



• **BIO DE PROVENCE** •
ALPES • CÔTE D'AZUR
Les Agriculteurs **BIO** de PACA

Collection « Mini-Guide Filière Oléiculture bio »
Edition 2015



Mini-Guide oléiculture bio :
Huiles d'olive, olives de table et pâtes d'olives



La filière oléicole (huiles d'olive et préparations...)

Sommaire	p.2
I. Contexte et enjeux de la filière	p.3
II. Zoom filière oléicole	p.4
1/. La production des vergers oléicoles en PACA : Chiffres clés	p.4 à 6
2/. Une grande diversité de variétés, d'appellations et d'utilisations	p.6 à 7
3/. Organisation de la production d'huiles d'olives en PACA : les différents acteurs	p.7 à 9
III. Produire des olives	p.10
Conseil et Références techniques ; Appui et Animation	p.10 à 11
IV. Vendre ses huiles d'olives et préparations	p.11
1/. Le marché des huiles d'olives bio	p.12 à 17
2/. La trituration des olives : Trouver un prestataire à façon	p.18 à 26
3/. La fabrication de produits dérivés : Liste de confiseurs à façon (petites séries)	p.26 à 27
4/. Commercialiser et vendre (tous circuits de ventes) : choisir un mode de vente ; débouchés commerciaux...	p.27 à 34
5/. Consommation et lieux d'achats	p.34 à 36
V. Infos réglementaires	p.37
1/. Les règles d'étiquetage des olives de table (Réglementation, normes commerciales)	p.37
2/. Les Cotisations Volontaires Obligatoires (CVO)	p.37 à 38
VI. Liens et Infos utiles	p.38



Oliveraie – Moulin du Luberon (Volx)



Fontaine à huile ou Bib (3 litres)

I. Contexte et enjeux

1/ Problématique actuelle de la filière oléicole régionale

La production française d'huile d'olive bio est encore limitée en volumes. Elle n'est pas assez compétitive en terme de coûts de production et de prix de vente attractifs, pour répondre à la forte demande et consommation d'huile d'olive bio, majoritairement d'origine non française (huiles d'olives bio originaires du bassin méditerranéen : Espagne, Sicile, Grèce, Tunisie, Turquie...).

2/ Enjeux

- **La maîtrise technique** (en culture, conservation et transformation post-récolte) **compatible avec l'AB** : Bien maîtriser les nouvelles techniques de lutte ; de protection des vergers d'oliviers, ainsi que les techniques de première transformation comme la désamérisation (fabrication d'olives de table sans soude) et la fabrication de produits finis (préparations à base d'olives). Choisir et s'équiper en outils (coût des installations ; contraintes de certification qualité ; trouver de la prestation de trituration lorsque l'on n'est pas oliveron ; voire de la prestation de fabrication de produits à base d'olives...).
- **La qualité organoleptique** des huiles d'olive bio : ce qui suppose de bien définir le type d'huile d'olive à vendre, ses critères gustatifs (fruité, fruité vert, fruité mûr...), sa typicité ; de recourir si besoin à l'analyse sensorielle pour évaluer les caractéristiques de chaque huile d'olive, afin de pouvoir communiquer dessus, auprès des clients consommateurs.
- **L'information sur le produit** pour conquérir de nouveaux consommateurs : Qualité organoleptique et santé ; déclinaison des différents fruités (vert ; mûr ; noir) en fonction des utilisations culinaires...
- **La mise en avant** des huiles d'olive : choix du/des contenant(s) (type de bouteille, étiquettes et bouchons) ; la communication (marketing produit). L'huile d'olive certifiée AB peut être conditionnée en bouteille verre de différentes contenances, mais aussi en bidons (0,5 litre ; litre) et fontaines à huile.
- **Savoir se démarquer commercialement**, en combinant la production et/ou la transformation (cas de l'oliveron), par le choix d'un conditionnement adapté à l'huile d'olive ; la mise en avant et la vente de ses produits dans un marché étroit, avec un produit « artisanal et de luxe ». Jouer sur la complémentarité, la synergie entre terroirs ; s'inscrire ou non dans une démarche d'appellation (AOC/AOP/AB).
- **Le marché de l'olive** : plusieurs débouchés sont à prendre en compte en fonction du produit final à vendre et de la cible visée : huile d'olive ; olives de bouche ; pâtes d'olives et tapenades ; résidus de l'olive (poudre de noyaux d'olives ; grignons).



3/ Organisation de la production d'huiles d'olives en PACA

a/ Les acteurs de la filière

Plusieurs acteurs interviennent, de la plantation jusqu'à la vente des huiles d'olives.

❖ *Les pépiniéristes* multiplient les oliviers. Seul, le pépiniériste Martre (Alès) vend des oliviers, dont la technique se rapproche le plus, de celle du bio.

❖ *Les oléiculteurs* cultivent les oliviers, répartis dans cinq des six départements.

- Certains appelés « Domaines » élaborent leur huile et vendent eux-mêmes leur production, auprès de particuliers, magasins bio/de producteurs, à des importateurs, via Internet...

- D'autres oléiculteurs confient la fabrication et la vente de leurs huiles d'olives à une coopérative oléicole, dont ils sont adhérents. Ces coopératives développent une gamme en bio pour la vendre au caveau, en magasins spécialisés, épiceries fines, à l'export (pays nordiques, Asie...)

❖ *Les mouliniers* extraient l'huile des olives, dans leur moulin à huile (trituration).

Certains moulins privés fabriquent exclusivement leur propre huile issue du « Domaine ». D'autres mouliniers travaillent aussi à façon pour le compte d'oléiculteurs bio (prestation de trituration). C'est le cas de plus d'une cinquantaine de moulins certifiés bio en PACA répartis en majorité dans les Bouches du Rhône, puis en Vaucluse, dans le Var, les Alpes Maritimes et les Alpes de Haute Provence.

❖ *Les négociants* réalisent ensuite le négoce de l'huile d'olive et des olives de table. Parmi eux, certains sont des *assembleurs* qui achètent des lots et fabriquent leurs propres produits, étiquetés à leur marque. **Ex** : L'huilerie Emile NOËL (Gard).

❖ *Les confiseurs* (une cinquantaine au total*) préparent les olives de table (vertes, semi-mûres, mûres) dans leur confiserie, selon divers modes de préparation (nature, pimentée, « cassée »...) ; ainsi que les pâtes d'olives. On ne compte que trois confiseurs certifiés AB en Vaucluse.* Source AFIDOL.

b/ Quelques points de repères



Moulin Terre de Mistral

Quelques chiffres clés :

Olive de table : Prix d'achat de 0,80 €/kg (en conventionnel) contre 1,50 €/kg (en bio).

Huile d'olive :

✓ Prix d'achat en Espagne à 1,65 €/litre (conventionnel) et à 3€/litre (en bio).

✓ Prix d'achat huile d'olive bio française : 7€ à 9€/litre.

Source : JTE oléiculture bio du 8/03/2011

Rendements comparatifs :

France : 20 à 30 kg d'olives par arbres.

Espagne : 300 à 400 kg d'olives/arbres.

Rendements moyens en France :

✓ Verger en sec : 2 tonnes d'olives/Ha

✓ Verger irrigué : 3 tonnes /ha (maxi : 5 tonnes /Ha conduit en intensif).

Source : Centre Technique de l'Olivier. JTE Oléiculture bio du 8/03/2011

IV – Vendre ses huiles d’olive et préparations

Que l’on soit en domaine privé ou membre d’une coopérative oléicole, la commercialisation de son/ses huiles d’olives ne s’improvise pas. Il est important de bien avoir en tête les éléments clés de ce marché. Voir les graphes ci-après, issus du service Economie & règlementation de l’AFIDOL.

1/ Le marché des huiles d’olive bio

2/ La trituration des olives : Trouver un prestataire à façon

La trituration est une étape primordiale effectuée par le moulinier. Par la suite, l’oléiculteur peut aussi envisager la **fabrication de préparations à base d’olives** (au domaine ou en ayant recours à de la prestation à façon). Tous les oléiculteurs bio ne sont pas forcément équipés d’un moulin. Ils vont donc rechercher un moulinier agréé en bio et capable d’effectuer pour leur compte, la trituration de leurs olives et la fabrication de leur huile d’olive.

En France, on trouve environ 220 moulins à huile répertoriés (bio et/ou non bio)*, dont plus de la moitié est localisée dans notre région. Ce qui représente en PACA, **plus d’une cinquantaine de coopératives oléicoles et de moulins certifiés AB** qui fabriquent de l’huile d’olive dans notre région. Certaines d’entre elles ont une activité annuelle, alors que les moulins oléicoles ne fonctionnent que deux à trois mois par an, souvent grâce aux apports d’oléiculteurs, complétés par des lots de particuliers (non agriculteurs). *Sources : Coop de France / AFIDOL (carte oléicole) /Agence Bio.

Parmi eux, on recense des mouliniers certifiés en AB qui proposent de la prestation de trituration à façon (opération consistant à extraire l’huile des olives). Ces moulins se concentrent plus fortement dans les départements producteurs d’olives, notamment dans les Bouches du Rhône - premier département oléicole en région PACA (près d’une vingtaine de moulins et coopératives, certifiés AB) ; le Vaucluse (11 moulins & coop) ; le Var (10 moulins & coop) ; les Alpes Maritimes (8 moulins & coop) et les Alpes de Haute Provence (6 moulins).

3/ La fabrication de produits dérivés (pâtes d’olives, tapenades, poudre de noyaux d’olives) : Liste de confiseurs à façon (petites séries)

Faire confiser ses olives ou fabriquer sa pâte d’olive (tapenades, confits...) peut permettre aux oléiculteurs de valoriser une partie de leur production d’olives, tout en leur apportant une réelle valeur ajoutée. Dans notre région, quelques confiseurs certifiés bio – plutôt situés dans le Vaucluse - peuvent leur proposer de la prestation à façon sur des séries limitées. Ils sont identifiés par le pictogramme .

4/ Commercialiser et vendre (tous circuits de vente) : les opportunités de vente

L’objectif pour les oléiculteurs est de commercialiser leur(s) huile(s) d’olives, que ce soit en en bouteilles, en vrac (fût), bidons ou bib (Fontaine à huile ; Bag in Box ; « Oil in Box ») ; ainsi que les préparations à base d’olives et les olives de table.

Ce marché porteur est plutôt positionné sur la demande et la vente d'huile d'olives - comparé à celui de l'olive de table - plus marginal. Toutefois, il existe un réel créneau de vente* pour ces dernières et pour les préparations à base d'olives (tapenades, pâtes...). *auprès des magasins spécialisés.

Plusieurs modes de vente s'offrent aux oléiculteurs, que ce soit en vente directe ou en gros.

- **Vente au domaine** : Certains oléiculteurs ont aménagé sur l'exploitation agricole, un espace de vente – sous forme d'une boutique ou d'un caveau – pour recevoir la clientèle, qui peut acheter sur place de l'huile d'olive. La boutique à la ferme permet de valoriser une gamme d'huiles d'olives (fruitée, vert...), en lien avec d'autres produits bio locaux (vins...) : clientèle locale, touristes fidélisés ou non...

- **Sur les marchés de plein vent** : Les oléiculteurs doivent savoir se démarquer des revendeurs qui utilisent largement l'image « huile d'olive de producteurs » ou « huile d'olives de coopératives de producteurs », alors qu'il s'agit fréquemment d'huiles d'olives européennes ou non (Tunisie), reconditionnées sous appellation d'origine française. ☀ Halte à la fraude ! Des contrôles inopinés sont engagés par l'AFIDOL - sur les marchés forains - auprès de revendeurs qui s'affichent comme « producteurs ou coopérative de producteurs ».

- **Confiseurs/Huileries/Entreprises agroalimentaires** : ils cherchent des olives de table, de la pâte d'olives ; des huiles d'olives en gros volumes (fûts 200 kg ; container 900 kg), pour faire des assemblages.

- **Grossistes alimentaires et courtiers**, spécialisés ou non en bio (Rapunzel...).

- **Magasins collectifs d'agriculteurs /Groupements d'achats** : l'huile d'olive (bouteille, bidon ou bib*) ; les olives et dérivés sont le point fort du rayon épicerie. Ce qui permet une synergie avec les produits d'autres agriculteurs. *Bib : Bag in Box ou Fontaine à huile.

- **Auprès de distributeurs** (plateformes d'achat), **magasins spécialisés** (dont le réseau Biocoop).

- **Épiceries de luxe/boutiques produits régionaux** : elles sont intéressées par 1 à 2 références en bio, comme produit d'appel dans la gamme des huiles d'olives (typicité et terroir).

- **Export** : Certains courtiers, mais aussi des grossistes assembleurs achètent de gros volumes d'huiles bio en vrac, pour décliner une offre en bouteilles marketées, afin de servir les marchés d'Europe du nord (Royaume-Uni, Allemagne, pays nordiques).

VI - Liens et infos utiles

Filière oléicole et débouchés

BIO DE PROVENCE (Fédération régionale des groupements d'agriculteurs bio de PACA)

Tél : 04 90 84 03 34 - Site : www.bio-provence.org : Rubrique « Commercialiser en bio ». Contact : Claire RUBAT DU MERAC - Chargée de commercialisation (chiffres, Guide filière oléicole, JTE...). Mail : claire.rubatdumerac@bio-provence.org

L'utilisation de toute ou partie de ce document est soumise à l'accord de son auteur, à Bio de Provence : contact@bio-provence.org

Conception, contenu et rédaction effectués par Claire RUBAT DU MERAC - Chargée de Commercialisation – Bio de Provence

Document validé en l'état avec les Agribio départementaux et le CIVAM Oléicole de Vaucluse.

Crédit photos : Bio de Provence ; Agribio Var ; GRAB.

Sources : Annuaire professionnel de l'Agence Bio - Coop de France (Liste des moulins et coopératives certifiés) - AFIDOL - Sites professionnels Visites entreprises - Enquêtes & Contacts téléphoniques auprès des mouliniers/ccopératives oléicoles. MAJ : Nov 2015