, sur sa demande. Je l'ai bien sûr interrogé sur cette question de la maroquinisation des sports de montagne. Il évoque quant à lui, notamment, une absence de volonté politique allant en ce sens.

« En France, ils ont créé des vacances de neige... Ils ont démocratisé la pratique. Ça n'existe pas au Maroc ça. Si tu regardes la montagne, tu as l'impression que la colonisation elle existe encore. Elle ne passe plus par la politique, elle passe par les loisirs. La montagne au Maroc est réservée aux étrangers, parce que les élites marocaines s'en foutent que les gamins d'ici découvrent la montagne et profitent du sport de montagne. Eux, s'ils veulent faire du ski, ils sautent dans un avion et 3h après ils sont en Suisse ou en Autriche. Dans l'Atlas, les seules routes en état correct, c'est celles qui relient les grands sites touristiques, comme Imlil pour gravir le Toubkal. Or, au Toubkal, tu as 99% de touristes étrangers qui y vont... Il y a encore tout à faire dans nos montagnes.

Et tout ça, on dirait que c'est rentré dans la tête du Marocain moyen. Moi je suis de Marrakech, j'ai eu la chance d'avoir un père très sportif, aventurier quoi, qui m'amenait faite du ski à l'Oukaïmeden dès les années 1964. C'est comme ça que je devenu moniteur de ski. Mais jusque très récemment, si je disais aux gens de Marrakech : « on va en montagne, vous venez ? », ils répondaient : « en montagne, ça va pas, on n'est pas des singes ».

Moi quand j'étais à la fédération je faisais le tour des écoles marocaines pour proposer des stages d'une semaine, à la montagne, comme des classes de neige... On fournit tout le matériel... Mais tout le monde trouve des prétextes pour refuser. Pareil pour la construction de murs d'escalade dans les écoles. Mais ils ont peur qu'un enfant tombe et tout ça... Il y a un manque de volonté général pour ouvrir la montagne aux gamins ici. Et si tu ne donnes pas l'envie dès le début, ça ne va jamais changer ». (Entretien, M.B., Marrakech, mars 2022).

« Tu as l'impression que la colonisation existe encore. Elle ne passe plus par la politique, elle passe par les loisirs. » Cette sentence est intéressante, même si bien sûr, on doit admettre que les loisirs sont de fait éminemment politiques ; l'exemple des montagnes marocaines illustre justement et précisément cette idée. Mais il reste qu'il y a là une parabole coloniale qui rejoint l'hypothèse d'une confiscation-virtualisation *de facto* de la montagne auprès d'une majorité de marocains, hypothèse qui retire sa pertinence de son épaisseur historique.

En prolongement, on peut suggérer que cette abstraction de la montagne marocaine tient au fait qu'elle est largement soumise, depuis le début en quelque sorte, à des logiques d'extraversion extrêmement forte. L'histoire du CAF en atteste, mais aussi le fait que tous les guides marocains officiels que j'ai pu rencontrer évoquent soit des stages de formation aux métiers de la montagne dans les alpes françaises, soit la venue de formateurs français professionnels de la montagne. Plus généralement, dans les discussions avec des professionnels de la montagne au Maroc, il est constamment fait référence à Chamonix, à Briançon, à Sestriere ; à tel ou tel sommet, course ou station de ski des Alpes. Comme si l'existence même des sports de montagne au Maroc était conditionnée par un référencement transnational, et alpin le plus souvent.

Il y a là l'idée d'une sorte de superposition, ou de juxtaposition des territoires montagnards, qui apparaissent comme irréductiblement hiérarchisés : comme s'il y avait d'un côté la vraie

montagne, référentielle, et de l'autre celle qui a besoin de se nourrir d'un modèle externe pour exister de façon légitime, au moins dans l'ordre du récit et de sa constitution imaginaire. Autrement dit, la montagne marocaine est en permanence irriguée par un système de références qui lui est étranger et qui, in fine, lui donne sens et substance. Tout cela n'est pas sans évoquer une certaine idée du palimpseste ; et, surtout, on a là un joli produit historique je dirais. Encore une fois, ceci reste à creuser et à préciser.

Imlil, un hub du tourisme de montagne sur l'autoroute du Toubkal

Sur un plan assez proche, j'ai pu passer plusieurs jours à Imlil, un petit village de montagne qui doit sa relative prospérité au fait qu'il constitue le point de départ de l'ascension du Mont Toubkal. Je le répète, le Toubkal est le plus haut sommet d'Afrique du Nord, ce qui explique l'attrait qu'il exerce sur les trekkeurs et les alpinistes, majoritairement étrangers. De ce point de vue, Imlil est devenu un véritable hub du tourisme sportif sur l'autoroute du Toubkal.

Quand on arrive à Imlil, on a le sentiment de pénétrer dans un « Outdoor Bazar », c'est-à-dire une sorte d'Ailleurs ultra spécialisé dans la marchandisation tous azimuts du tourisme sportif de montagne.

Les rotations de taxis et de minibus sont incessantes, notamment vers et en provenance de la ville de Marrakech située à seulement 1h30 de route, d'où l'on déverse des touristes par dizaines. L'axe reliant le village d'Imlil à la ville voisine d'Asni (20mn de voiture), sur le chemin de Marrakech, est en parfait état et le goudron fréquemment refait ; ce qui tranche nettement avec les axes routiers de la région, souvent très endommagés voire quasi impraticables. Il est également intéressant de regarder comment le développement des loisirs de montagne a pu susciter des vocations ou au moins créer des opportunités économiques parmi les populations locales.

D'abord, la restauration et l'hôtellerie sont omniprésentes et chacun-e ou presque a une chambre à louer pour l'étranger de passage. De fait, les hôtels, auberges et maisons d'hôtes pullulent, créant une espèce de fratras signalétique.



Fatras signalétique, centre-ville d'Imlil, mars 2022. (Photo : Thomas Fouquet).

En lien plus direct avec le secteur des activités Outdoor : à Imlil tout le monde se déclare guide et se propose ainsi de mener les touristes sur les sentiers environnants voire jusqu'au sommet du Toubkal. Tout ceci ne va pas sans générer une certaine crispation chez les guides de montagne officiels dont le bureau trône en plein centre du village. La question de la certification du métier de guide touristique – ou « guide des espaces naturels » pour reprendre la nouvelle terminologie des autorités marocaines – apparaît plus généralement comme un sujet important et largement controversé.

Les guides autoproclamés sont aussi fréquemment vendeurs ou loueurs de matériel Outdoor de seconde main : chaussures de randonnée et d'alpinisme, baskets de trail running, vêtements techniques (fourrures polaires, vestes et pantalons techniques, etc.) floqués des grandes marques du secteur, crampons et piolets, sacs à dos, etc. Il y a là, du reste, une autre piste de recherche que j'entends creuser, sur les filières de la fripe et du matériel techniques de seconde main. On a là un bel exemple de circulations matérielles qui, en quelque sorte, offrent un contrepoint à la filière industrielle Outdoor et à ses velléités d'expansion au Sud. On pourrait y voir une sorte de marketing hétérotopique du subalterne... Si l'on ajoute à tout cela le fait que l'absolue majorité des visiteurs d'Imlil sont des touristes étrangers, souvent équipés de matériel Outdoor rutilant et ultra performant, le sentiment de confiscation et d'extraversion n'en est que renforcé. Quelques jeunes marocains, mal chaussés et mal équipés, s'invitent à la fête du Toubkal, et le contraste n'en est alors que plus saisissant.





« Outdoor Bazar », Imlil, mars 2022. (Photo : Thomas Fouquet).

Toujours sur cette question de la confiscation/extraversion/virtualisation, qui constitue pour le moment ma piste de recherche principale, un autre aspect peut être évoqué. Il semble qu'au cours des toutes dernières années, l'intérêt des jeunes marocains pour les sports de montagne

se soit exacerbé. C'est ce qui m'a été affirmé par plusieurs interlocuteurs, et le nombre croissant d'adhérents au CAF de Casablanca semble le confirmer. Si j'en crois mes interlocuteurs, cela serait à mettre sur le compte d'un effet de mode, lui-même étroitement lié aux réseaux sociaux type Facebook, Instagram et Youtube. Certains jeunes usagers de ces réseaux verraient les photos ou les vidéos postées par des connaissances, qui se sont initiées à l'escalade, qui ont fait une randonnée, voire qui ont gravi le Toubkal, et cela susciterait l'envie de s'y essayer à son tour.

J'y mets le conditionnel car les informations dont je dispose sont encore très parcellaires et plutôt le fruit d'échanges informels. Mais ce qui est intéressant c'est qu'il y a là quelque chose comme du « virtuel dans du virtuel », ou de « l'Ailleurs dans de l'Ailleurs ». Ce seraient les réseaux numériques, donc virtuels par définition, qui donneraient un peu de concrétude aux activités de montagne, lesquelles ont été elles-mêmes historiquement virtualisées aux yeux de la population marocaine... Il y a là en tous cas un rapport complexe entre le réel et la fiction, ou entre la réalité et l'imaginaire, qui paraît digne d'intérêt.

Oukaïmeden ou, la montagne évasive

Je voudrais maintenant conclure par l'évocation d'un lieu, lui aussi à la fois tout à fait réel et hautement virtuel. Je veux parler de la station de ski d'Oukaïmeden, qui, de mon point de vue, constitue une sorte de parangon de l'hétérotopie montagnarde au Maroc.

Pourquoi, d'abord, tout à fait réel ? Et bien d'abord parce que ce lieu existe, et est même équipé depuis très longtemps. Les premières remontées mécaniques, des téléskis en l'espèce, y ont été installées par des français dès les années 1950. Aujourd'hui, le domaine skiable, sans être immense bien sûr, est tout à fait correct. Pour autant bien sûr qu'il y ait de la neige... C'est là un autre problème sur lequel je vais revenir dans un instant.

Le CAF y a implanté l'un de ses principaux refuges dans les années 1940 et depuis 1942 des compétitions de ski y sont organisées annuellement. La station d'Oukaïmeden a été par ailleurs un haut-lieu de loisirs pour les communautés françaises durant la colonisation et même au-delà. On est là typiquement dans un exemple de station d'altitude comme je les évoquais plus haut.

Plus récemment, en 2019, un magazine de référence pour l'escalade, *Grimper*, a présenté un long reportage sur le nouveau site d'escalade de bloc qui a été créé à Oukaïmeden. Bien sûr, on y vante le caractère naturel et traditionnel de cet espace « hors du monde » c'est-à-dire, en l'espèce, hors du tumulte du Maroc des plaines.



Pour citer l'article dans le texte :

« A plus de 2600 m d'altitude, le plateau des blocs de l'Oukaïmeden est aussi la plus grande station de sport d'hiver d'Afrique. En plein cœur des montagnes de l'Atlas marocain, loin de l'agitation des grandes villes, en particulier Marrakech, qui est à 70km, on y retrouve un calme et une authenticité oubliée, qui nous plonge dans un Maroc traditionnel ».

On est bien là dans la description d'un Ailleurs montagnard, de surcroît exotique, et néanmoins bien concret : fait d'infrastructures, de rochers, etc. Mais il reste que c'est l'authenticité oubliée du Maroc traditionnel qui est mise en avant.

Sauf que... La photographie ci-dessous représente une des pancartes qui trône au cœur du village d'Oukaïmeden. Courchevel, excusez du peu. Le support en bois et le lettrage eux-mêmes sont conformes à la signalétique des stations de ski alpines.



Sauf que... Voici également ci-dessous la boutique de l'un des principaux loueurs de ski de la station, floquée du nom des « Trois Vallées », c'est-à-dire l'une des plus grandes stations de ski des Alpes : les Menuires, Val Thorens, etc.



Sauf que, en somme, Oukaïmeden est bien réelle, mais c'est aussi un parangon de la virtualité et de l'extraversion déjà maintes fois évoquées. Cette virtualité se manifeste dans le bâti et les équipements matériels du lieu, je viens d'en donner des exemples. Mais elle renvoie également à un autre aspect : c'est un espace qui est saturé de discours, de récits, de fantômes, d'aspirations déçues et d'expressions nostalgiques. Bref, d'imaginaires quant à son passé, son présent et son devenir. Il s'y joue comme une construction mythique constante et sans cesse renouvelée.

Untel évoque un projet de téléphérique montant au sommet, « comme à l'aiguille du midi » ajoute-t-il ; un autre, ancien président de la fédération chérifienne des sports de montagne, a longtemps appelé de ses vœux la construction d'une piste de descente homologuée pour les compétitions internationales (quand on connaît un peu les réglementations en la matière, cela laisse songeur) ; un autre encore, ancien ministre de la jeunesse et des sports, voulait y aménager un plan d'eau pour la pratique du ski nautique. J'ajoute à cette liste la fabrication d'un dôme réfrigéré de ski, pour (je cite) qu'on « puisse y skier toute l'année, comme à Dubaï, hey, il y a déjà la pente ».

Un grand groupe émirati implanté au Maroc, EMAAR, avait quant à lui en 2006 le projet de transformer Oukaïmeden en un vaste et luxueux *resort* consacré aux sports d'hiver, hébergeant par ailleurs un golf de 18 trous et un lac pour les loisirs nautiques durant la saison estivale. Plusieurs milliards de dirhams étaient pour cela évoqués.

Sont présentées ci-dessous les seules images du projet que j'ai pu récupérer, suite à son abandon. J'ai pu échanger par téléphone avec le directeur des projets d'Emaar au Maroc, basé à Rabat. Peu loquace sur ce projet avorté, vous l'imaginez, mais il a évoqué entre les lignes un problème de volonté politique du côté des plus hautes autorités marocaines. Mais ce projet a-t-il été véritablement sérieux un jour, ou ne participe-t-il pas plutôt de la fabrication hétérotopique d'Oukaimeden ? N'est-on pas là face à une illusion collectivement construite et alimentée ? Face à un « simulacre in situ », pour reprendre cette expression que Jean-François Staszak (2021) a récemment employé au sujet de la ville de Casablanca et de son double cinématographique ?



Pour étoffer ce type de questionnement, la mise en regard avec la filière *outdoor* est particulièrement riche dans la mesure où celle-ci fonctionne sur un mode profondément voire intrinsèquement ambivalent : ses finalités mercantiles et industrielles se camouflent derrière un discours marketing de l'authenticité, de la simplicité et du retour aux « vraies valeurs », participant ainsi à la redéfinition des frontières, des espaces et des identités. C'est là peut-être un exemple par l'extrême (y compris par lesdits « sports extrêmes ») des ruses du capitalisme, dont le tourisme et les loisirs sont aujourd'hui des secteurs et des vecteurs de diffusion clés (Boukhris et Chapuis, 2016). Plus encore, ces ruses requièrent la production constante de fictions ou de simulacres, qui embrassent, rejoignent ou encore stimulent les imaginaires sociaux ; le cas d'Oukaïmeden m'apparaît édifiant de ce point de vue.

J'ajoute à tout cela un ressenti plus personnel. Lorsque j'étais à Oukaïmeden, la neige avait à peine saupoudré les champs de cailloux sur lesquels sont censés se trouver les pistes de ski. Bref, absolument inskiable. Et pour autant, chaque minute un loueur de ski ambulante m'interpellait pour me proposer son matériel : « Skis et chaussures, 30 dirhams. C'est pas cher ». Oui, c'est pas cher, mais il n'y a pas de neige.



« Neige introuvable pour skieur invisible », Oukaïmeden, mars 2022. (Photo : Thomas Fouquet).

Et sans être devin, j'ai comme dans l'idée qu'il y en aura de moins en moins au fil des années à venir. Mais chacun est dans son récit, chacun nourri le mythe à son échelle, fonction de ses intérêts et nécessités propres (économiques entre autres), de son pouvoir relatif, mais en tous cas, contre les vérités les plus absolues, c'est-à-dire celles que nous imposent la nature. A cet égard, la montagne marocaine est en avance sur celle française ou européenne. C'est elle qui impose une forme de réalité difficilement discutable : elle préfigure le réchauffement climatique à l'œuvre, et la raréfaction de l'or blanc qui dictera sa loi dans un futur plus ou moins proche. Voilà qui devrait être source de nombreuses constructions hétérotopiques à venir, et qui impliquera tout au moins que certains espaces montagnards se réinventent.

Bibliographie

Bayart, J.-F., « L'Afrique dans le monde : une histoire d'extraversion », *Critique internationale*, vol. 5/4, 1999 : 97-120.

Bellefon (de), R., « L'invention du terrain de jeu de l'alpinisme : d'une montagne l'autre », *Ethnologie française*, 29/1, 1999 : 66-78.

Boukhris, L., Chapuis, A., 2016, « Circulations, espace et pouvoir. Penser le tourisme pour penser le politique », *L'espace politique*, n°28, 2016.

Doquet, A., « « Guides, guidons et guitares ». Authenticité et guides touristiques au Mali », *Cahiers d'études africaines*, 193-194, 2009.

Duffy, R., *A trip too far : ecotourism, politics, and exploitation*, London: Earthscan, 2002.

Foucault, M., *Le corps utopique. Les hétérotopies*, Editions Lignes, Paris, 2009.

Fouquet, T., « Esquisses d'un art de la citoyenneté subalterne : les aventurières de la nuit dakaroise », in Diouf, M. et Fredericks, R. (dir.), *Les arts de la citoyenneté au Sénégal. Espaces contestés et civilités urbaines*, Paris, Karthala, 2013.

Fouquet, T., « La nuit urbaine, un « espace potentiel » ? Hypothèses dakaroises », *Cultures & Conflits*, n°105-106 (dossier thématique « Politiques de la nuit »), 2017.

Garimoldi, G., *Fotografia e alpinismo. Storie parallele*, Priuli & Verlucca, 1995

Jennings, E.T., « Le club des hauteurs : savoirs, réseaux et stations d'altitude coloniaux », in Blais, Deprest et Singaravélou (dir.), *Territoires impériaux. Une histoire spatiale du fait colonial*, Editions de la Sorbonne, Paris, 2012.

Oiry Varacca, M., *Montagnards dans la mondialisation. Réseaux diasporiques et mobilisations sociales dans l'Atlas (Maroc), les Highlands (Écosse) et les Alpes françaises*, PUG, Grenoble, 2019.

Raveneau, G., « Prises de risque sportives : représentations et constructions sociales », *Ethnologie française*, 4 / 36, 2006 : 581-590.

Staszak, J.-F., « Casablanca : le film, la ville et les touristes. À propos du Rick's Café et de quelques autres simulacres in situ », *Annales de géographie*, 741/5, 2021 : 30-59.