

Incidence de la qualité sur la commercialisation

Wild M.

in

Allaya M. (ed.).
L'économie de l'olivier

Paris : CIHEAM
Options Méditerranéennes : Série Etudes; n. 1988-V

1988
pages 133-138

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI01.09.02>

To cite this article / Pour citer cet article

Wild M. **Incidence de la qualité sur la commercialisation**. In : Allaya M. (ed.). *L'économie de l'olivier*. Paris : CIHEAM, 1988. p. 133-138 (Options Méditerranéennes : Série Etudes; n. 1988-V)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Incidence de la qualité sur la commercialisation

Maurice WILD

*Service Spécial de l'Oléiculture
Ministère de l'Agriculture - France*

I - Définition - Information - Contrôle - Promotion

Les dénominations et définitions des huiles d'olives et des huiles de grignons d'olives font l'objet d'un avant-projet de modifications du Règlement 136/66 CEE. La position des importateurs et des producteurs d'huile d'olive en France se résume ainsi : réduire le nombre de dénominations et informer clairement le consommateur. Au stade du commerce de détail, il paraît souhaitable de limiter les huiles commercialisées aux dénominations suivantes :

- «Huile d'olive vierge extra»,
- «huile d'olive fine»,
- «huile d'olive»,
- «huile de grignons d'olive».

L'expression «huile d'olive pure» ne paraît devoir être maintenue que pour l'exportation. Les mentions «première pression à froid» - «produit naturel» - «huile d'olive vierge» constituent pour le consommateur des repères pour le choix d'une huile d'olive présentée dans les grandes surfaces. Quant à «l'huile d'olive» dont la définition est «huile constituée par un coupage d'huile d'olive raffinée et huile d'olive vierge dont l'acidité ne peut être supérieure à 1,5 gramme pour 100 grammes», il faut constater que le consommateur

français en achète peu. Il convient donc, sur le marché français, d'activer la promotion de l'huile d'olive vierge extra et de l'huile d'olive vierge fine.

Aux Etats-Unis, un effort d'information et de promotion sur l'huile d'olive vierge a conduit à une augmentation de la consommation d'huile d'olive vierge au détriment de l'huile d'olive pure. Les EUA évoluent favorablement et procèdent à des contrôles par spectrophotométrie.

Il faut constater l'heureuse évolution sur la Suisse, la Hollande et l'Allemagne où le consommateur commence à faire la différence entre huile d'olive vierge extra et huile d'olive pure.

La mise à la disposition par la CEE de moyens financiers destinés à une action de promotion de l'huile d'olive vierge en Allemagne et en Angleterre constitue une très bonne initiative. Elle doit s'accompagner de la distinction à établir par le Service des Douanes entre les tonnages «d'huile d'olive pure» et «d'huile d'olive vierge». Une période de 3 ans sera nécessaire pour connaître les effets de cette action de promotion.

Le Conseil Oléicole International (COI) a mené une action de promotion aux Etats-Unis et en Arabie Saoudite qui a donné d'heureux résultats.

Par ailleurs, il convient d'officialiser la dénomination «huile de grignons d'olives» : coupage d'huile de grignons raffinée et d'huile

d'olive vierge dont l'acidité ne peut être supérieure à 1,5 gramme par 100 grammes.

Il faut prendre garde aux tentations de mélanges entre huiles de graines et huile d'olive dans des présentations en bouteilles sous la dénomination «huile végétale pour assaisonnement». Ces mélanges sont interdits dans la plupart des pays.

A ce sujet, nous considérons que l'huile de grignons extraite par solvant se rapproche des huiles de graines et ne devrait pas être mélangée à l'huile d'olive vierge.

II - Importations et réexportations

La France produisant moins de 2 000 tonnes d'huile d'olive vierge doit importer pour satisfaire la consommation française qui est de 23 000 tonnes par an.

Les importations d'Italie, de Grèce se font sans problèmes. Venant de Tunisie, un contingent annuel est assorti d'un prélèvement stable. Ce contingent est limité.

Pour les huiles d'Espagne et du Portugal, un montant compensatoire de l'ordre de 5,80 F doit être payé par l'importateur. Par contre, l'aide à la consommation (6,03 F) est attribuée au conditionneur en France. Cependant, les délais importants de perception de cette aide (100 jours environ), oblige le négociant à faire l'avance financière.

La réexportation sur les pays tiers est soumise à la production d'un certificat d'exportation et d'une pièce douanière pour toucher le montant de la restitution qui est de 2,91 F par kilo. Si l'huile réexportée provient de pays tiers, elle ne peut faire l'objet d'une aide à la consommation.

Les réexportations d'huile se font sur 60 pays tiers, les tonnages sont peu importants. Citons les Etats-Unis : 250 tonnes par an, le Nigeria avec 100 tonnes par an et la Côte-d'Ivoire 55 tonnes par an, le Canada, le Pérou, le Japon, l'Arabie Saoudite, de l'ordre de 10 à 30 tonnes par an.

Les réexportations sur les pays de la Communauté (Hollande, Belgique, Angleterre, Danemark, Luxembourg, RFA) sont de l'ordre de 3 000 tonnes par an.

III - Production nationale et commercialisation

La production nationale française est constituée uniquement d'huile d'olive vierge. En effet, des grignons contenant 3 à 5 % d'huile d'olive sont utilisés comme source d'énergie dans les serres florales (2,5 kg de grignons équivalent à 1 kilo de fuel au plan calorifique). Cette pratique mérite d'être soulignée et encouragée. Notons qu'il n'existe pas en France d'usine d'extraction d'huile de grignons.

L'huile d'olive vierge de pays est vendue à des prix élevés (40 F en 1986), aux moulins pour la plus grande partie. Un label certifiant l'origine et la qualité s'applique à de faibles tonnages après sélection par une commission de dégustation.

Le contrôle des apports d'olives au moulin et le rapprochement fait avec les déclarations d'oliviers cultivés permet d'avoir pour chaque moulin un relevé précis des quantités d'olives fournies par chaque oléiculteur et des quantités d'huile vierge de pays produites. Ces contrôles résultent de l'application stricte des règlements communautaires.

Chaque région a ses crus, liés aux variétés, les olives apportées sont immédiatement triturées, d'où une acidité qui excède rarement 0,50g/100 g.

Les gels de 1985 et 1986 ont atteint plus d'un million d'arbres. La récolte 1986 a été réduite de 30 %. Il faudra plusieurs années pour retrouver le niveau de production normale.

IV - La consommation globale sur le marché français et l'évolution des ventes d'huile d'olive

Le tableau d'estimation de la consommation joint en annexe montre un léger accroissement de la consommation (augmentation du nombre de foyers qui s'intéressent à l'huile d'olive, mais en même temps, diminution légère de la consommation par foyer).

Le tableau des ventes, en France, des huiles importées est significatif avec 76 % de vierge extra

et une légère croissance de ce pourcentage au cours des cinq dernières années.

La campagne collective dans les magazines entreprise depuis des années par le COPEXO a donc produit des effets malgré la concurrence toujours plus vive des huiles de graines.

Aussi sommes-nous persuadés que dans les pays à niveau de vie élevé l'information, du corps médical et des ménagères notamment, doit se poursuivre selon les axes suivants :

- 1 - les effets bénéfiques de l'huile d'olive ;
- 2 - l'information sur les dénominations ;
- 3 - les qualités organoleptiques de l'huile vierge extra.

Ce dernier point a fait l'objet de la constitution d'un groupe de travail lors de la Réunion du Réseau Scientifique Coopératif Européen tenu à Marseille début octobre 1986. Il convient en effet de s'entendre sur un vocabulaire descriptif des sensations du dégustateur, et d'essayer d'établir des corrélations entre analyse chimique et analyse sensorielle.

V - Le secteur de l'olive de table

La production française couvre seulement 8 % des besoins. Les importations venant du Maroc, d'Espagne et de Grèce sont de l'ordre de 25 000 tonnes par an.

Les olives de pays *Lucques* et *Picholine* non fermentées en vert et les olives noires *Tanche* et *Cailletier* se vendent correctement.

Cependant, faute d'une promotion concertée entre importateurs et producteurs, on observe un certain tassement du marché. L'action de promotion sur les olives de qualité, qui est recherchée, doit s'appuyer sur une réglementation internationale stricte.

Le COI a, dans le cadre du règlement international huile d'olive et olive de table, un objectif de promotion de la qualité pour l'olive comme pour l'huile. Aussi, dans le cadre de la délégation de la CEE auprès du COI, la France

soutient cette politique de qualité porteuse d'avenir pour les productions oléicoles.

VI - Conclusion

La France, qui n'a pas de problèmes de commercialisation pour sa production (représentant 8 % des besoins) offre un marché ouvert aux huiles d'olives vierges et aux olives de qualité.

Cependant, les importateurs-réexportateurs constatent que certains pays tiers concurrencent la CEE en proposant des prix très bas sur les marchés des pays tiers.

Il n'est pas souhaitable que les pays tiers perdent l'habitude de consommer de l'huile d'olive ; il convient donc de favoriser la mise en marché de produits oléicoles à des prix abordables, notamment dans les pays à faible pouvoir d'achat.

En considérant le solde pour la France des importations-exportations pour graines et fruits oléagineux, huiles végétales fixes, fluides ou concrètes, graisses et huiles animales ou végétales, margarines, simili saindoux, tourteaux, on serait tenté de proposer une taxe sur les matières grasses, et plus particulièrement sur les tourteaux entrant dans la CEE, pour créer des ressources pour le soutien de l'huile d'olive communautaire. Mais compte tenu des accords existants et des mesures de rétorsion possibles, ce débat abordé au niveau CEE doit se poursuivre avec prudence.

L'aspect social, joint à des raisons de sécurité alimentaire et d'environnement, conduisent au soutien de l'oléiculture dans la CEE, tout en la restructurant.

Les mêmes raisons vont dans le sens d'un soutien à l'amélioration technique dans les pays tiers.

Ces pays d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient, dont le climat est particulièrement favorable à l'olivier, ont une production insuffisante et stagnante alors que l'essor démographique justifierait le développement de la production et l'amélioration de la productivité. Cette orientation souhaitée par les pays est également soutenue par la FAO et l'ONU. Ainsi, le Réseau Coopératif Européen a été mis à contribution pour soutenir le Projet Régional PNUD/RAB.

Le maintien et le soutien de l'oléiculture se justifient donc dans les pays du pourtour méditerranéen. Cependant, face à la concurrence des autres oléagineux, la réduction des coûts de production s'impose, notamment dans les pays où la main-d'oeuvre est chère.

Sans aborder la discussion sur le développement des autres oléagineux qui met en jeu des accords internationaux, il faut trouver un équilibre favorisant le maintien de l'oléiculture sous des

formes diverses : l'olivier comme arbre forestier constituant des coupures vertes (prévention des incendies), ou comme culture fruitière intensive.

La coopération internationale, les actions de formation, doivent se poursuivre au profit de tous les pays qui ont compris que des techniciens de terrain compétents appuyés par des chercheurs et expérimentateurs constituent une priorité qui doit être soulignée impérativement dans toutes les rencontres entre responsables et décideurs.

Tableau 1 : Ventes en France de la profession (en milliers de tonnes)

	Campagne 1981/1982		Campagne 1982/1983		Campagne 1983/1984		Campagne 1984/1985		Campagne 1985/1986	
	Tonnages	%								
Ventes en petits emballages										
Vierge extra	14,5	75,4	15,2	75,2	14,9	75,8	15,7	76	16,1	76,8
Vierge fine	0,8	4,2	0,9	4,5	0,8	3,9	1	4,6	0,8	3,9
Pure	1,3	6,5	1,1	5,3	1,1	5,6	1,1	5,1	1,0	4,9
Grignons et/ou mélangés	0,2	1,3	0,2	1,1	0,1	0,7	0,2	0,9	0,2	0,9
Total	16,8 (+ 3,5 %)	87,4	17,4	86,1	16,9 (- 3,3 %)	86,0	17,9 (+ 6,4 %)	86,6	18,1 (0,9 %)	86,3
Ventes en futs directs										
(sans indication de qualités)	2,4 (+ 11,6 %)	12,6	2,8 (+ 16,1 %)	13,9	2,7 (- 3 %)	14	2,8	13,4	2,9	13,7
Total : activités déclarées de la profession	19,3 (+ 4,4 %)	100	20,3 (+ 5,2 %)	100	19,6 (- 3,2 %)	100	20,7 (5,7 %)	100	21,0 (+ 1,4 %)	100

Source : FEDICO Etat II (Annexe au BL n° 22/86)

Observations : Les chiffres ci-dessus proviennent des déclarations mensuelles et semestrielles de tonnages, étant rappelé qu'un certain nombre d'adhérents font seulement des déclarations semestrielles, d'où la différence entre les 19 977,6 tonnes figurant au paragraphe I du présent bulletin (activités de la profession) et les 20 993,1 tonnes des Etats I et II (Déclarations mensuelles et semestrielles additionnées).

**Tableau 2 : Estimation de la consommation globale d'huile d'olive sur le marché français
(en milliers de tonnes)**

Consommation en France d'huile d'olive	Campagne 1980/1981	Campagne 1981/1982	Campagne 1982/1983	Campagne 1983/1984	Campagne 1984/1985	Campagne 1985/1986
Ventes de la profession	18,4	19,3	20,3	19,6	20,7	21,0
Production nationale autoconsommée ou commercialisée	2,1	1,5	2,4	2,4	2,1	1,5
Majoration de 5 % des ventes de la profession	0,9	1	1	1,0	1,0	1,1
Importations en petits emballages	0,7	0,3	0,4	0,5	1,2	1,2
Total/Consommation globale estimée d'huile d'olive	22,1	21,9 -0,9%	24 +9,5 %	23,4 -2,5 %	25,0 +6,8 %	24,8 -0,8%

Source : FEDICO - Etat II (Annexe au BL n° 22/86)