



Le Plan Maroc Vert à l'épreuve de l'information et de l'analyse journalistique

Habiba El Mazouni, Zakaria Kadiri

Hassan II University of Casablanca, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Ain Chock – Laboratoire LADSI. Contact : habibaelmazouni93@gmail.com

Résumé

Entre 2008 et 2020, le Plan Maroc Vert a guidé le développement agricole au Maroc, entraînant de fait sa forte médiatisation. Toutefois, cette médiatisation reste très peu analysée. L'objectif de cet article est d'analyser les dynamiques par lesquelles les médias publicisent le Plan Maroc Vert, avec un focus sur l'objet de la « durabilité » dans ce Plan et comment cette dernière a été prise en compte ces dernières années par les médias écrits. Pour ce faire, nous avons mené des entretiens ayant porté, entre autres, sur les conditions de travail et les contraintes professionnelles auxquelles font face les journalistes agricoles ainsi que sur le processus de collecte, de traitement et de rédaction des articles de presse liés au Plan Maroc Vert. Aussi, nous avons analysé le discours journalistique d'un corpus de presse de 130 articles. Les résultats montrent que la presse marocaine produit un cadrage dépolitisant de la politique agricole Plan Maroc Vert. Cette dépolitisation rime avec neutralisation de la portée politique, par exemple, des enjeux environnementaux et de durabilité du Plan Maroc Vert. De ce fait, les journalistes publicisent les données produites par les institutions publiques sans que cela corresponde à un journalisme d'investigation, voire à une critique constructive. Le traitement médiatique tend à être limité à l'information des lecteurs et uniformise les catégories d'agriculteurs.

Mots clés : Plan Maroc Vert, Médias, Médiatisation

Introduction

Au Maroc, si l'analyse des politiques publiques bénéficie très souvent d'une attention particulière des chercheurs en sciences sociales, l'analyse de leur traitement

médiatique l'est beaucoup moins. Pourtant, l'analyse des politiques publiques gagnerait à être associée à une pratique de la sociologie qui porterait également sur les médias comme objet d'étude (Hassenteufel et Smith, 2002). Dans le présent article, nous voudrions appréhender les modalités et dynamiques

sous-jacentes au rôle que jouent les médias dans les processus de publicisation des politiques publiques, en l'occurrence celui de la politique agricole appelée Plan Maroc Vert (PMV).

Nous ne partons ni du fait que les médias fabriquent les politiques publiques, ni du fait que les politiques publiques se servent des médias pour redorer leur blason. Même s'il s'agit d'autant de dimensions intéressantes à analyser, nous partons du constat que les médias médiatisent les politiques publiques et cherchons à comprendre comment et par quels mécanismes se fait cette médiatisation.

En effet, la question du traitement médiatique du PMV est très peu abordée par les sciences sociales, alors même que ce Plan a guidé le développement agricole au Maroc entre 2008 et 2020, entraînant de fait sa forte médiatisation. Nous partons du constat qu'il y a un manque de traitement médiatique critique du PMV et, par conséquent, un manque de mise en débat dans les médias écrits majeurs du Maroc. C'est la raison pour laquelle le présent article se propose d'analyser les dynamiques par lesquelles les médias publicisent le PMV.

La médiatisation du PMV a porté sur le Plan de façon générale ou en traitant certaines de ses dimensions en particulier, notamment celle relative à la durabilité des ressources naturelles.

La prise en compte de la durabilité par les journaux, en traitant particulièrement de la mobilisation des ressources en eau et des subventions mises en place et non pas des éventuels impacts socio-économiques et écologiques de celles-ci, reflète une dépolitisation du PMV.

Cette dépolitisation renvoie à une individualisation des responsabilités des acteurs, privilégiant l'illustration des problèmes à l'explication de leurs causes tout en déresponsabilisant l'État de son rôle dans les mêmes causes (Comby, 2014). D'ailleurs, le verbe « dépolitiser » recouvre plusieurs acceptions et s'assume dans des pratiques différentes (le verbe a des affinités avec les verbes : « a-politiser », « neutraliser », « individualiser », « techniciser », « démobiliser », etc.) (Lacombe et Marteu, 2015).

À cet effet, un nombre important d'articles a traité le volet relatif à la durabilité dans le PMV entre 2016 et 2020. Ce constat pourrait s'expliquer par de grands événements ayant eu lieu les cinq dernières années, comme les années de sécheresse ou au moment du Salon International d'Agriculture de Meknès (SIAM) qui se tient chaque année¹. Nous consacrons une partie de notre analyse à l'objet de la « durabilité » dans ce Plan et comment elle a été prise en compte ces dernières années par les médias.

En étudiant, dans le cadre d'une thèse en sociologie politique, la question de la réception de la politique agricole marocaine, une question s'est inévitablement posée : Qu'en disent les médias ? Comment se caractérise le traitement médiatique du PMV et quelles représentations construisent les médias écrits de cette politique agricole ?

Nous nous attacherons dès lors à y répondre, non pas par l'hypothèse d'une diffusion encore insuffisante des défis auxquels fait face l'agriculture marocaine, mais plutôt par la mise en avant d'une médiatisation qui dissocie la dimension politique, considérée dans le sens de débat sociétal critique, des politiques

¹ Les éditions 2020 et 2021 du Salon International de l'Agriculture au Maroc ont été annulées en raison de la pandémie du nouveau coronavirus (Covid-19).

publiques mises en œuvre. En cela, cet article analysera les modalités dépolitisantes de la médiatisation de la stratégie agricole PMV.

L'article propose d'analyser, à travers une étude du discours journalistique et des entretiens avec des acteurs œuvrant dans le champ médiatique, les dynamiques de publicisation de la politique agricole Plan Maroc Vert. Pour ce faire, nous allons d'abord analyser le traitement du PMV dans le corpus de presse étudié. Ensuite, nous nous attacherons à analyser les logiques de la médiatisation du Plan en nous basant sur les dires des acteurs interviewés, pour nous interroger par la suite sur le traitement médiatique de la durabilité dans le PMV. On ressort de cette analyse que la compréhension du traitement médiatique du PMV requiert la compréhension des modalités dépolitisantes de la médiatisation dudit Plan.

Méthode

La conception du rôle des médias en termes de publicisation des politiques publiques conduit souvent à simplifier et surévaluer leur pouvoir (Nollet, 2009). Au-delà des théories de l'agenda-setting², de l'emprise du journalisme sur l'action publique et de la construction sociale des problèmes publics, nous situons notre cadre d'analyse dans les faits et non pas dans les effets des médias. Notre cadre d'analyse mobilisera donc la formulation du

produit médiatique et la médiatisation du Plan Maroc Vert.

Notre méthodologie de recherche repose sur des entretiens effectués pendant une durée de trois années (2017-2020) avec 30 acteurs œuvrant dans le champ médiatique : des rédacteurs (trices) de presse, des data-journalistes³, des journalistes reporters d'images, des directeurs (trices) de rédactions, des community managers⁴ et des ex-journalistes. Tous les acteurs interviewés ont eu à traiter au moins une fois du Plan Maroc Vert (*journalistes*), ou à gérer la présence de l'un des journaux étudiés sur les médias sociaux (*community managers*). 70% de ces journalistes ont participé à l'élaboration des articles étudiés et aucun d'entre eux ne se considère comme un journaliste spécialisé dans le rural ou dans l'agriculture.

Les entretiens ont porté, entre autres, sur les conditions de travail et les contraintes professionnelles auxquelles font face les journalistes ainsi que sur le processus de collecte, de traitement et de rédaction des articles de presse liés au PMV. Les données recueillies ont été traitées à travers la méthode de l'analyse de contenu.

L'étude se base également sur l'analyse du discours journalistique d'un corpus de presse de 130 articles, publiés entre 2016 et 2020. La sélection des articles s'est faite notamment en fonction du type des articles ; à cet égard, la majorité des brèves et des dépêches ont été enlevées pour garder des articles (analyses, tribunes, dossiers spéciaux, interviews, etc.). Le

² Conceptualisée au tournant des années 1970 par McCombs et Shaw, la théorie de l'agenda setting met en relief le fait que les médias exercent un effet considérable sur l'opinion publique et ce, en rendant prioritaire des problèmes publics au détriment d'autres. Les médias définissent ainsi le calendrier des événements et hiérarchisent les sujets.

³ Le data journaliste est un journaliste qui collecte, vérifie, recoupe les données, essentiellement des statistiques, et les retranscrit afin de les rendre accessibles pour ses

lecteurs. Le data journaliste ne rédige pas forcément des articles mais propose une visualisation de l'information sous formes, entre autres, de graphiques ou de cartes interactives.

⁴ Le community manager est chargé de gérer la présence d'une organisation sur Internet. Les community managers interviewés gèrent la présence des journaux sur les réseaux sociaux.

format de ces articles correspond à 6000 signes en moyenne.

Les 130 articles étudiés appartiennent à sept titres de presse : Le Desk (10 articles), Médias24 (15), Hespress (26), AgriMaroc (21), Le Matin (16), l'Économiste (19) et La Vie éco (23). Nous nous sommes servis, à cet effet, du logiciel d'analyse de données textuelles Iramuteq⁵.

Assurément, l'analyse de ces titres de presse nécessite la collecte et l'organisation d'informations sur ces médias écrits. Il s'agit, entre autres, du contenant c'est-à-dire de « l'état civil » du journal comme l'appelle Jacques Kayser (1963) (titre, périodicité, slogan publicitaire, langue, date de fondation, fondateur, actionnaires, rédaction...) et du contenu (publication généraliste ou spécialisée, presse gratuite ou payante, presse d'information ou d'opinion, presse indépendante ou de propagande...). Les sept titres de presse ont été sélectionnés particulièrement sur la base du nombre de lecteurs (ces journaux sont ceux qui rejoignent le plus grand lectorat), de leur spécialité (notamment AgriMaroc et L'Économiste) et de la diversité de leur positionnement éditorial (notamment Le Matin, La Vie éco, Le Desk et Médias24).

La médiatisation du PMV entre pratiques journalistiques et analyse de la politique publique

PMV : un traitement médiatique informatif et non-polémique ?

Objets d'investigation, lieux d'observation des enjeux sous-jacents à une question qui reste jusqu'à présent abstraite, celle du traitement médiatique du PMV, les sept titres de presse étudiés nous ont permis d'analyser comment la politique agricole PMV y est-elle présentée.

Le fait principal qui ressort de l'analyse du corpus de presse étudié est que, bien qu'il existe des genres de textes très hétérogènes qui impliquent des signatures appartenant à différentes figures de l'espace public (membres de la rédaction, experts ou encore lecteurs-citoyens), la majorité des articles traitant du Plan Maroc Vert restent informatifs et descriptifs quant aux réalisations de la politique agricole Plan Maroc Vert. D'ailleurs, nous avons écarté du corpus d'articles analysés tous ceux qui reprennent textuellement les dépêches de l'agence marocaine de presse (MAP) ou les communiqués du Ministère de l'Agriculture ; ces articles restent informatifs et prennent un format « officiel » du contenu communiqué autour du Plan.

Le traitement médiatique du PMV sur les 130 articles étudiés se caractérise généralement par une mise en avant des réalisations et avancées du PMV. Les articles reprennent également les dépêches et communiqués de presse produits par le Ministère de l'agriculture

⁵ Le logiciel Iramuteq propose un ensemble de techniques et outils statistiques permettant de comptabiliser les formes et d'apprécier leur distribution dans les textes, indépendamment de leur sens. Raison pour laquelle les

résultats ont été croisés constamment avec une lecture préalable du corpus.

ou la MAP, mais cette fois-ci en les recoupant avec des interviews auprès des représentants du ministère ou des institutions afférentes. D'ailleurs, dans environ 84% des articles étudiés, les termes qui ressortent le plus sont : réalisations, avancées, réussites, subventions, investissements, progrès, dynamique, intensification, croissance ou encore acquis. Ces termes sont mobilisés pour traiter des thématiques autour de la durabilité, des réalisations et avancées du Plan, de l'accompagnement et des subventions au profit des agriculteurs ainsi que des investissements au profit du secteur agricole.

Toutefois, les termes qui peuvent être assimilés à une analyse critique constructive ne sont que très peu mobilisés. Par exemple, les termes ayant trait à l'évaluation du Plan, à l'écart entre les éléments de langage des communicants du ministère de l'agriculture et les réalisations dans le cadre des projets financés, aux problèmes, contraintes, défis et enjeux auxquels fait face le PMV, sont très peu présents dans les articles étudiés. Le premier constat à souligner est le manque d'une remise en question et mise en débat du PMV par les médias écrits. Quand il s'agit de la médiatisation du bilan du PMV, ce dernier est mis en relief en termes de réalisations et avancées du Plan. Ceci dit, l'évaluation du Plan n'a été faite qu'en interne par le personnel du Ministère de l'agriculture et jusqu'à présent, aucune évaluation externe n'a été rendue publique. De fait, les journalistes ne disposent pas des éléments communicables là-dessus en dehors, notamment, des résultats annuels rendus publics lors des assises de l'agriculture.

Le cas par exemple des 16 articles appartenant au quotidien marocain Le Matin montre que ces derniers reposent généralement sur les données communiquées lors des Assises nationales de l'agriculture de Meknès ou encore lors du Salon International de l'Agriculture au Maroc.

Le nuage de mots ci-dessus généré par le logiciel Iramuteq (Figure 1) met en grands caractères les mots qui se répètent le plus dans les articles étudiés du quotidien Le Matin. Tenant compte du nuage de mots et, de surcroît, d'une lecture des 16 articles en question, il s'avère que le focus est généralement mis sur les discours institutionnels tels que ceux de l'Agence pour le Développement Agricole (ADA), de l'Office National du conseil Agricole (ONCA) ou encore du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts.



Figure 1: Nuage des principaux mots-clés des articles du quotidien Le Matin traitant du PMV entre 2016 et 2020

Un autre exemple relatif au journal électronique Hespress (dans sa version arabe) montre que sur les 26 articles étudiés, 2 représentent des analyses rédigées par des enseignants-chercheurs et agronomes et 1 entretien avec la directrice d'une association

féminine de développement rural. Le reste relève, entre autres, des comptes rendus de conférences, des rapports produits par La Direction des Études et des Prévisions Financières, des communiqués de presse produits par le Ministère de l'Agriculture, des interventions du ministre de l'agriculture ou encore du directeur général de l'ADA.

Les exemples des deux journaux susmentionnés attribuent ainsi, dans le traitement du PMV, un caractère « surdéterminant » aux discours institutionnels.

Dans une autre perspective, sur les 10 articles produits par le site web d'information journalistique Le Desk, 6 articles sont des enquêtes, reportages, ou analyses basées sur des données statistiques, rédigés par des enseignants-chercheurs, des docteurs vétérinaires et agriculteurs, des journalistes et des data-journalistes. Les articles portent notamment sur un état des lieux de la disponibilité et de l'accessibilité aux ressources nécessaires au développement agricole, la vulnérabilité dudit secteur, un regard critique sur le bilan du PMV et une enquête sur la culture de la pastèque dans les zones arides.

PMV : un traitement médiatique homogénéisant et uniformisant

Dans notre analyse, nous nous sommes intéressés particulièrement au traitement médiatique du Plan Maroc Vert en tant que politique publique. En le publicisant, les médias rendent moins compte des différentes dynamiques du monde rural, voire de l'hétérogénéité de ce monde. De toute évidence, il existe un lien fort entre cette politique publique et les réalités locales hétérogènes, aussi bien dans la mise en œuvre

du Plan que dans sa réception par les différents acteurs.

Pour illustrer ce constat, nous ferons référence à la catégorie d'« agriculteurs », médiatisée généralement comme étant homogène et uniforme. Seulement, cette catégorie renvoie à de multiples profils ; les agriculteurs sont des propriétaires, des agriculteurs sans terres qui peuvent être des locataires ou pas, des hommes et des femmes, des jeunes, de tailles et capacités productives variées, etc. La médiatisation de cette catégorie de façon homogène, la réduit à une fonction productive et strictement « économique » car contribuant à la réalisation des prévisions du Plan, voire à l'amélioration de son niveau de vie.

À voir les 130 articles étudiés, seulement 35% des articles font allusion aux « agriculteurs ». Sur ces 46 articles, 22 articles emploient le terme « agriculteurs » comme un tout cohérent et homogène, 10 articles traitent des « petits agriculteurs », 6 articles font référence aux « agrégés bénéficiaires », 3 articles mettent en avant la catégorie des « jeunes agriculteurs », 3 articles mentionnent les « agriculteurs appartenant à la classe moyenne agricole », et 2 articles mentionnent les « travailleurs et ouvriers agricoles ».

Ainsi, les catégories d'agriculteurs médiatisées reprennent celles du PMV. A titre d'illustration, le nuage de mots (Figure 1) renvoie particulièrement aux agriculteurs du Pilier I et du Pilier II (deux catégories d'intervention du PMV), aux investisseurs dans le cadre du Partenariat Public-Privé (PPP), aux exploitations et entreprises, aux agrégés, etc. Leur médiatisation ne rend pas compte des réalités structurelles de l'agriculture marocaine. Notamment le fait que l'agriculture familiale de moins de 5 ha correspond à environ 70% des exploitations agricoles (RGA, 1996). Dans le PMV cette catégorie est considérée dans le cadre du Pilier II. Sa médiatisation ne rend pas compte des défis

majeurs et complexes que connaît l'agriculture familiale au Maroc qui a ses propres rationalités (Mahdi, 2016) et qui adopte les projets pilier II proposés tout en les négociant par rapport à ces rationalités (Kadiri, 2020 ; Abdellaoui et al., 2015 ; Faysse et al., 2015b).

La recherche scientifique a produit des données empiriques qui diversifient les profils des agriculteurs et des enjeux qui concernent à la fois les acteurs locaux et la politique agricole (Akesbi, 2012). Particulièrement, des études existent autour de profils spécifiques d'agriculteurs. Par exemple, les jeunes ruraux sont assez documentés (Faysse et al., 2015a ; Ftouhi et al., 2015 ; Bossenbroek et Kadiri, 2016) et rendent compte de la place des jeunes dans le développement agricole et rural. Ces jeunes ne sont pratiquement médiatisés qu'à partir de 2017 suite aux assises annuelles de l'agriculture et 2018 après le Discours du Roi à l'ouverture de la session parlementaire. Les deux moments ont permis la mise sur agenda de la question de la jeunesse rurale.

Un autre exemple est relatif à la catégorie des ouvriers agricoles qui n'est médiatisé que suite à des événements malheureux les concernant, comme les accidents de route ou récemment pendant la pandémie de la Covid-19 quand une unité de conditionnement où travaillent majoritairement des ouvrières, est devenue un foyer pandémique. Ces événements ont été repris à grande échelle et systématiquement par les médias, y compris ceux que nous avons analysés.

La tristesse de ces événements a fait que leur médiatisation a porté sur les conditions de vie et la précarité des ouvrières. Le lien avec le Plan n'a pas été mis en évidence. Toutefois, cette médiatisation ne rend pas compte de la place qu'occupe les ouvrières et ouvriers agricoles dans le développement agricole. Pourtant, en dehors de cette médiatisation ponctuelle dans le temps, des recherches ont documenté finement les histoires vécues de ces ouvrières

au Maroc (Bossenbroek, 2019 ; Bossenbroek et Ait Mous, 2016).

La durabilité dans le PMV : un traitement médiatique de l'économie d'eau

Parmi les 130 articles étudiés, 42% traitent du volet durable du PMV. Ceci pourrait s'expliquer, par exemple, par la COP22 qui s'est déroulée à Marrakech et qui a mis les stratégies du Maroc, en termes de lutte contre le changement climatique, au centre des médias internationaux. Cet événement avait guidé la production médiatique autour de la question de la durabilité, reliant ainsi production médiatique autour du Plan Maroc Vert à des événements publics particuliers.

Notre objectif n'est pas de qualifier les impacts du changement climatique ni l'étendue de la réponse des politiques publiques, qui a d'ailleurs été mise en avant en 2019 par le Conseil Économique, Social et Environnemental du Maroc et qui a tiré la sonnette d'alarme quant à l'extrême gravité de la situation hydrique (CESE, 2019). Pour nous, il s'agit surtout de saisir le contexte de médiatisation du Plan Maroc Vert en prenant l'exemple de la durabilité.

En effet, la médiatisation de la durabilité dans la politique agricole PMV se caractérise d'abord par une large exposition médiatique des mesures mises en place (stratégies, programmes et subventions) en faveur d'une agriculture durable ; « *Le PMV a enclenché une série d'initiatives pour aider les agriculteurs, en particulier dans les régions reculées et les campagnes, à continuer à subvenir à leurs besoins quotidiens à travers une exploitation rationnelle des ressources selon une approche fondée sur la durabilité* » AgriMaroc, le 23/03/2017.

Dans le même ordre d'idée, l'analyse du corpus médiatique renvoie à une médiatisation de la subvention liée au goutte-à-goutte comme étant la figure de proue de l'action des politiques publiques en matière de durabilité. De plus, cette action est conçue pour favoriser l'adoption de l'irrigation localisée par les « individus introduisant cette technologie », voire « les groupements qui l'introduisent collectivement », et cela sans rendre compte, par exemple, du fait que cette technologie, si elle permet une certaine économie à la parcelle, elle est loin d'être durable en termes d'économie aux échelles de l'exploitation agricole et du territoire (Benouniche et al., 2014 ; Molle et Tanouti, 2017). Par conséquent, la médiatisation présente la technologie par son aspect de performance telle que présentée par les politiques publiques et non pas comme une problématique transverse qui dépasse l'échelle de la parcelle.

La représentation médiatique du PMV se caractérise ensuite par un cadrage préventif du risque de la dégradation des ressources naturelles et de la fragilité des systèmes de cultures et d'élevage. En effet, les discours de sensibilisation se multiplient : « *Le changement de comportement des consommateurs d'eau est également décisif. L'idée est de renforcer la prise de conscience des enjeux de l'exploitation des ressources hydriques. Une campagne de sensibilisation est prévue* » L'Économiste, le 07/06/2018. Ou encore : « *Les petits agriculteurs jouent un rôle immense pour relever le défi de l'agriculture durable, en ce sens qu'ils représentent la base de la pyramide, une base large constituée de milliers de producteurs. L'enjeu de leur conversion vers un souci accru de durabilité est immense* ». Le Matin, le 16/04/2019.

La presse marocaine tient par ailleurs des discours alarmants qui laissent entendre, entre autres, que le stress hydrique menace le

Maroc. Une attention particulière est accordée à la sensibilisation afin de renforcer la conscience liée à l'importance de la préservation des ressources en eau et la rationalisation de son utilisation. L'idée est de faire prendre conscience aux Marocains de leur responsabilité dans la surconsommation de l'eau de façon à atténuer le problème en disciplinant leurs pratiques quotidiennes. À cet effet, les médias contribuent à la « doxa sensibilisatrice » (Boudes, 2017), ce qui fait de la question de l'agriculture durable une affaire prioritairement individuelle, déresponsabilisant implicitement le rôle des politiques publiques.

À cet égard, nous avons pris les exemples du site informationnel spécialisé en agriculture AgriMaroc et le quotidien économique l'Économiste, puis avons analysé le traitement médiatique de la question de la gestion des ressources hydriques agricoles dans 17 articles traitant de la durabilité dans le PMV. La figure 2 montre que la question des ressources hydriques agricoles reste liée particulièrement à trois domaines : sensibilisation, irrigation et surexploitation des eaux souterraines.

Primo, une forte cooccurrence (60%) existe avec les expressions liées notamment au « comportement des consommateurs », à la « prise de conscience » et à la « sensibilisation des petits agriculteurs ». Secundo, l'irrigation, dans ce qu'elle permet en termes « d'augmentation des revenus des petits agriculteurs », de « production agricole », « d'amélioration de la gestion de l'eau face à la sécheresse », « de sécurité alimentaire », etc., est mise en avant dans les articles étudiés (30%). Tertio, une faible cooccurrence (10%) existe avec les expressions liées notamment à une « exploitation excessive des ressources hydriques », « surexploitation des eaux souterraines », etc.

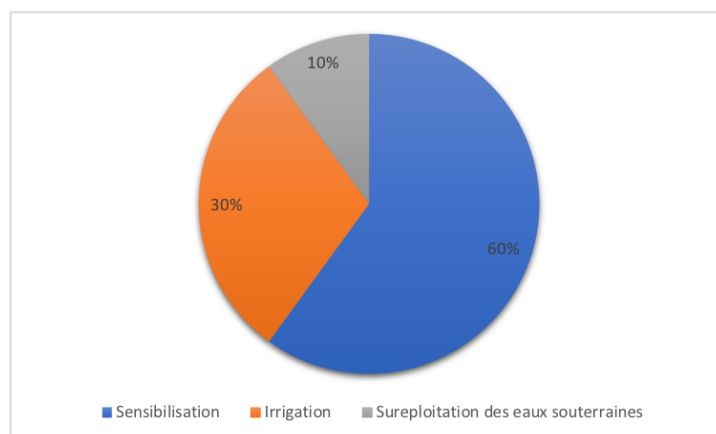


Figure 2. Traitement médiatique de la gestion des ressources hydriques agricoles dans le cadre du PMV

Sur les 17 articles, 10 mentionnent que la cause du stress hydrique est le comportement des agriculteurs et ne mentionnent pas le rôle de l'État dans la dynamique de non-durabilité. Sur les 55 articles traitant du volet durable du PMV, 37 articles vantent les politiques publiques d'accompagnement vers plus de durabilité sans analyse critique.

Ceci rejoint une idée souvent mise en relief par le programme étatique d'économie d'eau d'irrigation selon laquelle les agriculteurs ont des pratiques non durables et le rôle de l'État est d'accompagner un changement de ces pratiques. Toutefois, quid du rôle des politiques publiques dans cette non-durabilité ? Quid des initiatives mises en place en vue d'appuyer le développement de l'agriculture irriguée intensive à base d'eau souterraine dans des zones où l'aquifère est déjà surexploité ?

Une autre manière de neutraliser les dimensions politiques du risque de la dégradation des ressources naturelles est d'occulter les causes structurelles au détriment des conséquences. En effet, la médiatisation du PMV privilégie l'illustration des problèmes à l'explication de leurs causes. « *Nous communiquons beaucoup sur les dégâts environnementaux (dégradation des sols,*

raréfaction des ressources en eau, enjeux énergétiques, etc.), mais très peu sur leurs causes (agriculture intensive et productiviste) », souligne une community manager qui gère les réseaux sociaux de l'un des journaux étudiés.

Évolution des pratiques de médiatisation : les sources d'information des journalistes

Les pratiques journalistiques à l'épreuve des sources

Les logiques du traitement médiatique du PMV sont appréhensibles en prenant en considération, entre autres, le pouvoir des sources journalistiques (Ringoot et Ruellan, 2006). En effet, l'analyse des articles de presse montre que les mêmes sources sont systématiquement reprises par la grande majorité des journaux étudiés ; 75% des 130 articles étudiés reposent uniquement sur les publications officielles du ministère de l'agriculture vu qu'il s'agit d'une « source autorisée en raison de sa position, son pouvoir

institutionnel et l'autorité de son discours. Les sujets traités sont souvent écrits, soit à la suite des conférences organisées par le ministre de l'agriculture, soit d'après la documentation du ministère à ce sujet », affirme un responsable de l'un des journaux étudiés. Ceci est exprimé d'une autre manière par un ex-journaliste : *« La plupart des journaux, si je ne dis pas tous, reflètent la position officielle ».*

Toutefois, *« en tant que journalistes, nous faisons de notre mieux pour nourrir la pluralité des points de vue sur la stratégie agricole et aller voir là où la source officielle consultée craigne d'élucider »,* souligne une journaliste. Ceci dit, des journalistes tentent de s'arrimer le plus fidèlement possible au point de vue officiel, tantôt par évitement d'ennuis, tantôt par obligation d'immédiateté.

Cela a été exprimé par un journaliste reporter d'images que nous avons interviewé : *« les contraintes de la pratique journalistique au Maroc sont liées à l'injection du facteur politico-économique dans les lignes éditoriales et par le biais de la publicité ».* Il renchérit : *« Les ventes ne couvrent pas les dépenses des journaux. C'est bel et bien l'hybridation de l'économie avec la politique qui pousse les rédactions à se positionner politiquement en faveur d'une personnalité ou d'une institution afin de maintenir les contrats de publicité et pouvoir payer les factures de fin du mois. C'est une façon de propagande prépayée ».* En outre, parmi les journaux étudiés existe ceux qui appartiennent à des hommes politiques. Dans ce cas, le risque de conflit d'intérêts et la question d'un pluralisme d'opinions restent source d'inquiétude.

D'autre part, en dépit des efforts fournis par le milieu journalistique pour soumettre la production de l'information liée à la politique agricole marocaine aux seuls impératifs intellectuels, l'activité journalistique peut se heurter à des contraintes techniques d'immédiateté. *« Aujourd'hui, les faits doivent*

être rapportés de façon instantanée, chose qui est accrue par les nouvelles technologies, particulièrement les réseaux sociaux » souligne un ex-journaliste.

Néanmoins, d'autres journalistes croient qu'il revient à eux de mettre à distance le point de vue officiel en vérifiant l'information avancée, en la recoupant avec d'autres sources et en optant pour l'investigation. Or, la bonne volonté ne suffit pas. Le journalisme d'enquête est caractérisé par une rareté dans le traitement médiatique du PMV. En effet, tous les journalistes interviewés s'accordent à dire que le contexte marocain n'est pas propice à des recherches approfondies sur le Plan Maroc Vert. *« C'est très difficile de travailler sur l'agriculture et le rural au Maroc ; l'information est plus ou moins inaccessible »,* souligne un journaliste pigiste ayant rédigé des articles dans deux des journaux étudiés.

De plus, la réalisation d'une enquête a un coût et nécessite un temps considérable. *« Les médias marocains évaluent la productivité d'un journaliste par le nombre d'articles produits dans une période déterminée »* précise un journaliste. Pour ce qui est du journalisme de données, le plus dur est d'avoir accès aux statistiques agricoles. *« Il est très difficile de trouver des statistiques agricoles récentes au Maroc. Mais, dès que j'arrive à avoir les chiffres, j'entame le traitement et le recoupement des données »* souligne un Data-journaliste ayant rédigé un article qui met en perspective l'écart entre programmes et actions du PMV. D'ailleurs, les dernières données officielles autour du secteur agricole datent du recensement général Agricole (RGA) de 1996, car les données du RGA de 2016 n'ont pas encore été rendues publiques au moment de l'écriture de cet article. C'est dire aussi que la disponibilité de données systématisées et valorisables pour les journalistes est difficile.

Enfin, le moment de médiatisation très important autour du Plan Maroc Vert

correspond à la tenue du Salon International d'Agriculture de Meknès (SIAM) qui se tient au printemps de chaque année. Sa tenue est devenue l'événement incontournable de mobilisation des professionnels, des pays partenaires, des visiteurs et des assises de l'agriculture. Ces assises sont fortement suivies par la presse qui en tire les données « médiatisables ».

En effet, le SIAM et les assises connaissent l'annonce par le Ministère de l'agriculture des chiffres clés de la campagne agricole en cours, les réalisations annuelles, etc. Là aussi, le produit médiatique s'en tient uniquement à ces données que nous pouvons qualifier de « macro-réalisations » du fait qu'elles n'analysent pas ces réalisations et se tiennent uniquement à les annoncer.

In fine, la consultation des sources officielles et organismes publics fait émerger une « routine journalistique » (Molotch et Lester, 1996) quant à la médiatisation du PMV, une routine qui reste plus facile et moins coûteuse qu'une investigation et des recherches approfondies sur le terrain.

Le journaliste agricole à l'aune des transformations du métier

Les manières d'écrire et de publier les informations qui proviennent des sources officielles, des organismes publics ou encore des enquêtes de terrain, se différencient entre journalistes généralistes et journalistes spécialisés. Les journalistes généralistes sont généralement factuels dans leur traitement de l'information tandis que les journalistes spécialisés rapportent « la complexité de la réalité » (Esquenazi, 2002, pp. 30 - 32).

« Rares sont les journalistes marocains spécialistes du domaine à même de fournir aux lecteurs des informations crédibles pour leur permettre de se départir des chiffres avancés par les sources officielles et qui ne reflètent pas

souvent la réalité sur le terrain », précise un journaliste. Par ailleurs, les journalistes généralistes sont considérés comme des journalistes capables de répondre correctement aux multiples exigences et besoins des journaux dans lesquels ils travaillent. « Une carte de Joker n'est-elle pas mieux qu'une carte de trèfle ? », plaisanta un journaliste interviewé.

Aucun des journalistes interviewés n'est spécialisé en agriculture. Toutefois, il existe parmi les 130 articles étudiés des analyses et enquêtes produites par des économistes (Najib Akesbi, 2015), sociologues (Lisa Bossenbroek et Hind Ftouhi, 2020), enseignants-chercheurs (Mohamed Taher Sraïri, 2018), docteurs vétérinaires et agriculteurs (Yassine Jamali, 2018) et journalistes indépendants (Rachid Elbelghiti, 2018) qui, eux, contribuent sous forme de tribunes, analyses ou encore interviews aux journaux étudiés.

Enfin, il y a aussi bien un manque de spécialisation de journalistes dans le secteur agricole marocain, qu'un manque de spécialisation quant aux supports. Dans les sept titres de presse étudiés, le seul spécialisé en agriculture est AgriMaroc. « Il ne faut pas oublier que le journalisme au Maroc n'est pas aussi développé en termes de spécialisation », souligne un journaliste.

Discussion

L'emprise du journalisme se définissait comme l'influence que les mécanismes d'un champ journalistique, de plus en plus soumis aux exigences du marché, exercent à la fois sur les journalistes et sur les différents champs de production culturelle (Bourdieu, 1994). L'objet, ici, n'est pas le pouvoir du journalisme comme « quatrième pouvoir », « contre-pouvoir » ou encore « acteur de la fabrication de la politique agricole marocaine ». Cette vision réduit le

pouvoir des médias à un simple effet mécanique et unilatéral alors qu'il repose sur un ensemble complexe d'interactions entre journalistes et acteurs des politiques publiques (Nollet, 2009). Il s'agit ainsi de garder à l'esprit l'approche qui construit le champ journalistique comme un « espace stratégique » (Marchetti, 2000) et le situe dans un ensemble de relations avec d'autres espaces sociaux, tout en décortiquant et défilant les processus de médiatisation de la politique agricole Plan Maroc Vert.

Par ailleurs, les transformations actuelles du champ journalistique (poids croissant d'Internet, adéquation du journalisme à la société de l'information (Badillo, 2005), instantanéité et immédiateté, etc.) focalisent les débats sur les évolutions des médias et les conditions de travail des journalistes, notamment en termes de publicisation des politiques publiques. C'est à cette question qu'est consacrée cette étude, en l'interrogeant sous l'angle de la « dépolitisation » du PMV.

En effet, la production d'un cadrage dépolitisant s'explique moins par une intention explicite des journalistes que par leurs conditions de travail et leurs contraintes professionnelles ; nous notons, à cet égard, la dépendance aux sources d'information officielles, le manque d'investigation, les exigences d'immédiateté ou encore les contraintes économiques et politiques qui pèsent sur la médiatisation du PMV. D'ailleurs, la position qu'occupe le champ journalistique est ambivalente dans le sens où ce dernier est à la fois puissant dans ses effets mais se trouve dominé ou contrôlé dans son fonctionnement par d'autres champs économique et politique. « *La presse est devenue une chose trop sérieuse pour être laissée aux seuls journalistes* » (Champagne, 1995).

Dans un autre contexte, celui des journaux télévisés du soir de TF1 et France 2 entre 1997 et 2007, Jean-Baptiste Comby met en lumière

des appropriations journalistiques dépolitisées des enjeux climatiques. En effet, plusieurs formes de dépolitisation des questions climatiques ont été identifiées (Boudes, 2017), à savoir : un consensus qui masque les controverses, une individualisation des responsabilités qui masque les solutions collectives et une sensibilisation aux enjeux climatiques qui met en quotidienneté le problème climatique.

Bien que les formes de dépolitisation diffèrent d'un contexte à l'autre, les résultats de notre étude laissent entendre que les médias étudiés cherchent moins à faire comprendre qu'à faire prendre conscience de la question de développement durable en lien avec l'agriculture. Il serait, à cet égard, intéressant d'analyser, dans d'autres travaux, la perception que portent les journalistes sur l'aspect durable du PMV en particulier, l'agriculture durable en général.

Enfin, les médias écrits, en favorisant un processus de dépolitisation, associent les enjeux de la stratégie agricole PMV à des questions autres que politiques telles que les pratiques non-durables des agriculteurs, voire au changement climatique associé à l'irrégularité des pluies. Mais finalement, ceci n'est-il pas en lui-même un acte politique ?

Conclusion

En mettant le traitement médiatique de la politique agricole PMV au cœur de l'analyse, cet article interroge les modalités de la publicisation de ladite politique, tout en prenant comme exemple le traitement du volet de la durabilité. Aujourd'hui, la presse marocaine subit une pression remarquable due à une interférence de deux contraintes politiques et économiques manifestées sous des subventions, des annonces administratives

ou encore une publicité ôtée ou attribuée aux entreprises de presse (Hidass, 2016).

Les sources consultées se contentent généralement des sources officielles laissant peu de place aux voix dissonantes et la spécialisation fait encore défaut dans le travail journalistique. Ceci n'est pas sans incidence sur la médiatisation du Plan Maroc Vert. À cet effet, le produit médiatique autour de ce Plan prend des formes responsabilisant l'individu et désresponsabilisant, de fait, le rôle de l'État ; ces formes portent essentiellement sur la sensibilisation et l'individualisation des dégâts environnementaux ainsi qu'une mise en avant des conséquences et dissimulation des causes structurelles, bien au contraire la médiatisation rend visible les réalisations du Plan et non ses défis et ses effets négatifs par exemple.

Aujourd'hui, la discussion du traitement médiatique du Plan Maroc Vert devrait être prise en considération afin d'engager des réflexions qui mettent en relief l'articulation entre les politiques publiques et la médiatisation de ces dernières. Par exemple, le journalisme agricole, si nous pouvons le qualifier comme tel, reste faiblement représenté dans l'espace public. Il convient à ce que la presse laisse plus de place au traitement de ce secteur qui est au centre des enjeux sociétaux car la population rurale y représente environ 40% et l'économie marocaine est fortement dépendante du PIB agricole.

Dans l'espace public, certaines radios, voire des chaînes télévisées, prennent de plus en plus de place en proposant des émissions autour des problématiques agricoles, sans pour autant être dédiées systématiquement à l'analyse du Plan. Pour le favoriser, le recrutement de jeunes ingénieurs intéressés par les débats d'actualité peut être une forme de mobilisation de compétences avisées. Cela se fait dans d'autres pays où il suffit d'une formation d'appoint en journalisme au profit d'une personne déjà qualifiée et ce, afin qu'elle opère

dans ce secteur sous l'encadrement de journalistes expérimentés.

Par ailleurs, malgré l'effet accélérateur d'internet sur la rapidité et la mobilisation de l'information, les titres de presse sont encore en décalage avec cette réalité en ce qui concerne l'information dans le secteur agricole. En effet, aujourd'hui les dépêches et les communiqués sont certes une source autorisée et institutionnelles, mais ces titres ne semblent pas en mesure de mobiliser tout le potentiel du numérique et des réseaux sociaux. Par exemple, il n'y a pas besoin de déplacements pour visiter des projets agricoles, la mobilisation d'informateurs et des outils à distance peut rendre la disponibilité d'information pertinente et réelle sur les expériences vécues par les acteurs.

Enfin, une alternative que nous pouvons préconiser est l'encouragement du journalisme scientifique dans le traitement médiatique du PMV et de la politique agricole marocaine, en mettant notamment les produits de la connaissance scientifique, des enquêtes de terrain, à la disposition d'un public muni d'un minimum d'instruction et d'information. D'ailleurs, cela reprend un débat « classique » sur la place du scientifique dans la société et comment peut-il contribuer aux débats sociétaux. À cet effet, des chercheurs se prêtent à l'exercice de l'écriture « vulgarisée », de type journalistique, et publient des tribunes qui reflètent les résultats de leurs recherches empiriques, voire leurs positions scientifiques par rapport aux politiques publiques.

À cet effet, nous citons à titre indicatif « *Le plat marocain est tributaire du pain et rien ne dit que cela changera demain* » (Zakaria Kadiri, 2020) publié dans *Analyz Infos*, « *Repenser les priorités de l'agriculture marocaine, à l'ère post Covid-19* » (Mohamed Taher Srairi, 2020) et « *Pluie : La joie du monde rural rapportée par un sociologue et un ingénieur agronome* » (Solène Paillard, 2021) publiés dans *Médias24*,

ou encore « *Najib Akesbi : le Plan Maroc Vert ? De la pure propagande !* » (El Mehdi Berrada, 2015) publié dans *Le Desk*. Ces pratiques demeurent très peu nombreuses et devraient être encouragées par les médias afin de pallier le manque de journalistes d'investigation et de journalistes agricoles spécialisés.

Remerciements

Cette recherche a été réalisée dans le cadre du projet VIANA financé par ARIMNet2 (ERANET) via le SEESRS (Maroc), l'ANR (France) et le FNRSdT/DGRSDT (Algérie).

Références

- Abdellaoui E, Kadiri Z, Kuper M, Quarouch H, 2015. [Composer avec l'État : voies d'engagement des jeunes diplômés dans l'agriculture au Maroc](#). *Cahiers Agricultures* 24(6) : 356-362.
- Akesbi N, 2012. [Une nouvelle stratégie pour l'agriculture marocaine: Plan Maroc Vert](#). *New Medit* 11(2) : 12.
- Badillo PY, 2005. [De la parfaite adéquation du journalisme à la « société de l'information »...](#) *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2005(1) : 9-17.
- Benouniche M, Kuper M, Hammani A, Boesveld H, 2014. [Making the user visible : analysing irrigation practices and farmers' logic to explain actual drip irrigation performance](#). *Irrigation Science*, 32(6) : 405-420.
- Berrada EM, 2015. [Najib Akesbi : le Plan Maroc Vert ? De la pure propagande !](#) *Le Desk*, 18 décembre.
- Bossenbroek L, Ait Mouss F, 2016. [Défis des jeunes ouvriers agricoles](#), *Economia* 27 ; p. 35 – 39.
- Bossenbroek L, 2019. [Les ouvrières agricoles dans le Saïss au Maroc, actrices de changements sociaux ?](#) *Alternatives Rurales* 7 : 97-110.
- Bossenbroek L, Kadiri Z, 2016. [Quête identitaire des jeunes et avenir du monde rural](#), *Economia* 27 : 46-49.
- Boudes P, 2017. La question climatique. Genèse et dépolitisation d'un problème public, de JB Comby. *Natures, sciences, sociétés*, 25.
- Bourdieu P, 1994. [L'emprise du journalisme](#). *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101(1), 3-9.
- Champagne P, 1995. [La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique](#). *Hermès*, 3-4 : 215-229.
- Comby JB, 2014. [L'individualisation des problèmes collectifs : une dépolitisation politiquement située](#). *Savoir/Agir*, 2: 45-50.
- Conseil économique social et environnemental, CESE, 2019, 26 septembre. [Le droit à l'eau et la sécurité hydrique, gravement menacés par un usage intensif](#).
- Elbelghiti R, 2018, 31 décembre. [المغرب العطش و البيطخ جغرافيا في "الفقر تنمية"...الأصفر](#).
- Esquenazi JP, 2002. *L'écriture de la réalité : pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble : PUG.
- Faysse N, Bouzidi Z, Kadiri Z, Abdellaoui E, Chattou Z, 2015a. [Les jeunes ruraux aujourd'hui](#). Edito. Alternatives Rurales, Numéro spécial, p 4-12.
- Faysse N, El Mkadmi S, Errahj M, 2015b. [Capacités d'action des agriculteurs dans les projets locaux de développement agricole au Maroc](#). *Revue Tiers Monde*, 244 : 143-162.
- Ftouhi H, Kadiri Z, Abdellaoui E, Bossenbroek L, 2015. [Partir et revenir au village. Mobilité non permanente des jeunes ruraux dans la région](#)

[du Saïss \(Maroc\)](#). *Cahiers Agricultures* 24(6) : 372-378.

Hassenteufel P, Smith A, 2002. [Essoufflement ou second souffle ? L'analyse des politiques publiques « à la française »](#). *Revue française de science politique*, 52(1) : 53-73.

Hidass A, 2016. [Quand « l'exception » confirme la règle. L'encadrement juridique de la liberté de la presse écrite au Maroc](#). *L'Année du Maghreb*, 15 : 29-44.

Kaiser J, 1963. *Le quotidien français*. Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

Kadiri Z., 2020. [Imprévisible et bricolée : la modernisation rurale et agricole au Maroc](#). *Hesperis – Tamuda Vol 55 (Fasc 4)*, pp. 131-158.

Kadiri, Z. (2020, 28 juin). [Le plat marocain est tributaire du pain et rien ne dit que cela changera demain](#). Analyz infos.

Lacombe D, Marteu E, 2015. [Une « dépolitisation » de l'action collective des femmes ? Réflexions croisées sur le Nicaragua et la Palestine](#). *L'Homme & la Société*, 4(4) : 127-148.

Mahdi M, 2016. Paysannerie d'autrefois et d'aujourd'hui : Concept et réalité. In: S. Raouf & M. Strehl (eds) *Petites Paysanneries au nord et au Sud de la Méditerranée – Questions de méthodes II*. Paris: Ed. Publisud.

Marchetti D, 2000. Les révélations du "journalisme d'investigation". *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131 : 1-30.

Molle F, Tanouti O, 2017. [La micro-irrigation et les ressources en eau au Maroc : un coûteux malentendu](#). *Alternatives Rurales*, 5 : 22-39.

Molotch H, Lester M, Gamberini MC, 1996. [Informer : une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements](#). *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 14(75) : 23-41.

Nollet J, 2009. Politiques publiques et médias. *Dictionnaire des politiques publiques*, 467-475.

Paillard S, 2021. [La joie du monde rural rapportée par un sociologue et un ingénieur agronome](#). *Medias24*, 14 janvier.

Ringoot R, Ruellan D, 2006. Pairs, sources et publics du journalisme. In : *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*. PUG, p. 63-77.