

Quels avenir pour les huiles d'olive des Alpes de Haute Provence ?



Mémoire présenté par :

CLAVÉ JÉRÔME

En vue de l'obtention du

DIPLOME D'INGENIEUR DE SPECIALISATION EN AGRONOMIE DES REGIONS
CHAUDES, spécialité valorisation des productions, marchés, organisations, qualités.

Maître de stage :

Robert LEBOZEC (Président Syndicat A.O.C. huile d'olive de Haute Provence)

Directeurs de mémoire :

Charles CHABOT (Sociologue),

Mireille DOSSO (Pédologue, professeur I.R.C.),

Pascale MOITY-MAIZI (Anthropologue, professeur I.R.C.)

Avril 2008

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier tout particulièrement :

Charles Chabot, pour l'ensemble des apports méthodologiques, sociologiques, et d'analyses (et tant d'autres !) qu'il m'a apporté. Merci également à Simone, son épouse, pour tous les moments d'accueil et de partage au sein de leur foyer.

Merci à Robert Lebozec, président du syndicat AOC Huile d'olive de Haute Provence qui m'a accueilli, m'a donné la possibilité de réaliser ce stage et pour ses encouragements.

Merci à tous les oléiculteurs, techniciens et experts rencontrés pour cette étude. Merci pour le temps qu'ils m'ont consacré et la richesse de leurs paroles.

Merci à Mireille Dosso pour son écoute, sa compréhension et ses conseils.

Merci à la famille Clapiers, qui m'a permis de vivre, durant ce stage, au cœur de la Haute Provence, entouré par les oliviers, la lavande et les amandiers.

Enfin merci à tous ceux qui ne sont pas cités, et qui m'ont été d'une grande aide pour la rédaction de ce mémoire.

RESUME

Cette étude porte sur le diagnostic de la situation oléicole des Alpes de Haute Provence et de ses perspectives. A la demande du syndicat A.O.C. huile d'olive de Haute Provence, nous avons cherché à analyser les changements en cours dans la filière oléicole de Haute Provence, à identifier le rôle de différents acteurs dans ces changements, les stratégies et les projets qu'ils définissent et les répercussions potentielles pour l'avenir du territoire de Haute Provence.

La production d'huile d'olive en Haute Provence est une activité ancestrale dont les volumes ont fortement diminué dès la fin du XIX^{ème} siècle et du début du XX^{ème}. A l'issue de la seconde guerre mondiale, dans un contexte général de modernisation de l'agriculture, des oléiculteurs vont se regrouper au sein de syndicats agricoles et défendre auprès des pouvoirs publics, leur activité oléicole. Ils vont obtenir le financement public de programmes de plantation et de réhabilitation, dont le dernier en date, en application de 1999 à 2002, va permettre une augmentation conséquente des surfaces oléicoles. Ces politiques ont été accompagnées par des démarches d'appellation d'origine contrôlée, obtenue pour l'huile d'olive de Haute Provence en 1999.

La « relance » de l'oléiculture a favorisé l'essor de la production d'huile d'olive qui se poursuit encore aujourd'hui, grâce à l'entrée progressive en production des plantations subventionnées mais également à la mise en culture de nouvelles plantations non subventionnées. Ces évolutions de la production oléicole entraînent chez certains acteurs de la production et de la transformation oléicole des inquiétudes pour l'avenir. En effet, de nombreuses inconnues subsistent dans le suivi du verger oléicole (évolution des surfaces plantées), des répercussions probables sur les quantités d'huile produites (niveaux et délais de progression à venir de la production) et sur les capacités de commercialisation des volumes supplémentaires. A ces inconnues s'ajoutent des changements de différents ordres (techniques, économiques, climatiques...). Cette situation crée de vives tensions entre différents acteurs de la filière oléicole, réunis en particulier au sein du syndicat A.O.C. huile d'olive de Haute Provence. Ces tensions sont symptomatiques des profondes mutations en cours dans la filière et des questions stratégiques que cela pose pour les membres du syndicat A.O.C.

Mots clés : Huile d'olive, appellation d'origine, A.O.C., filière oléicole, Alpes de Haute Provence, changement, territoire.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyse the current state and prospects of the olive oil sector in the Alpes de Haute Provence, located in the southeast part of France. At the request of the organisation of the Haute Provence Olive Oil AOC, we sought to analyse the changes at work within the olive oil sector in this region. This involved identifying the role of the different actors as concerns these changes, their strategies and their projects, and the possible repercussions in the future for the Haute Provence's territory.

The production of olive oil in the Haute Provence is an age-old activity, but the production significantly decreased at the end of the 19th century and the beginning of the 20th century. After World War II, a wave of modernization of agriculture started. Within this context, olive growers joined together to form agricultural trade unions, in order to defend their olive growing activities before the government. They obtained subsidies within programs for planting and rehabilitating olive groves. The last of these, in place from 1999 to 2002, led to an important increase in the surface area of olive groves and in the area actually used for olive production. Besides these policies, a process was initiated to set up a denomination of origin for the olive oil of Haute Provence, which was obtained in 1999.

The revival of the olive oil sector favoured the rise in the production of olive oil, which is still continuing today. This is due to the subsidised plantations progressively entering into production, but also to new unsubsidised olive groves being planted. These changes in the olive production have made some olive producers and some actors involved in the processing of olives into oil concerned about the future. Indeed, many unknown factors remain regarding the monitoring of the surface area and productivity of the olive groves, the probable effects on the quantities of oil produced and the time-span over which the increase will happen, as well as the possibilities for marketing these additional volumes. Moreover, these are not the only unknown factors at the moment, as many different types of changes are currently happening: technical ones, economic ones, climatic ones... As a result, there are many tensions between the various actors of the olive oil sector, and the same is true for those belonging to the organisation of the Haute Provence Olive Oil AOC. These tensions are symptoms of the deep changes at work in this sector and of the strategic questions that the members of the organisation of the Haute Provence Olive Oil AOC thus have to face.

Key words: Olive oil, denomination of origin, A.O.C., olive-oil sector, the Alpes de Haute Provence, change, territory.

Liste des sigles et acronymes

A.F.P.P. : Association Générale des Producteurs de Plantes riches en Protéines
A.G.P.O. : Association Générale des Producteurs d'Oléagineux
A.U.P. : Agence Unique de Paiement
Afidol : Association Française Interprofessionnelle De l'Olive
C.E.A.O : Comité Economique Agricole de l'Olive
C.N.J.A. : Centre National des Jeunes Agriculteurs
C.O.I. : Conseil Oléicole International
Cetiom : Centre Technique Interprofessionnel des Oléagineux Métropolitains
Civam : Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural
D.D.A.F. : Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt
D.P.U. : Droit à Paiement Unique
F.D.S.E.A : Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricole
F.G.E.R. : Fonds de Gestion de l'Espace Rural
Fop : Fédération des producteurs des oléagineux et des protéagineux
Gaec : Groupement Agricole d'Exploitation en Commun
G.M.S. : Grandes et Moyennes Surfaces
L.O.A. : Loi d'Orientation Agricole
O.C.M. : Organisation Commune de Marché
Onic : Office National Interprofessionnel des Céréales
Onidol : Organisation Nationale Interprofessionnelle Des graines et fruits Oléagineux
Onidol : Organisation Nationale Interprofessionnelle Des graines et fruits Oléagineux
Onigc : Office National Interprofessionnel des Grandes Cultures
Oniol : Office National Interprofessionnel des Oléagineux
P.A.C. : Politique Agricole Commune
P.A.C.A. : Provence Alpes Côtes d'Azur.
P.I.M. : Programmes Intégrés Méditerranéens
Q.M.G. : Quantité Maximale Garantie
S.A.R.L. : Société A Responsabilité Limitée
S.D.O. : Syndicat Des Oléiculteurs de Haute Provence
S.I.G. : Système d'Information Géographique
Sido : Société Interprofessionnel Des Oléagineux
Siofa : Syndicat Interprofessionnel des Oléagineux et des Fluides Alimentaires
Sofiprotéol : Etablissement financier de la filière française des huiles et des protéines végétales
Unip : Union Nationale Interprofessionnelle des Plantes riches en protéines

TABLE DES MATIERES

Introduction	1
1 ^{ère} partie : L'étude d'une production territorialisée	2
1 Le département des Alpes de Haute Provence	2
2 Problématique de l'étude	6
3 Méthodologie utilisée	6
2 ^{ème} partie : L'héritage	9
4 « <i>Un pays d'oliviers</i> »	9
5 Un territoire physique	11
6 L'émergence d'institutions	18
7 Le redéploiement de la production oléicole	26
8 Une période charnière	29
3 ^{ème} partie : Les temps changent	33
9 Les oléiculteurs d'aujourd'hui	33
10 Le verger oléicole des Alpes de Haute Provence	36
11 « <i>les volumes vont augmenter</i> »	41
12 Pratiques et représentation sociale du prix de vente des huiles	43
13 L'estimation des coûts de production	47
14 Des coûts supplémentaires	50
15 De nouvelles attentes des consommateurs	54
16 De nouveaux acteurs en aval de la filière	55
17 De nouveaux acteurs dans la trituration	58
4 ^{ème} Partie : « La croisée des chemins »	65
18 Quelles quantités ?	65
19 Quels segments de marchés ?	66
20 Quelles qualités d'huile d'olive ?	67
21 Quels produits ?	69
22 Quelle valorisation ?	69
23 Quelle oléiculture ?	70
Conclusion	71

INTRODUCTION

L'huile d'olive est un produit historiquement ancré dans le territoire de Haute Provence. Son histoire contemporaine est marquée dès la fin du dix-neuvième siècle par une période de déclin qui va durer jusqu'au milieu des années cinquante. A la sortie de la seconde guerre mondiale, des hommes vont œuvrer à la relance de l'oléiculture et permettre aujourd'hui l'essor de cette production. La naissance du syndicat de l'Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C.) huile d'olive de Haute Provence est un des résultats de cette politique de relance. Il est aujourd'hui un acteur important de la promotion de l'huile d'olive A.O.C. Il regroupe aujourd'hui 400 oléiculteurs sur plus de 2800¹ au total et labellise environ 20 % de la production totale d'huile d'olive des Alpes de Haute Provence.

La demande de cette étude, émise par les représentants du syndicat, est née d'un constat d'incertitudes sur les évolutions de la situation oléicole des Alpes de Haute Provence depuis 2004, date à laquelle le syndicat des oléiculteurs a fait faillite. Pour répondre à cette demande de diagnostic, nous avons choisi de traiter le sujet par le champ des sciences sociales appliquées aux sciences agronomiques et techniques. Le postulat de départ est que le social traverse tous les champs (CHABOT 2007). Il est indispensable d'analyser les interactions sociales existantes entre les acteurs d'un territoire pour comprendre les enjeux qu'elles comportent.

Dans un premier temps, nous nous sommes intéressés à identifier le rôle des acteurs dans les changements historiques qui caractérisent la filière et le territoire oléicole des Alpes de Haute Provence. Cette étape est indispensable pour comprendre et mettre en perspective les changements.

Dans un deuxième temps, après avoir repéré ces changements, nous avons cherché à identifier les diagnostics que les acteurs se font de la situation et quelles propositions et projets ils énoncent. Les différences de positions sociales des acteurs au sein de groupes ou d'institutions, formels ou informels, produisent une hiérarchisation des diagnostics et des propositions. L'objectif est de repérer les diagnostics et les propositions dominants, les normes qu'ils véhiculent, afin d'en critiquer leurs fondements.

Dans un troisième temps, nous avons répertorié les questions posées par l'analyse des diagnostics et propositions dominants au regard de la question fondamentale de la répartition sociale des coûts et des avantages du changement.

¹ Ceci est une estimation car il n'existe pas de recensement précis du nombre total d'oléiculteurs.

1ère partie : L'étude d'une production territorialisée

La zone oléicole étudiée couvre une partie du département des Alpes de Haute Provence. Dans un premier temps, nous allons présenter les caractéristiques de ce département et de son territoire oléicole. Dans un deuxième temps, nous préciserons le sujet de l'étude, la problématique générale et les outils méthodologiques utilisés.

1 LE DEPARTEMENT DES ALPES DE HAUTE PROVENCE

Le département des Alpes de Haute Provence (figure 1) se situe dans le sud-est de la France. Avec une superficie de 6925 km², il est le plus grand département de la région Provence Alpes Côte d'Azur (PACA). Sa préfecture est Digne-les-Bains.

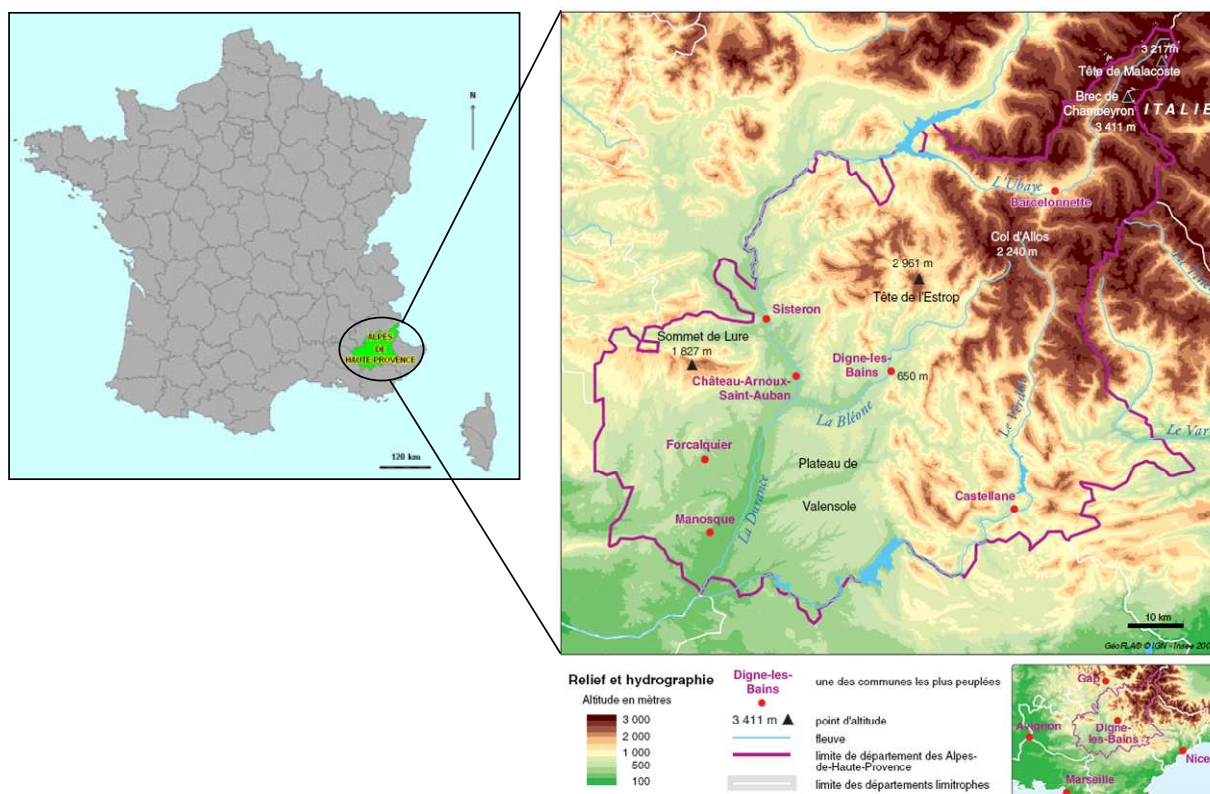
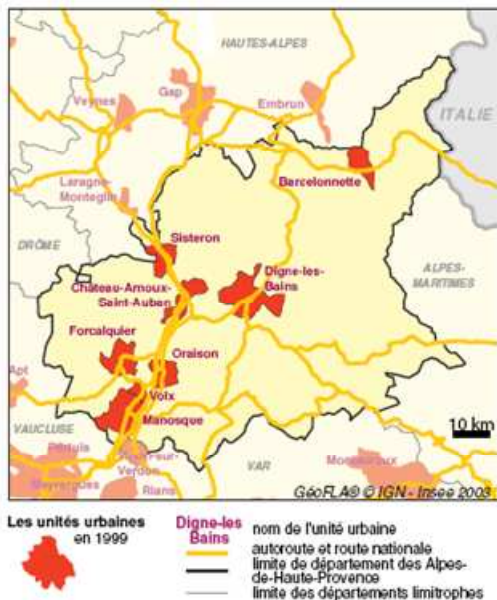


Figure 1 : Cartes de localisation et du relief des Alpes de Haute Provence (BD carto 2004 ; Insee 2007)

1.1 UN RELIEF TRES HETEROGENE

Comme nous pouvons le voir sur la figure 1, le relief du département des Alpes de Haute Provence est très hétérogène. Il se compose de trois zones :

- au nord et à l'est, la zone des montagnes de la chaîne des Alpes avec des sommets culminant à plus de 3000 mètres comme le Mont Pelat (3051 mètres),
- au centre, la zone de moyennes montagnes de Dignes à Castellane correspondant aux pré-alpes,
- dans le quart ouest/sud-ouest, la zone des plateaux et vallées alluviales de la Durance et de ses affluents où se concentre l'essentiel de la population et de la vie urbaine. (figure 2).



Population des plus grandes unités urbaines (définition 1999)

	1962	1968	1975	1982	1990	1999
Manosque	12 455	19 767	29 418	24 125	24 876	25 838
Digne-les-Bains	12 679	14 885	15 701	15 512	16 614	16 757
Sisteron	5 325	6 289	7 243	6 470	6 584	6 964
Château-Arnoux-Saint-Auban	7 006	7 744	7 733	7 144	6 878	6 868
Forcalquier	3 221	3 831	4 146	4 725	5 128	5 471
Oraison	3 604	3 223	3 258	3 536	4 158	4 879
Barcelonnette	2 625	2 654	2 976	3 136	3 483	3 460
Voix	1 334	1 902	2 026	2 185	2 516	2 690

Source : Insee, Recensements de la population 1962 - 1968 - 1975 - 1982 - 1990 - 1999
population sans doubles comptes

Figure 2 : Localisation et population des plus grandes unités urbaines des Alpes de Haute Provence (Insee 04, 2007)

1.2 LE TERRITOIRE OLEICOLE DES ALPES DE HAUTE PROVENCE

Le territoire défini par l'A.O.C. huile d'olive de Haute Provence se localise dans le quart sud ouest du département des Alpes de Haute Provence (figure 3) et déborde sur 3 départements limitrophes : le Vaucluse, les Bouches du Rhône, le Var. Dans le cadre de cette étude, lorsque nous parlons du territoire A.O.C. huile d'olive de Haute Provence, nous prenons en compte principalement la partie du territoire A.O.C. des Alpes de Haute Provence.

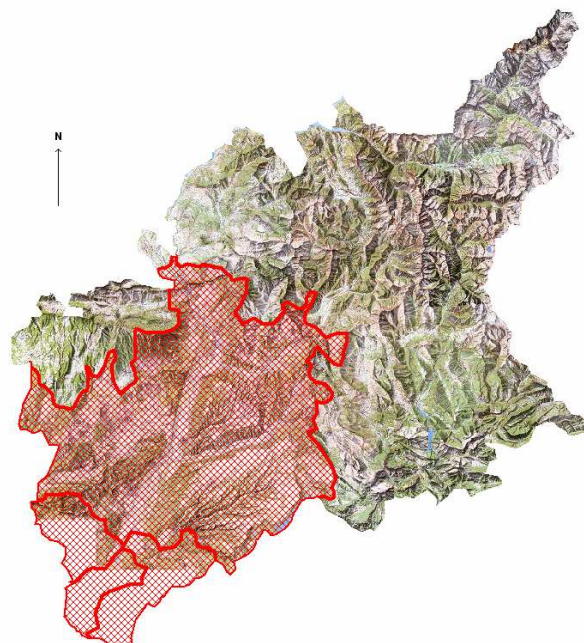


Figure 3 : Carte de localisation du territoire A.O.C. huile d'olive de Haute Provence.

La zone de culture des oliviers est délimitée au nord et à l'est par les montagnes des Préalpes de Digne et de Castellane ; au nord ouest par la montagne de Lure et à l'ouest le plateau de Saint-Christol ; au sud par la montagne du Lubéron. Cette zone de culture est composée de 2 plateaux : le plateau de Valensole et le plateau de Forcalquier, séparés l'un de l'autre par la Durance. Cette

dernière traverse le territoire du nord au sud et forme une large plaine alluviale. Les affluents de La Durance présents sur le territoire de l'A.O.C. sont principalement situés sur la rive gauche. Ils sont au nombre de cinq : la Bléone, la Rancure, l'Asse, le Colostre et le Verdon. La rive droite possède de petits affluents tels que le Lauzon, Largue, Chaffere.

1.3 CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES

Le département des Alpes de Haute Provence est un des moins peuplé de la région P.A.C.A. Il compte 154 500 habitants (estimation 1 janvier 2006, Insee à partir des enquêtes de recensement).

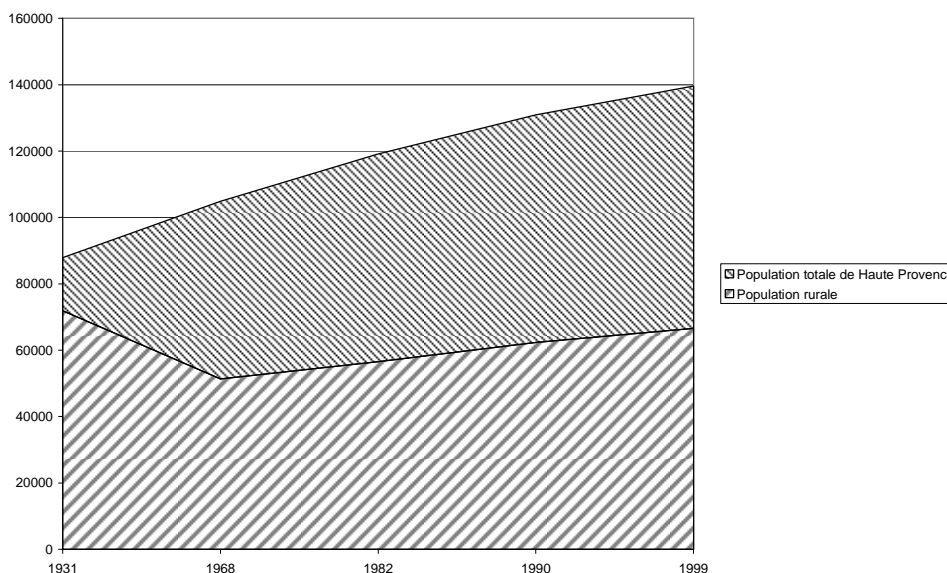


Figure 4 : Evolution de la population rurale par rapport à la population totale des Alpes de Haute Provence (Insee)

La figure 4 représente l'évolution de la population totale et rurale des Alpes de Haute Provence de 1931 à 1999. Durant cette période, la population totale augmente. Toutefois, l'intervalle de temps de la période 1931-1968 masque l'exode rural amorcé dès 1846 et qui se poursuit jusqu'en 1954. A partir de cette date, la tendance s'inverse et la population totale des Alpes de Haute Provence augmente à nouveau. Elle dépasse en 1968 le niveau de 1931. (Préfecture des Alpes de Haute-Provence, 2008). En ce qui concerne l'évolution de la population rurale des Alpes de Haute Provence, l'inversion de la tendance est plus tardive. La population rurale diminue jusqu'en 1968, date à partir de laquelle, elle augmente à nouveau régulièrement. Comme nous allons le voir par la suite, ce retour de population en milieu rural n'est pas lié à une augmentation de la population active agricole.

Le département des Alpes de Haute Provence se caractérise aujourd'hui par un ensemble de petites villes (figure 3) et un vaste espace rural composé de petites communes faiblement peuplées (Insee, atlas des Alpes de Haute Provence, 2007).

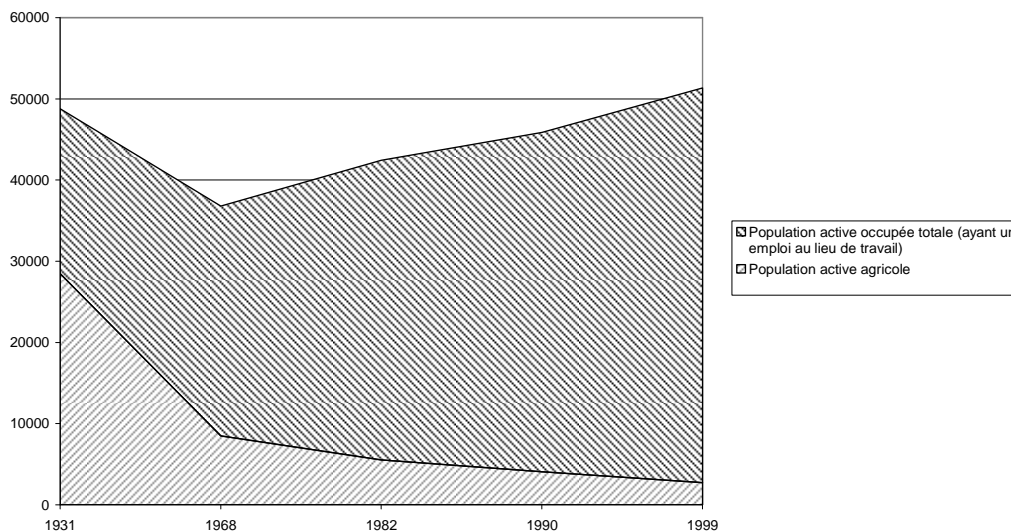


Figure 5 : Evolution de la population active agricole par rapport à la population active totale des Alpes de Haute Provence (Insee)

Entre 1931 et 1968 (figure 5), la population active totale et la population active agricole diminuent. Cette diminution est plus importante pour la population active agricole (- 70,3 %) que pour la population active totale (- 24,5 %). De 1968 à 1999, l'évolution de la population active totale s'inverse et augmente de + 39,5 % alors que la population active agricole continue de diminuer - 67,8 % sur cette période. Cette diminution de la population active agricole, - 33,12 % 1990 et 1999, suit la tendance nationale de diminution du nombre d'agriculteurs, - 36,6 % sur cette même période.

Comme beaucoup de départements français, la population des Alpes de Haute Provence du début du XX^{ème} siècle était à dominante rurale (81,8 % de la population des Alpes de Haute Provence en 1931). Aujourd'hui encore, elle demeure rurale avec presque la moitié de sa population (47,6 % en 1999) mais sa composition s'est modifiée. Autrefois majoritaire, la population active agricole des Alpes de Haute Provence est aujourd'hui minoritaire (figure 6).

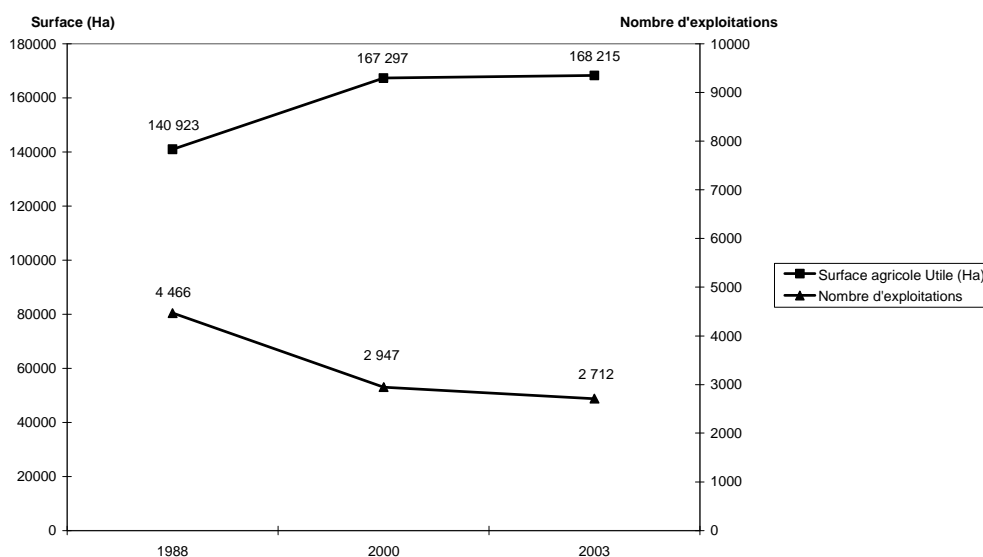


Figure 6 : Evolution comparée du nombre d'exploitations agricoles des Alpes de Haute Provence et de la Surface Agricole Utile entre 1988 et 2003, (Mémento Agreste 2005)

Ces évolutions démographiques traduisent des enjeux territoriaux pour lesquels l'essor de la filière oléicole est stratégique pour pérenniser et accroître sa contribution relative au développement économique et social du département des Alpes de Haute Provence.

2 PROBLEMATIQUE DE L'ETUDE

Dans les Alpes de Haute Provence, les producteurs d'huile d'olive sont structurés en divers syndicats et associations qui assurent la promotion de cette culture. L'une d'entre elles, le syndicat A.O.C. huile d'olive de Haute Provence est à l'origine de cette étude. Jusqu'en 2004, le syndicat A.O.C. était animé par Jean-Marie Baldassary, technicien oléicole mis à disposition par le syndicat des oléiculteurs (S.D.O.), structure précédant le syndicat A.O.C. Ce technicien assurait l'animation de ces deux syndicats et le suivi de la production oléicole départementale. Après la faillite financière du S.D.O. en 2004, le suivi de la production n'est plus réalisé et les actions de promotion et d'animation du syndicat A.O.C. sont conduites par ses membres bénévoles. Or les surfaces plantées ou réhabilitées dans le cadre du plan de relance (paragraphe 7) entrent en production actuellement. Il devrait en résulter une très forte augmentation de la production d'olives, mais l'absence d'informations précises conduit à toutes sortes de spéculations et de craintes. Au sein du conseil d'administration du syndicat A.O.C., les diagnostics de la situation divergent. Cela produit de fortes tensions entre les membres quant aux mesures à mettre en œuvre.

Malgré des dissensions, le conseil d'administration a décidé de faire réaliser une étude pour mieux connaître la situation et les projets des oléiculteurs de Haute Provence en terme de production, de transformation et de commercialisation. Cette étude cherche à proposer des pistes de réflexion pour aider le syndicat à définir ses orientations futures, à partir d'une analyse de la situation des acteurs de la filière oléicole. Cette situation ne peut se comprendre sans s'intéresser à son histoire, qui est le produit de la double interaction des acteurs entre eux, et des acteurs avec leur milieu.

Les questions traitées dans le cadre de cette étude peuvent donc être résumées ainsi :

Quelles sont les évolutions récentes de la filière oléicole des Alpes de Haute Provence et de la situation de ses acteurs ?

Comment les acteurs analysent-ils la situation ? Quels sont leurs projets ? Quelles sont leurs propositions ?

Quelles opinions et propositions sont dominantes ?

Quelles en sont les conséquences potentielles pour les différents acteurs de la filière ?

Existe-t-il d'autres façons de poser les problèmes ?

3 METHODOLOGIE UTILISEE

Partant du postulat qu'un chercheur a ses propres grilles d'analyse, qui ne correspondent pas forcément aux préoccupations des acteurs locaux, le choix a été fait d'utiliser une méthode qui puisse prendre en compte les paroles et les opinions des acteurs du terrain d'étude concerné.

3.1 L'UTILISATION DE METHODES D'ENTRETIENS

Ainsi la méthode utilisée repose sur la combinaison de techniques :

- d'entretien non directif (BOUDON *et al*, 1993) : celui-ci consiste pour l'enquêteur « à proposer un thème d'exploration. L'enquêteur intervient uniquement pour faciliter l'expression de l'enquêté et le relancer en reformulant ses propos ». Pour cette étude, la question de départ était : **Pour vous le prix des huiles d'olive de Haute Provence ?**

- d'entretien plus classique à l'aide d'un questionnaire qui associe des questions ouvertes et fermées. (Annexe 1)

L'application de ces méthodes (et particulièrement celle de l'entretien non directif) requiert de la part de l'enquêteur une attitude profonde de facilitation de l'expression auprès de l'enquêté, pour que celui-ci exprime avec ses mots son diagnostic de la situation.

3.2 UNE ETUDE REALISEE EN DEUX TEMPS

- Dans un premier temps, nous avons réalisé une phase de pré-enquête, comprenant à la fois une récolte de données quantitatives (sur la production d'olives et d'huile d'olive, les caractéristiques du verger oléicole, recherches bibliographiques) et de données qualitatives apportées par entretien non directif. L'objectif est de faire le point sur la situation de la production d'huile d'olive dans les Alpes de Haute Provence. Il s'agit également d'identifier, à partir de l'analyse des entretiens non directifs, les questions pertinentes de recherches, qui nécessitent approfondissement par de nouveaux entretiens.
- Dans un second temps, nous avons approfondi certains points révélés lors des pré-enquêtes à l'aide d'un questionnaire. Toutefois, compte tenu de la richesse des entretiens non-directifs, nous avons fait le choix de poursuivre l'étude dans cette voie.

3.3 UN ECHANTILLON D'ACTEURS

Pour répondre aux questions de la problématique, nous avons opté pour une démarche qualitative. L'objectif de l'étude n'est pas de quantifier la représentativité des propositions formulées par les acteurs mais d'en identifier le sens : qu'est-ce que ça veut dire et où ça nous mène (CHABOT 2007). Pour ce faire, nous avons cherché à diversifier l'échantillon des personnes interviewées. Nous avons rencontré 38 personnes : 20 personnes en entretien non directif enregistré et retranscrit ; 18 personnes en entretien avec questionnaire, enregistré et retranscrit. L'échantillon est composé de 32 hommes et de 6 femmes. Sur les 38 personnes, 10 ont moins de 40 ans, 24 ont entre 50 et 60 ans et 4 ont plus de 60 ans. Au niveau de la répartition des effectifs par catégorie socioprofessionnelle (figure 7), les mouliniers sont les moins présents. Dans les faits, nous avons rencontré 5 agriculteurs qui possèdent également un moulin mais dont l'activité principale reste l'agriculture, contrairement aux mouliniers.

Remarque : 8 personnes supplémentaires ont été rencontrées, spécifiquement, pour réaliser une étude des coûts de production de l'huile d'olive. Les données traitées étant très spécifiques, et moins détaillées que les autres entretiens, nous ne les avons pas comptabilisés dans notre échantillon.

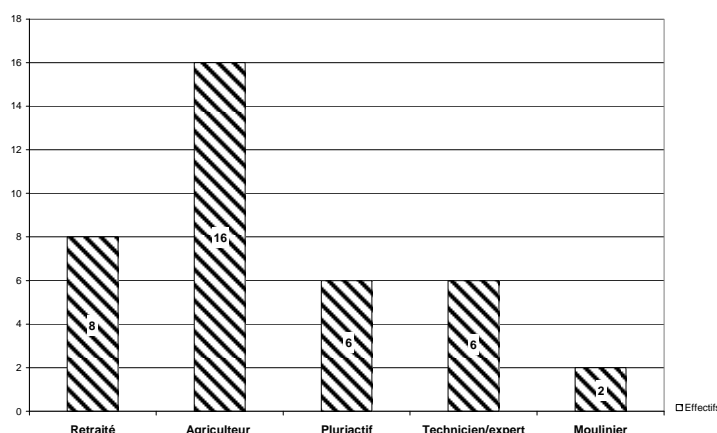


Figure 7 : Répartition des personnes par catégories socioprofessionnelles des personnes interviewées.

Sur les 38 personnes rencontrées, 33 personnes cultivent des oliviers, 7 sont certifiés en Agriculture biologique, 7 revendiquent ou se disent proches de l'Agriculture biologique, les 20 derniers sont en agriculture conventionnelle. Les 5 personnes restantes sont des techniciens et des experts.

3.4 TRAITEMENT ET ANALYSE DES PAROLES DES ACTEURS

Tous les entretiens non directifs ont été enregistrés et retranscrits intégralement. L'objectif est de donner la première place aux mots des personnes interviewées, à leurs outils d'analyses de la situation et à leurs hypothèses. Pour analyser les entretiens, nous avons utilisé une méthode d'analyse centrée sur le repérage des acteurs nommés, sur la façon dont ils sont cités (positivement, négativement), sur leurs mots clés, leurs catégories, leurs propositions (CHABOT 2007). Pour nous aider dans cette analyse, nous avons utilisé un logiciel spécialisé dans l'analyse qualitative, Modalisa. Pour ce faire, nous avons procédé à une relecture de l'ensemble des entretiens non directifs et nous avons repéré les mots clés et leurs contextes. L'apport du logiciel est de permettre la déconstruction des entretiens. En effet, une fois le travail de repérage des mots clés et de leurs contextes effectués, le logiciel permet de regrouper l'ensemble des citations par mot clé. Nous avons procédé de la même manière pour les questions semi-ouvertes du questionnaire.

Le repérage des acteurs permet de repérer différentes formes d'organisations sociales. Nous entendons par « acteur », les personnes, les groupes informels, les groupes formalisés, les institutions, l'appareil d'état. Il s'agit également d'identifier leurs pratiques (comment font-ils ?) et leurs représentations. Pour cela, les mots des acteurs sont déterminants pour identifier les concepts et les systèmes de normes existantes dans l'élaboration des techniques de production, de transformation et de commercialisation. Une norme est une prescription positive ou négative, du domaine du toléré, qui est fortement intériorisée, dont la sanction n'est pas connue à l'avance (CHABOT 2007). Par opposition, une règle est une injonction toujours formulée, positive ou négative, qui définit le champ du permis ou du défendu, pour laquelle la sanction est connue d'avance. Les acteurs produisent et reproduisent, pas forcément à l'identique, des normes. Ces normes influent sur leurs pratiques, leurs représentations et leurs diagnostics de la situation. Nous sommes partis de l'hypothèse qu'il existe des systèmes de normes dominantes correspondantes à des réseaux d'acteurs. Ces normes dominantes orientent les diagnostics et propositions des acteurs, d'où l'intérêt de les identifier et de les analyser pour répondre à la question fondamentale de la répartition sociale des coûts et des avantages du changement (CHABOT, 2007).

Remarque : Toutes les portions de phrases entre guillemets et en italique sont des extraits issus des entretiens retranscrits. A chaque fois, nous précisons de quelle catégorie d'acteurs il s'agit. En effet, nous en avons identifié 7 (voir paragraphe 9):

- Les oléiculteurs (4 types) : familiaux, pluriactifs, agriculteurs, spécialisés
- Les responsables oléicoles
- Les techniciens
- Les experts

2ème partie : L'héritage

L'héritage oléicole de Haute Provence est riche d'une histoire millénaire. Des hommes et des femmes ont cultivé et façonné les paysages de ce territoire. Nous abordons cette histoire à partir du début du XX^{ème} siècle. A cette époque, la culture de l'olivier régresse et se replie le long du sillon durancien. Depuis, nous assistons au redéploiement de l'olivier sur l'ensemble du territoire. Nous nous attacherons dans cette partie, à identifier et analyser les caractéristiques historiques, territoriales et institutionnelles déterminantes pour la compréhension de la situation actuelle et à venir.

4 « UN PAYS D'OLIVIERS »

Une partie du territoire des Alpes de Haute Provence est « *un pays d'oliviers* » (parole d'oléiculteur agriculteur). Il est marqué par une histoire et des pratiques communes.

4.1 « VOUS SAVEZ L'OLIVERAIE, C'ETAIT FAMILIAL »

Au début du XX^{ème} siècle, la culture des oliviers était encore largement répandue sur le territoire « *tout le monde faisait sa production pour soi-même ...* ». Les olives récoltées étaient amenées à triturer dans les moulins villageois. « 31 moulins à huile triturent les olives de la région (des Basses-Alpes) à Manosque, les Mées, Digne, Riez, Mézel, etc. » (CAUVIN, 1914, in REPARAZ, 2000). Les moulins occupaient une place centrale dans l'organisation de la production. L'huile d'olive produite servait à de multiples usages domestiques.

« ... à l'époque on faisait tout à l'huile d'olive, on faisait la friture, on faisait tout à l'huile d'olive, on fabriquait même le savon, moi je me souviens quand j'étais petit, on faisait le savon avec ce qu'il restait des, quand on avait fait l'huile, le savon, on s'éclairait avec les lampes à huile » (parole d'oléiculteur familial).

4.2 « DES OLIVIERS EN COTEAUX »

Traditionnellement, les oliviers de Haute Provence étaient cultivés à l'adret des coteaux (exposition au sud). « *Ici en Provence, enfin autour méditerranéen, dans les plaines on faisait les cultures vivrières, le début des coteaux on mettait de la vigne et où il poussait rien d'autre, on mettait les oliviers* » (parole d'oléiculteur familial). Les oliviers étaient également localisés dans les zones plus planes des hautes terrasses de la Durance.

La mise en culture d'endroits souvent très pentus nécessitait des travaux colossaux de terrassement. « *A l'origine il y avait beaucoup de murs en pierres sèches, alors un mur en pierres sèches c'est encore tout un art, y aucun liant* » (parole d'oléiculteur familial). C'est le poids et l'agencement des pierres entre elles qui assurent la résistance du mur. Ces aménagements étaient principalement localisés dans les zones où les affleurements rocheux offrent des gisements de pierres. Ils étaient à priori moins présents dans la zone du plateau de Valensole où les galets prédominent².

4.3 « NOUS, ON A QUE L'AGLANDAU »

L'Aglandau est une des principales variétés d'oliviers des vergers de Haute Provence. Elle est également originaire des Bouches du Rhône et du Vaucluse. De part sa rusticité, la culture de cet olivier s'est étendue à d'autres départements oléicoles français mais dans des proportions moindres. L'Aglandau est aujourd'hui « une des principales variétés françaises pour la transformation en

² La construction des restanques en galets requiert d'autres techniques de construction. Elle nécessite l'emploi d'un « mortier d'hirondelle », liant obtenu à partir d'un mélange de terre et de chaux.

huile ». « *l'Aglandau est une olive excellente pour faire l'huile, elle a un bon rendement, elle a des qualités organoleptiques qui sont intéressantes aussi* » (parole d'oléiculteur/agriculteur).

L'huile obtenue à partir d'Aglandau développe des arômes spécifiques d'artichaut, banane, pomme/poire, verdure, amande. Elle se caractérise par une très bonne conservation de l'huile. (MOUTIER, PINATEL, MARTRE *et al.*, 2004).

L'Aglandau est également la variété principale retenue dans la définition de l'appellation A.O.C. huile d'olive de Haute Provence.

Toutefois, le territoire oléicole de Haute Provence possède aussi en héritage des variétés anciennes d'oliviers comme par exemple la Filaire, la Colombale ou l'Estoublaisse. Elles résultent de siècles de sélection par les paysans de Haute Provence et sont adaptées aux conditions pédoclimatiques locales. Des oléiculteurs de Haute Provence s'intéressent aujourd'hui à sauvegarder et étudier ces variétés anciennes. La mise en place de programmes de recherche sur ce capital génétique peut donner des outils stratégiques face aux nouveaux enjeux climatiques et parasitaires. Sur le plan gustatif, les huiles de ces vieilles variétés sont potentiellement des atouts valorisables dans des politiques de crus ou d'assemblages.

4.4 « IL Y AVAIT DEJA UNE DEPRISE A PARTIR DU GEL DE 1872 »

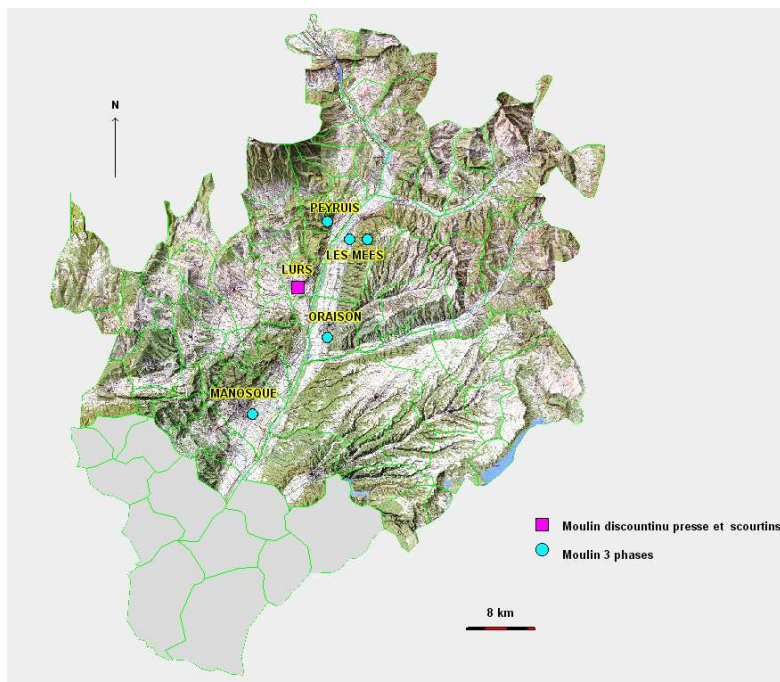


Figure 8 : Localisation des principaux moulins du territoire de l'AOC jusqu'à 2004

Cette culture va connaître une période de régression, qui débute à la fin du XIX^{ème} siècle. Les olivettes d'une partie du territoire de Haute Provence sont progressivement abandonnées. Ce processus est concomitant avec l'arrivée sur le marché de matières grasses concurrentes. « L'olivier fléchit sous la concurrence des corps gras d'origine exotique (huiles de graines, huile d'arachide), qui ont avili les prix » (BLANCHARD, 1945). Les grands gels successifs de 1890, 1929, 1939, 1956 accentuent le phénomène³. La grande majorité des moulins villageois ferment. Sur les 31 moulins recensés par le géographe C.CAUVIN en 1914, il n'en reste que six en 2004 (figure 8), localisés le long du sillon durancien.

³ Il semble que ce déclin connut une période de répit au cours de la seconde guerre mondiale. Apparemment, l'huile d'olive n'était pas soumise à des quotas (information non vérifiée).

5 UN TERRITOIRE PHYSIQUE

Au-delà de cette histoire commune, les oléiculteurs de Haute Provence ne possèdent pas tous le même héritage, en ce qui concerne les caractéristiques pédo-climatiques de leurs vergers. La diversité physique, climatique et géologique de ce territoire oléicole a très certainement contribué au repli géographique de la production oléicole dans le sillon durancien.

5.1 UN RELIEF CONTRASTE

L'altitude et la topographie sont deux composantes du relief caractéristique de Haute Provence.

5.1.1 « *on est haut en altitude* »

Le relief de la zone de culture des oliviers de Haute Provence se caractérise par des altitudes comprises entre 300 et 800 mètres. « *le fait qu'on ait des oliviers en altitude, ça c'est aussi très typique de ce bassin* » (parole d'oléiculteur/agriculteur).

D'après l'étude de la limite septentrionale de l'olivier dans les Alpes françaises par le géographe R. Blanchard en 1910, la répartition des oliviers dépendrait plus de l'exposition et des « abris » pour se protéger des vents du nord que de l'altitude ; « l'altitude n'intervient que pour fixer une limite supérieure ».

Toutefois, selon les dires d'oléiculteurs, l'altitude limite la pression parasitaire. « *nous, on est ici à 400 mètres et ça limite un petit peu le développement des parasites donc surtout la mouche de l'olive qui fait, qui pénalise souvent beaucoup les régions du littoral, ou du Var ou des Bouches de Rhône* » (parole d'oléiculteur/agriculteur). « La mouche de l'olivier (*Bactrocera oleae*) est actuellement le ravageur le plus dommageable en oléiculture car ses attaques affectent très notablement la qualité de l'huile » (AVERSENQ, 2002)

L'altitude offre une palette de goûts et d'arômes d'huile d'olive perceptible à l'échelle régionale. « *on constate des différences suivant l'altitude, par exemple au bord de mer c'est plus tomate et en altitude, c'est plus amande fraîche* » (parole d'expert), mais également à l'échelle locale « *Elle est un peu plus soutenue parce que les olives arrivent un peu moins à maturité, parce qu'on a les nuits qui sont très fraîches ici, on a l'influence de la montagne qui se ressent plus que dans la vallée de la Durance* » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

5.1.2 « *des versants très pentus* »

Comme nous l'avons vu précédemment, les oliviers étaient traditionnellement localisés sur les coteaux ou les hautes terrasses alluviales de la Durance et de ses affluents. Ces milieux forment schématiquement deux grands ensembles topographiques : les zones pentus (voire très pentus) de coteaux et les zones planes des plateaux et des terrasses alluviales. La topographie a très certainement concourue à la disparition des olivettes de coteaux les moins accessibles. La pente influe sur les techniques culturales des oléiculteurs et sur leurs conditions de travail.

« je te montrerai une parcelle qu'on a commencé à défricher, moi j'y vais pas beaucoup parce que même avec une débroussailleuse, quand tu arrives tu te casses la gueule c'est l'enfer et pourtant il y a un paquet d'oliviers dessus » (parole d'oléiculteur familial)

« travailler des oliviers au plat, que tu ramasses ou que tu tailles ou quoique tu fasses, c'est un plaisir » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

Il en résulte des systèmes techniques aux performances économiques contrastées.

5.2 « A LA LIMITE, C'EST PAS LE MEME CLIMAT »

Le climat des Alpes de Haute Provence est dit « climat subméditerranéen humide caractérisé par : une insolation intense, une faible nébulosité, des fortes amplitudes thermiques, une sécheresse assez marquée de l'été, une pluviométrie moyenne qui masque une irrégularité des précipitations avec faiblesse du nombre de jours de pluie et fréquence des orages. Cette sécheresse est encore accentuée par la prépondérance des vents secs » (BORNAND *et al*, 2001).

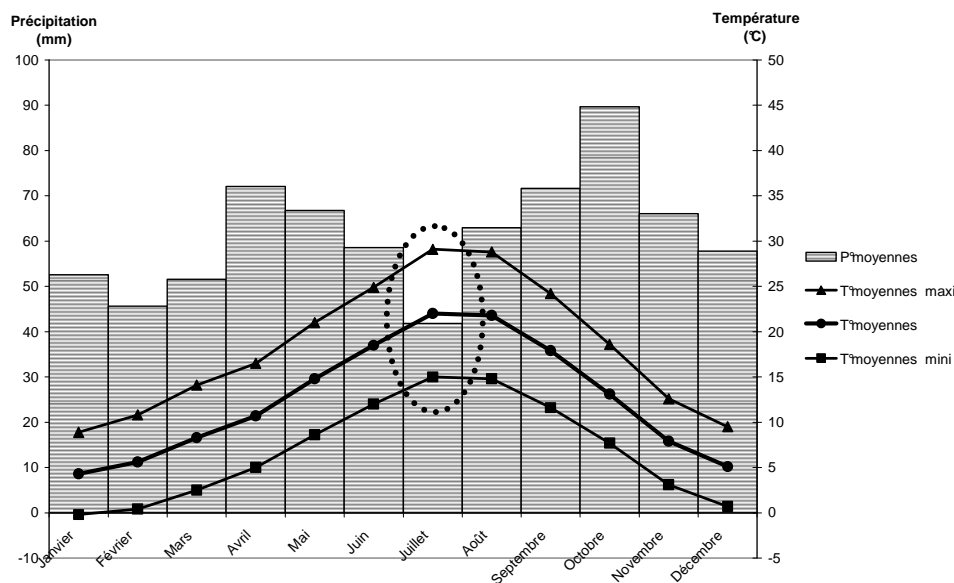


Figure 9 : Diagramme ombrothermique (Source Météo France - Station de St Auban-Alpes de Haute Provence)

Le diagramme ombrothermique⁴ (figure 9) a été élaboré à partir des moyennes sur 30 ans relevées à la station de St Auban. Il nous renseigne sur la répartition annuelle des précipitations et des températures. Nous pouvons observer une période de déficit hydrique, située au mois de juillet. De plus, il existe des variations dans la répartition géographique des précipitations et des températures (figure 10 : carton pluviothermique). Selon l'endroit d'implantation des vergers d'oliviers, les oléiculteurs ne sont pas soumis aux mêmes contraintes climatiques. En effet, la possibilité d'irriguer est un atout incontestable pour se soustraire aux effets de la sécheresse.

D'autre part, les oliviers sont soumis à des années de grands gels. Elles compromettent régulièrement la production d'huile d'olive et anéantissent les efforts engagés par les oléiculteurs. Ils sont obligés fréquemment de remettre en état leurs oliviers atteints par le gel (recépage, taille, plantation). « Les saisons meurtrières qui gèlent les arbres sont assurément des catastrophes qui mettent les oliviers hors d'état de produire pour des années » (BLANCHARD, 1945).

4 Un diagramme ombrothermique repose sur la formule empirique $P=2T$ (P=précipitation ; T=température). Il permet de repérer chez les végétaux, les périodes de déficit hydrique.

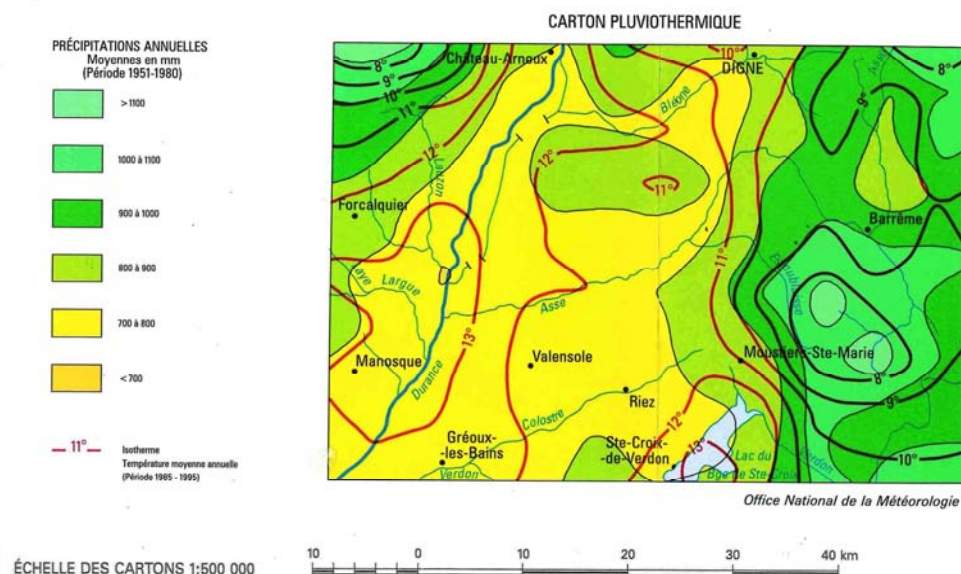


Figure 10 : Carton pluviothermique issu de la carte pédologique de France à 1/100 000 de Digne

5.3 « C'EST PAS LES MEMES SOLS »

Le territoire oléicole de Haute Provence se caractérise par une diversité de sols liés à une couverture géologique hétérogène. Comme nous pouvons le voir sur la figure 11 (carton géomorphologique), le territoire est composé de trois grandes formations géologiques, classées par ordre chronologique d'apparition :

- La formation tertiaire de Manosque/Forcalquier (rive droite de la Durance). Entre Manosque (Mont d'Or) et Villeneuve, nous pouvons observer des buttes témoins de même origine géologique que la formation de Valensole ;
- La formation tertiaire des « conglomérats de Valensole » (rive gauche de la Durance) ;
- Les terrains quaternaires des plaines alluviales de la Durance et ses affluents.

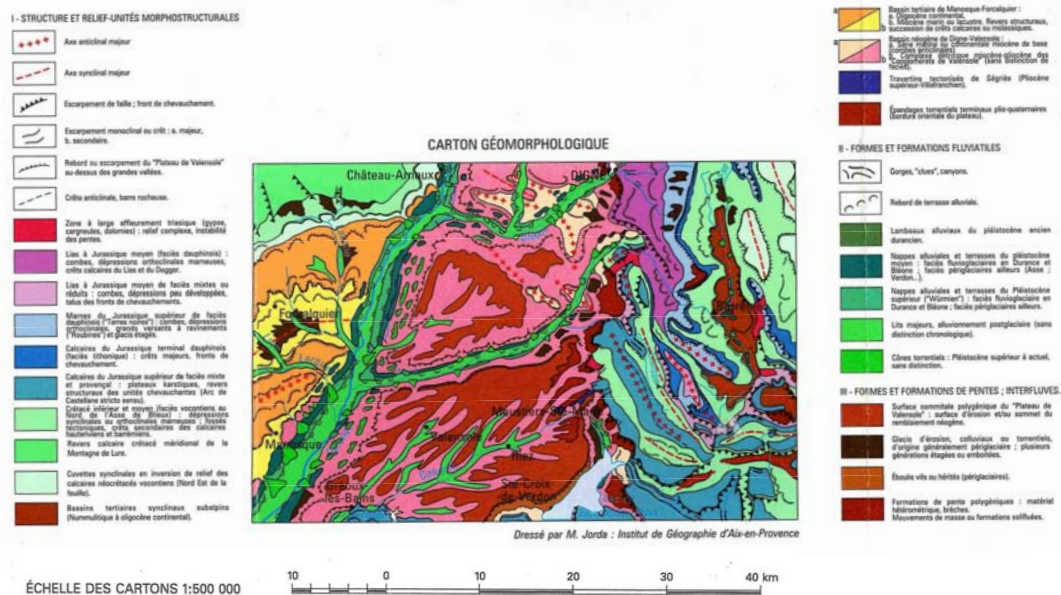


Figure 11 : Carton Géomorphologique issu de la carte pédologique de France au 1/100 000 de Digne

A cette géologie correspondent des faciès lithologiques particuliers (figure 12 carton lithologique). Ces matériaux donnent naissance à différents sols. Le sol constitue le réservoir en eau et en éléments minéraux indispensables à la croissance et au développement des oliviers. La quantité d'eau disponible est certes fonction des précipitations mais dépend également de la réserve utile en eau du sol. La texture, la structure et la profondeur de sol influencent fortement cette capacité de rétention.

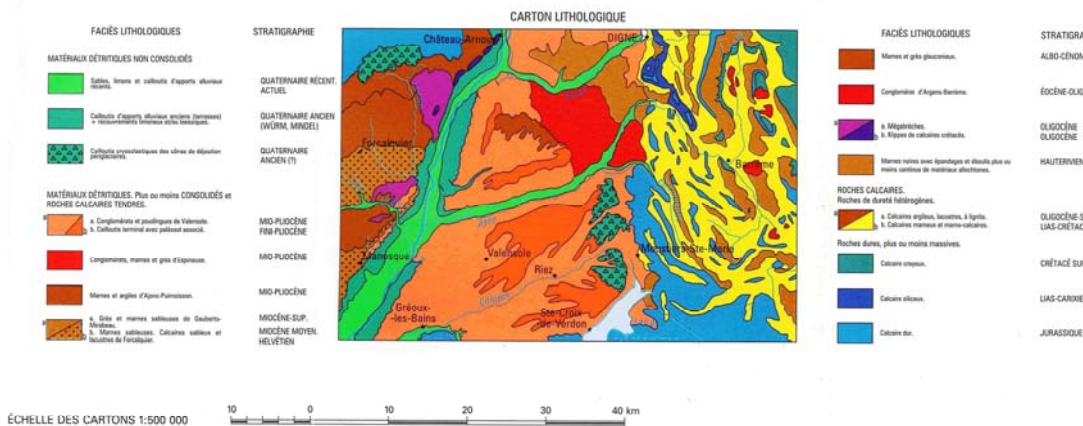


Figure 12 : Carton lithologique issu de la carte pédologique de France au 1/100 000 de Digne

5.3.1 Les sols du bassin de Manosque, Forcalquier

Les roches du bassin de Manosque Forcalquier en rive droite de la Durance, se caractérisent pas des alternances de calcaires durs et de calcaires marneux. Ils se décomposent en trois formations classées selon la dureté roches présentes (BORNAND *et al*, 2001) :

- Les formations molassiques⁵ sablo-gréseuses (figure 13), marquées par une alternance de bancs gréseux durs et faciès sableux ou marno-gréseux plus tendres. Les bancs gréseux durs sont caractérisés par des sols peu épais et discontinus, dans lesquels la végétation a du mal à s'implanter. Les faciès sableux ou marno-gréseux offrent des sols plus profonds, dont les potentiels

5 La molasse est un grès tendre à ciment calcaire (Le petit Larousse compact, 1992).

agronomiques peuvent être améliorés en fonction des possibilités d'irrigation. Selon leurs positions topographiques et en raison de leurs textures sableuses, ces sols peuvent connaître des phénomènes d'érosion.

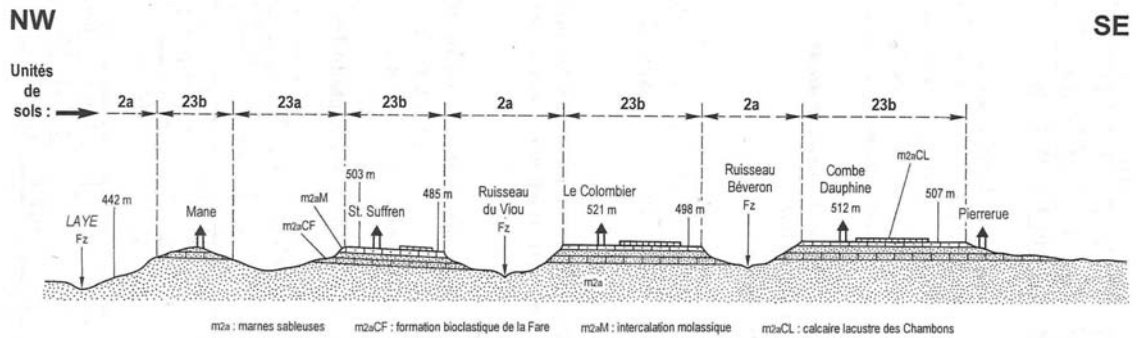


Figure 13 : Sols et paysages dans les formations sablo-gréseuses des collines molassiques des bassins de Folcalquier. (BORNAND, 2001)

- Les formations marno-calcaires (figure 14) et marno-gréseuses, présentent également de nombreux affleurements rocheux auxquels s'ajoute la présence de roches tendres peu perméables telles que les marnes. Les sols sont en général peu épais et discontinus.

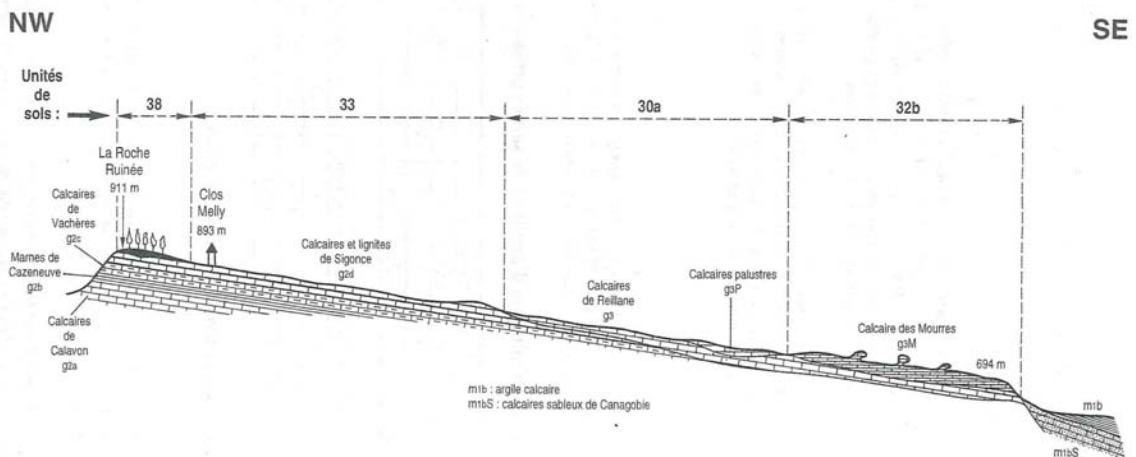


Figure 14 : Sols et paysages dans les faciès calcaires et marneux de l'oligocène (Stampien) nord de Forcalquier. (BORNAND, 2001).

- Les formations sur calcaire et/ou faciès massif et dur, se caractérisent également par des affleurements rocheux nombreux et épars (figure 15), des sols discontinus, peu homogènes et peu épais.

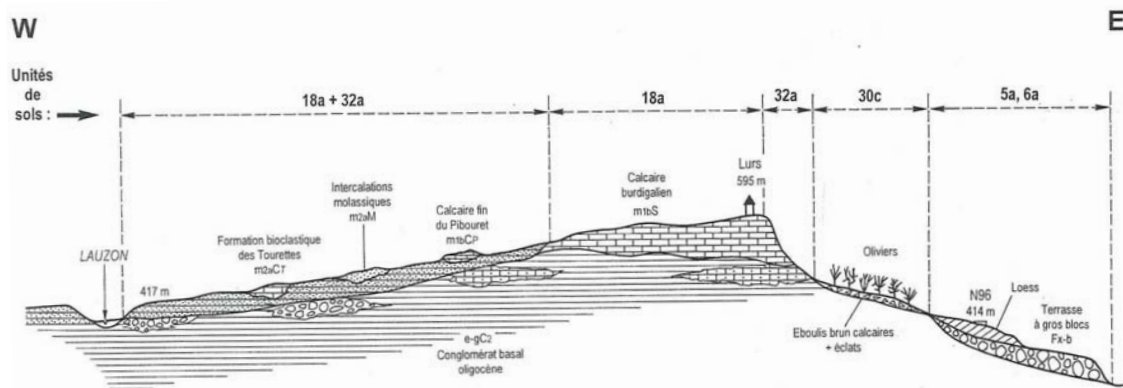


Figure 15 : Sols et paysages dans le faciès calcaréo-marneux du Burdigalien et de l'Helvétien (secteurs de Lurs) – (BORNAND, 2001)

5.3.2 Les sols des plaines alluviales de la Durance et de ses affluents

La formation de ces sols alluviaux de plaines est étroitement liée aux régimes anciens et actuels de la Durance et de ses affluents. Nous pouvons distinguer une zone de vallées constituées d'alluvions récentes et des terrasses d'alluvions anciennes.

- Les vallées d'alluvions récentes (figure 16) bordent la Durance et ses affluents. Les caractéristiques de ces sols sont liées à la proximité du cours d'eau. Nous avons les sols minéraux bruts d'apports alluviaux du lit mineur le plus souvent dépourvus de végétation. Les sols peu évolués d'apports alluviaux, calcaires, sains ou faiblement hydromorphes sont généralement profonds. Ils possèdent de bonnes potentialités agronomiques valorisées par des systèmes d'irrigation. Les sols alluviaux-colluviaux sont présents dans les petites vallées qui entaillent le plateau de Valensole. Ils possèdent aussi de bonnes propriétés agronomiques toutefois limitées par la configuration et l'accessibilité des parcelles.

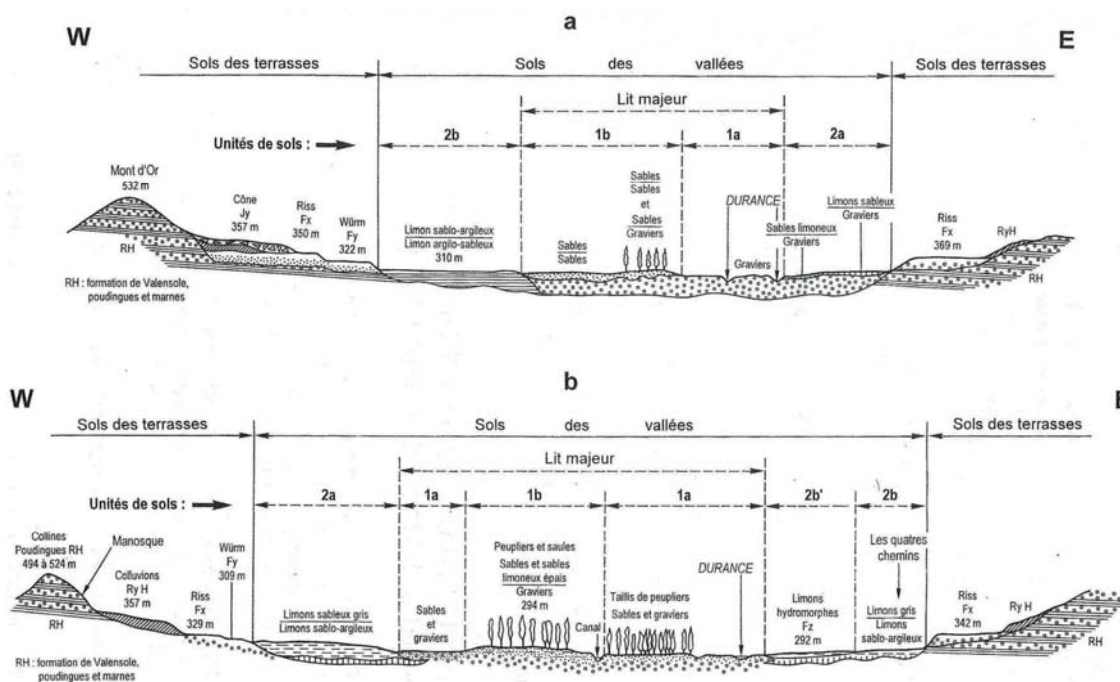


Figure 16 : Organisation des sols dans les plaines d'alluvions récentes de la Durance (BORNAND 2001)

- Les terrasses d'alluvions anciennes (figure 17) se caractérisent par trois niveaux : les basses, les moyennes, les hautes terrasses. En val de Durance, ces terrasses sont largement recouvertes de loess. Les sols souvent caillouteux ont de faibles réserves en eau qui sont compensées par les

possibilités d'irrigation. Les hautes terrasses des affluents de la Durance sont difficilement accessibles et ne possèdent pas de réseaux d'irrigations.

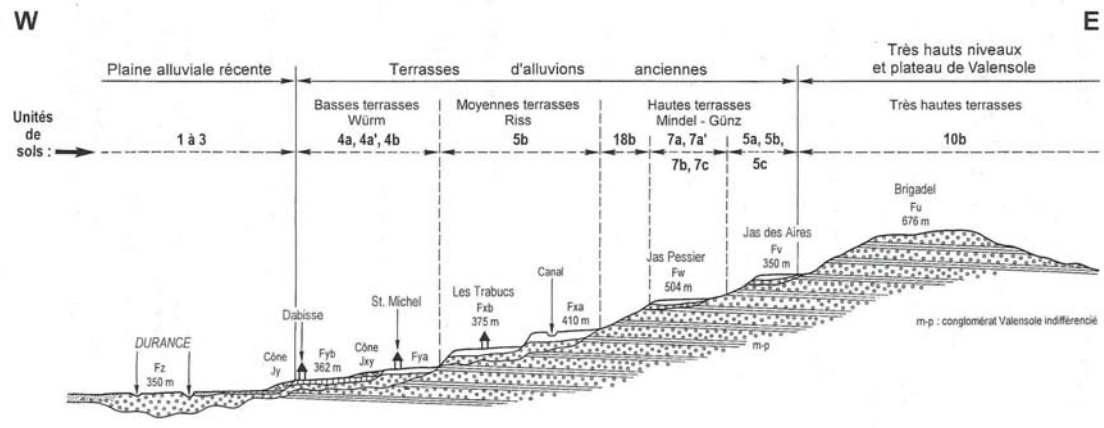


Figure 17 : Sols et terrasses dans les niveaux d'alluvions anciennes de la Durance (BORNAND, 2001)

5.3.3 Les sols du plateau de Valensole

Les sols du plateau de Valensole se caractérisent par une forte charge en cailloux et une extrême variation de sols liée à une irrégularité d'apparition des croûtes calcaires plus ou moins indurées (figure 18). Les propriétés agronomiques de ces sols peuvent être limitées localement par des quantités de calcaire actif élevées. L'eau est également un facteur limitant important. Les sols possèdent généralement une faible réserve en eau du fait de la forte charge en cailloux. La contrainte hydrique est parfois résolue localement par des forages ou des branchement sur des réseaux d'irrigation venant de la Durance ou du lac de St Croix.

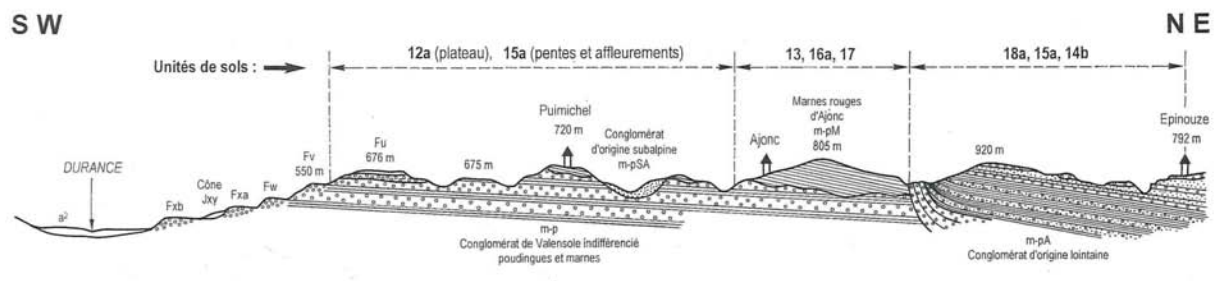


Figure 18 : Coupe schématique dans les formations du plateau de Valensole. Bordures orientales du plateau. (BORNAND, 2001)

5.4 DES CARACTERISTIQUES PEDOCLIMATIQUES DIVERSIFIEES

Comme nous venons de voir, les caractéristiques physiques des sols des Alpes de Haute Provence sont très variables en fonction de la localisation géographique. Selon la capacité de rétention en eau du sol considéré et la possibilité ou non d'irriguer, les oliviers supportent différemment la sécheresse estivale. La nature des sols et la possibilité ou non d'irriguer constituent des facteurs importants de différenciation entre les oléiculteurs. Ceux-ci ne sont pas égaux face aux contraintes pédoclimatiques de leurs lieux d'implantation.

Ainsi, nous avons mis en évidence que l'histoire culturelle, les conditions géographiques, géologiques, climatiques caractérisent l'héritage oléicole de Haute Provence. Le rôle des hommes dans cet héritage est également déterminant de part leur implication dans la création d'institutions. Nous allons présenter ces différentes institutions pour comprendre la période actuelle de redéploiement de la production d'huile d'olive.

6 L'EMERGENCE D'INSTITUTIONS

Le redéploiement actuel de l'oléiculture résulte d'une politique nationale et internationale de promotion et de soutien de cette production. Nous allons présenter la création de différentes institutions et leurs rôles dans la production oléicole. (Figure 20 : schéma récapitulatif à la fin de ce chapitre)

6.1 LES INSTITUTIONS INTERNATIONALE ET EUROPEENNE

La création et la mise en oeuvre de normes de production, de transformation et de commercialisation de l'huile d'olive vont se faire notamment par le biais d'institutions internationales et européennes.

6.1.1 Le conseil Oléicole International

L'entrée en vigueur en 1959 de l'accord international de 1956 sur l'huile d'olive marque la création du Conseil Oléicole International⁶ (C.O.I.). Ses principaux domaines de compétences sont :

- la coopération internationale et la concertation pour le développement de l'économie oléicole ;
- la modernisation de l'oléiculture, de l'oléotechnie et de l'industrie des olives de table ;
- l'expansion et la normalisation du commerce international des produits oléicoles (ADE, 2002).

Cette normalisation consiste notamment à l'élaboration des critères de classification des huiles d'olive et à la définition des méthodes d'analyses objectives de la qualité « *il y a eu une méthode qui est parue dans le règlement original qui est le 25/78/91, le règlement européen et donc la méthode de l'époque a donné beaucoup de contestation et a été revue par le conseil oléicole international* » (parole d'expert). Cette normalisation a également pour mission la formation des jurys pour mettre en oeuvre ces méthodes d'analyse des huiles « *moi je me suis aussi formé par le Conseil Oléicole international et j'ai suivi une formation de chef de jury de dégustation* » (parole d'expert).

6.1.2 l'Organisation Commune de Marché de l'huile d'olive

L'Organisation Commune de Marché (O.C.M.) de l'huile d'olive, définissant des règles communes de production pour les pays de l'Union Européenne, est créée en 1966. A cette époque, l'Europe est importatrice nette d'huile d'olive. Les objectifs affichés de l'O.C.M. sont de renforcer la production et la consommation d'huile d'olive auprès des utilisateurs (industriels qui utilisent l'huile dans leur process agro-alimentaires) et des consommateurs européens, de maintenir la compétitivité de l'huile d'olive par rapport aux autres huiles végétales. Pour y parvenir, un ensemble de mesures est mis en place dont notamment l'aide à la production et l'aide à la consommation.

▪ Une aide à la production

En ce qui concerne l'aide à la production, une distinction va être faite entre petits et grands producteurs. Cette catégorie repose sur la quantité d'huile d'olive produite. Le seuil est fixé initialement à 100 kilos d'huile, il progressera jusqu'à 500 kilos. Les petits producteurs reçoivent une aide forfaitaire calculée sur la base du nombre d'oliviers et des rendements moyens sur les quatre dernières années de la zone de production. Les grands producteurs obtiennent une aide en fonction de la quantité réelle d'olives produites. Cette mesure repose sur le constat que « le secteur oléicole se caractérise par une forte présence d'exploitations de petites dimensions, ayant

⁶ Les pays fondateurs sont la Belgique, la France, la Grèce, Israël, l'Italie, la Libye, le Maroc, le Portugal, l'Espagne, la Tunisie, le Royaume Uni. Le C.O.I. compte aujourd'hui 13 pays membres en plus des pays membres de la Communauté européenne.

généralement des marges de rentabilité très faibles et étant donc particulièrement vulnérables aux variations annuelles de la production. Dès le début du régime, il a semblé logique d'octroyer une protection spéciale aux petits producteurs par le biais d'un système spécifique d'aide » (Direction Générale de l'Agriculture, 2003).

Pour permettre le recensement des vergers oléicoles et le contrôle de l'octroi des aides aux oléiculteurs, les Etats membres sont obligés en 1975 de créer un casier oléicole (recensement de toutes les surfaces cultivées en oliviers).

▪ **L'entrée de nouveaux pays dans l'union européenne change la donne**

Les mesures mises en œuvre dans le cadre de l'O.C.M. huile d'olive stimulent la production d'huile d'olive et entraînent une augmentation des surfaces plantées en oliviers. Avec l'adhésion de la Grèce, l'Union européenne devient presque autosuffisante en huile d'olive. En prévision de cet élargissement et pour limiter une trop forte augmentation de la production, l'O.C.M. est modifiée avec notamment l'interdiction de toutes nouvelles plantations d'oliviers à partir de 1978. Dans la pratique, cette mesure a peu d'effets car il y a peu de moyens de contrôle de la localisation des vergers.

Avec les adhésions de l'Espagne et du Portugal en 1986, de nouvelles modifications sont prises pour adapter l'O.C.M. huile d'olive à la nouvelle conjoncture. En effet, l'Union européenne devient exportatrice nette d'huile d'olive. Pour limiter l'aide à la production, une Quantité Maximale Garantie (Q.M.G.) est créée en 1987. Lorsque la production européenne d'huile d'olive dépasse cette Q.M.G., le montant versé par kg d'huile au producteur est réduit.

Cette mesure est remplacée à partir de 1998 par un système de Quantité Nationale Garantie (Q.N.G.), qui réduit les prix d'intervention dans les pays qui dépassent leur QNG.

▪ **Nouvelles modifications de l'O.C.M. à partir de 1998**

En février 1997, la Commission européenne fait un état des lieux du fonctionnement de l'O.C.M. huile d'olive. Il en ressort cinq points principaux : « une aide accordée en fonction des quantités stimule considérablement la production ; la tendance à la constitution d'excédents structurels est renforcée par l'extension des superficies plantées en oliviers après la suppression, en 1987, de la mesure limitant les surfaces dont la production est éligible au bénéfice de l'aide ; le mécanisme en vigueur crée une multitude de problèmes insurmontables de contrôle des déclarations de productions ; le nombre de cas de fraudes décelés en ce qui concerne l'aide à la consommation n'a cessé d'augmenter ; l'O.C.M. ne prévoit aucune incitation économique à l'amélioration de la qualité » (ADE, 2002).

De nouvelles modifications sont prises en 1998 avec notamment la fin de la distinction entre petit et grand producteur. Tous les producteurs sont soumis à l'aide en fonction des quantités réellement produites. Le casier oléicole est remplacé par un système d'information géographique (S.I.G.). En effet, en 1998, seule l'Italie avait finalisé son casier oléicole. Les plantations d'oliviers réalisées après le premier mai 1998 ne sont plus éligibles à l'aide à la production. Il existe toutefois des dérogations pour les pays bénéficiaires d'un programme de plantation préalablement approuvé. C'est le cas pour la France et la Grèce à hauteur de 3500 hectares et, 30 000 hectares pour le Portugal. Ces nouvelles mesures de 1998 sont conçues comme un régime transitoire qui durera jusqu'à la campagne 2004/2005. A compter de cette date, les aides à la production sont supprimées et remplacées par un Droit à Paiement Unique (D.P.U.). Ces subventions sont accordées en fonction d'un calcul basé sur le montant des aides à la production versé sur quatre campagnes de références : 1999/2000 à 2002/2003.

A partir des années 2000, la Commission européenne s'engage dans une « stratégie de la qualité » pour l'huile d'olive. Cela passe notamment par une redéfinition de la classification des catégories d'huile d'olive, un renforcement des règles d'étiquetage et une amélioration des contrôles par

analyses chimiques et organoleptiques. Une nouvelle classification des huiles d'olive est adoptée en novembre 2003.

6.2 LES INSTITUTIONS NATIONALES

A l'issu de la seconde guerre mondiale, la France s'engage dans une politique de modernisation de l'agriculture. Cette politique s'appuie notamment sur la création d'institutions nationales interprofessionnelles de régulation. Ces institutions peuvent être classées en deux catégories juridiques :

- les offices, établissements publics à caractère industriel et commercial ;
- les associations interprofessionnelles, organismes privés.

Toutefois, il existe également un service régional de l'oléiculture dont la fonction est l'appui technique et le suivi de la production oléicole. (Nous n'avons pas pu obtenir d'information sur sa date de création ni sur ce qu'il est devenu).

6.2.1 Les Offices Nationaux Interprofessionnels

Le Syndicat Interprofessionnel des Oléagineux et des Fluides Alimentaires (Siofa) est créé en 1938. Il précède la création de la Société Interprofessionnel Des Oléagineux (Sido) en 1966, date d'entrée en application de l'O.C.M. huile d'olive. Cet organisme est agréé par l'Etat comme organisme payeur des subventions communautaires. Il est remplacé en 1999 par l'Office National Interprofessionnel des Oléagineux (Oniol). L'Oniol a fusionné en 2006 avec l'Office National Interprofessionnel des Céréales (Onic) pour former l'Office National Interprofessionnel des Grandes Cultures (Onigc). Depuis 2006, l'Onigc n'a plus en charge le versement des aides européennes. En effet, avec la réforme de la PAC de 2003, le vote de la nouvelle Loi d'Orientation Agricole (L.O.A.) du 8 janvier 2006 crée une Agence Unique de Paiement (A.U.P.). Elle a pour mission de gérer le versement des aides directes aux agriculteurs. D'après les dires d'un employé de l'Onigc, un projet de fusion de tous les offices est en cours.

6.2.2 L'Institut National d'Appellation d'Origine

La création de l'Institut Nationale des Appellations d'Origine (Inao) et la reconnaissance des Appellations d'Origine Contrôlée (A.O.C.) remonte à la loi du 30 juillet 1935. Initialement, les A.O.C. sont réservées uniquement aux produits vinicoles (vins et eaux-de-vie). Dans le cas de l'huile d'olive, les responsables oléicoles font une demande pour l'obtention d'un label de qualité, en 1950. Les responsables d'autres filières partagent ce type de projet. Ils obtiennent avec la loi du 2 juillet 1990, la généralisation de ce label à l'ensemble des produits agricoles ou agroalimentaires bruts ou transformés. La première huile d'olive A.O.C. est celle de Nyons, crée le 10 janvier 1994. L'huile d'olive des Alpes de Haute Provence obtient son appellation A.O.C. huile d'olive de Haute Provence, le 16 décembre 1999.

6.2.3 Les associations interprofessionnelles

Dès le début de la création des institutions interprofessionnelles, le secteur oléicole est intégré dans la filière oléagineuse. L'Association Générale des Producteurs d'Oléagineux (A.G.P.O) est créée en 1945. En avril 1947, une section spécialisée « olives », crée par les oléiculteurs, est accueillie à l'A.G.PO. Cette dernière va être chargée de représenter et de défendre les intérêts des oléiculteurs auprès des pouvoirs publics. Elle regroupe les représentants des oléiculteurs français, nommés au sein des sections spécialisées oléicoles des Fédérations Départementales des Syndicats d'Exploitants Agricole (F.D.S.E.A). Les représentants de l'A.G.P.O. sont en relation directe avec le ministre de l'agriculture et les fonctionnaires du ministère ainsi que les fonctionnaires du service régional de l'oléiculture basé à Marseille. Les représentants négocient avec les fonctionnaires et le

ministère, l'octroi, entre autre, de primes de constitution ou de reconstitution de vergers d'oliviers suite aux gels de 1956 ou de 1962.

En 1950, l'A.G.P.O. section olives porte un projet de création d'une coopérative agricole de transformation, de conservation et de vente des olives et huiles d'olives métropolitaines. Dans une note de l'époque (A.G.P.O., 1950, Annexe 2), les objectifs sont précisés : « redonner à l'huile d'olive vierge obtenue dans la Métropole sa réputation de produit de qualité ; faire connaître et apprécier cette qualité aux consommateurs et leur permettre de distinguer, par un « Label d'Appellation de qualité » et une « Marque commerciale », des autres huiles se trouvant sur le marché ; organiser et réaliser la vente directe de la production au détail⁷ ». Ce projet n'aboutira pas mais préfigure les orientations futures de la filière oléicole.

En 1960, messieurs Eugène Bienvenu pour les olives à huile et Jean de Saporta pour les olives de table sont les délégués du département des Basses-Alpes à l'A.G.P.O. Monsieur de Saporta est nommé président de l'A.G.P.O. de 1963 à 1969. Il sera un des membres fondateurs et premier président du Syndicat Des Oléiculteurs des Basses-Alpes en janvier 1968.

Dans les années 80, les oléiculteurs créent le Comité Economique Agricole de l'Olive (C.E.A.O.). Nous n'avons pas pu obtenir d'informations précises sur le devenir de l'A.G.P.O. section olives et sur les circonstances de la création de cette nouvelle institution. Les délégués du C.E.A.O. poursuivent le travail de représentation et de défense des intérêts des oléiculteurs. Monsieur André Pinatel, oléiculteur de Haute Provence, en devient le président en 1990. L'Association Française Interprofessionnelle De l'Olive (Afidol) succède au C.E.A.O. en 1999 et intègre L'Organisation Nationale Interprofessionnelle Des graines et fruits Oléagineux (Onidol). Aujourd'hui, l'Onidol fait partie de Proléa.

Proléa est la filière française des huiles et protéines végétales qui est née des fusions successives des filières oléagineuses. Elle regroupe cinq établissements (www.prolea.com, 2008) :

1. l'Union Nationale Interprofessionnelle des Plantes riches en protéines (Unip) créée en 1976 ;
2. la Fédération des producteurs des oléagineux et des protéagineux (Fop) créée en 1990, elle est née de la fusion de l'Association Générale des Producteurs de Plantes riches en Protéines (A.F.P.P.) et de l'A.G.P.O. ;
3. Le Centre Technique Interprofessionnel des Oléagineux Métropolitains (Cetiom) créé en 1957. Il s'agit de l'organisme technique de recherche et de développement au service des productions oléagineuses françaises. L'olive n'est pas concernée.
4. L'Organisation Nationale Interprofessionnelle Des graines et fruits Oléagineux (Onidol), créé en 1978. Il regroupe les principales associations et fédérations professionnelles concernées par la production, la commercialisation, la transformation et l'utilisation des oléagineux, colza, tournesol, soja, lin, olive. Pour rappel, l'Onidol accueille en 1999, la section spécialisée olive, l'Afidol.
5. L'établissement financier de la filière française des huiles et des protéines végétales (Sofiprotéol) créé en 1983. Il a notamment pris en 2003 le contrôle de Lesieur par le biais d'une société commune, la Société Agro Industrielle de Patrimoine Oléagineux (Saipol). Le capital de cette société est détenue à 66,66 % par Soprol, filiale contrôlée par Sofiprotéol et à 33,34 % par Cereol, filiale du groupe Bunge.

⁷ En 1950, seuls les viticulteurs ont obtenus la reconnaissance de leurs vins en Appellation d'Origine Contrôlée. Il faudra attendre 1990, pour que cela s'étende à l'ensemble des produits agroalimentaires.

6.3 LES INSTITUTIONS DEPARTEMENTALES ET LOCALES

6.3.1 Les moulins

Les moulins représentent une des premières formes institutionnelles de gestion de la production. Avec le déclin de l'oléiculture au début du XX^{ème} siècle et le repli de la production oléicole le long du sillon durancien, la quasi-totalité des moulins villageois disparaît. De cette époque, seul le moulin traditionnel, avec ses meules et ses scourtins de la Cascade à Lurs fonctionne encore. En 2004, le territoire oléicole de Haute Provence dispose de six moulins dont le moulin traditionnel évoqué ci-dessus. Les cinq autres moulins sont tous équipés de broyeurs et centrifugeuses (système continu). Sur les cinq, il y a deux moulins coopératifs : le moulin de l'olivette (Manosque) et le moulin des Pénitents (Les Mées). Les trois autres sont des moulins privés : les deux moulins Paschetta-Henry (à Oraison et Peyruis) et le moulin Arrizi (Les Mées).

Les moulins assurent plusieurs fonctions en plus de la trituration.

- Ils assurent le contrôle de la qualité des olives à l'entrée du moulin.
- Ils organisent le marché des olives et des huiles d'olive. En effet, les principaux moulins sont en position dominante dans la fixation des prix d'achats des olives et des prix de ventes des huiles d'olive « *tout le monde est obligé de passer (...) par le moulin, donc du coup y a beaucoup de gens qui produisent, y a peu de moulins en proportion donc tout le monde est obligé de passer par cet entonnoir* » (parole de technicien). Les moulins commercialisent l'essentiel des volumes d'huiles d'olive en local et en régional.
- Par la fixation de leurs dates d'ouvertures et de fermetures, les moulins encadrent les époques de récolte et les types d'huiles d'olive produites. Avec la reconnaissance de l'huile d'olive A.O.C. de Haute Provence, une partie des producteurs ont orienté leur production sur un fruité vert obtenu à partir d'olives tournantes (qui ne sont pas encore arrivées tout à fait à maturité) « *c'est un peu à cause de l'AOC, cette manie de ramasser trop tôt* » (parole d'un moulinier). Il en résulte des dates d'ouvertures plus précoces. D'autre part, l'augmentation des capacités de trituration explique également la diminution des périodes d'ouvertures des moulins « *il faut faire en 4 semaines ce que faisait mon grand-père en 2 mois* » (parole d'un moulinier).
- Les moulins ont également une fonction sociale. Ce sont des lieux de rencontre et d'échange d'information « *c'est un lieu de rendez-vous un moulin, c'est un lieu de rencontre, y a toujours de quoi manger de quoi boire... les gens se rencontrent vous voyez, ils se rencontrent autour d'un verre de vin, ils fument une cigarette et ça a toujours été* » (parole d'un moulinier).

6.3.2 Le syndicat des oléiculteurs

Le Syndicat des Oléiculteurs (S.D.O.) des Basses-Alpes est né le 8 janvier 1968 du regroupement d'oléiculteurs. Avant cette date, ceux-ci étaient regroupés au sein de la section spécialisée oléicole de la Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricole (F.D.S.E.A.). Le premier président du S.D.O. est Monsieur Jean de Saporta qui est également à cette époque le président de l'A.G.P.O. section olives. L'Assemblée Générale de ce nouveau syndicat adopte deux vœux. « Le premier demandant le rétablissement de la prime donnée pendant 15 ans pour les nouvelles plantations d'oliviers. Le second réclamant qu'un label de qualité soit accordé aux huiles de Haute Provence » (Procès Verbal de constitution du syndicat des oléiculteurs des Basses-Alpes, 1968). Cette volonté de label de qualité se précise par le choix de l'appellation « Huile d'olive vierge de Haute Provence » lors du Conseil d'Administration du 15 mars 1969. Le S.D.O. va servir de support à l'organisation d'essais et à la diffusion de nouvelles techniques culturales en terme de plantation, d'irrigation, de taille, de traitement, de récolte. Il organise des journées de formation technique.

Monsieur Jean de Saporta quitte la présidence du syndicat en 1969, « il lui est difficile de suivre toutes les réunions régionales et nationales » (Conseil d'Administration du Syndicat des oléiculteurs, 15 Mars 1969). Monsieur René Cartier succède à Monsieur Jean de Saporta en 1969. Il préside jusqu'en 1972, date à laquelle il est relayé par Monsieur André Pinatel.

De 1972 à 1994, le syndicat fonctionne au ralenti, « *il est resté longtemps en sommeil* » (parole d'un responsable oléicole).

Le 19 mars 1994, sous la présidence de Monsieur André Pinatel, également président du C.E.A.O., le S.D.O. est réactivé. Les membres du S.D.O. s'engagent dans la démarche d'obtention de l'appellation A.O.C. huile d'olive de Haute Provence, « *notre objectif, c'était bien d'avoir l'AOC, parce qu'en 94 Nyons venait d'avoir son AOC* » (parole d'un responsable oléicole). En parallèle, le S.D.O. et son technicien oléicole Monsieur Jean-Marie Baldassary, vont mettre en œuvre les aides du plan de rénovation du secteur oléicole de 1996 à 1999 (Cf. paragraphe 7 « le redéploiement de la production oléicole »).

6.3.3 Le Syndicat A.O.C Huile d'olive de Haute Provence

Le syndicat A.O.C. huile d'olive de Haute Provence est créé le 19 Octobre 1999. L'appellation est obtenue le 13 Décembre 1999 en même temps que l'A.O.C. huile d'olive d'Aix en Provence. Le syndicat va regrouper des producteurs et notamment les deux moulins coopératifs des Alpes de Haute Provence. Le moulin Paschetta-Henry et le moulin Arrizi ne vont pas adhérer à l'appellation. « *l'AOC peut être une garantie, si tous ces critères sont respectés c'est une garantie donc ça peut vous servir de lettre d'introduction auprès d'un, d'un magasin qui vendrait votre, votre huile mais comme nous on vend directement pour l'instant j'en ai pas besoin* » (parole de moulinier).

Le syndicat A.O.C. va fusionner avec le syndicat des oléiculteurs le 13 Octobre 2000. « *Y a une année où on a voulu regrouper les deux, donc ça c'était, on avait pas trop réfléchi à la chose et c'était infaisable et l'Inao nous l'a interdit. Et c'est vrai qu'au niveau du fonctionnement c'était l'idéal mais c'était pas possible donc ça avait existé pendant 1 an ou 2, après il a fallu qu'on re-sépare les 2 structures* » (parole de responsable). Pour des raisons administratives, le syndicat A.O.C. est obligé, le 11 mai 2001, de se dissocier du S.D.O.

6.3.4 Le groupement des oléiculteurs

Le groupement des oléiculteurs de Haute Provence et du Lubéron est une association créée en octobre 1993 après que le mont d'Or ait connu deux incendies successifs.

« en 1989, il y avait eu le dernier dimanche de Juillet un incendie, un barbecue mal éteint en dessous qui avait mis le feu tout autour (...) le mont d'Or brûlait et ça brûlait jusque là haut. Pour les vieux manosquins et les natifs de Manosque, c'était quand même et ça a été le, quelques jeunes s'y sont mis, ils ont dit il faut qu'on fasse quelque chose pour le Mont d'Or, ça a été le départ du groupement des oléiculteurs » (parole d'oléiculteur familial).

Le dernier incendie est le phénomène déclencheur du rassemblement d'un petit groupe d'oléiculteurs « *on a commencé à 4 ou 5 facteurs à prendre un petit morceau de terrain, le débroussailler, remettre les oliviers en état. Et puis il y a quelques personnes qui se sont jointes à nous mais, on était un petit groupe d'une dizaine de personnes pas plus, à remettre, à continuer un peu la, à couper l'herbe, sur une petite section du Mont d'Or* » (parole de responsable oléicole).

Aujourd'hui, le groupement compte 600 adhérents répartis sur l'ensemble de la Haute Provence et même à l'extérieur « *nous ça s'adresse donc à des gens pas qu'à des producteurs professionnels, parce qu'il y a des amateurs qui ont trois oliviers dans leur jardin qui veulent que ça leur rapporte quelque chose* » (parole de responsable oléicole). Les bénévoles du groupement sont très actifs et occupent une place prépondérante dans l'animation oléicole et culturelle du territoire de Haute Provence. Ils amènent les touristes en balade dans les oliviers du Mont d'Or, visiter le moulin de

l'olivette. Ils participent à l'organisation de fêtes oléicoles comme la fête de l'huile nouvelle ou la fête départementale de l'olivier. Sur le plan de l'appui technique à la culture des oliviers, le groupement travaille en partenariat avec Alex Siciliano, technicien oléicole. Il organise des démonstrations de taille, des journées de formation sur la fertilisation, les traitements phytosanitaires, le greffage (figure 19). Le groupement publie un bulletin bimestriel contenant notamment des informations sur l'actualité oléicole, des conseils de saisons, les dates des manifestations. Le Groupement fait partie du réseau des Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural (Civam). Ils se définissent comme des accompagnateurs des « initiatives d'agriculteurs et de ruraux et participent au développement d'un milieu rural attendu par l'ensemble de la société » (Civam, 2008). Le Civam regroupe également des agriculteurs produisant sous le label Agriculture Biologique (A.B.), réunis au sein de Agribio 04.



Figure 19 : Journée de formation de greffage, association oléicole « Entrevennes le village des oliviers »

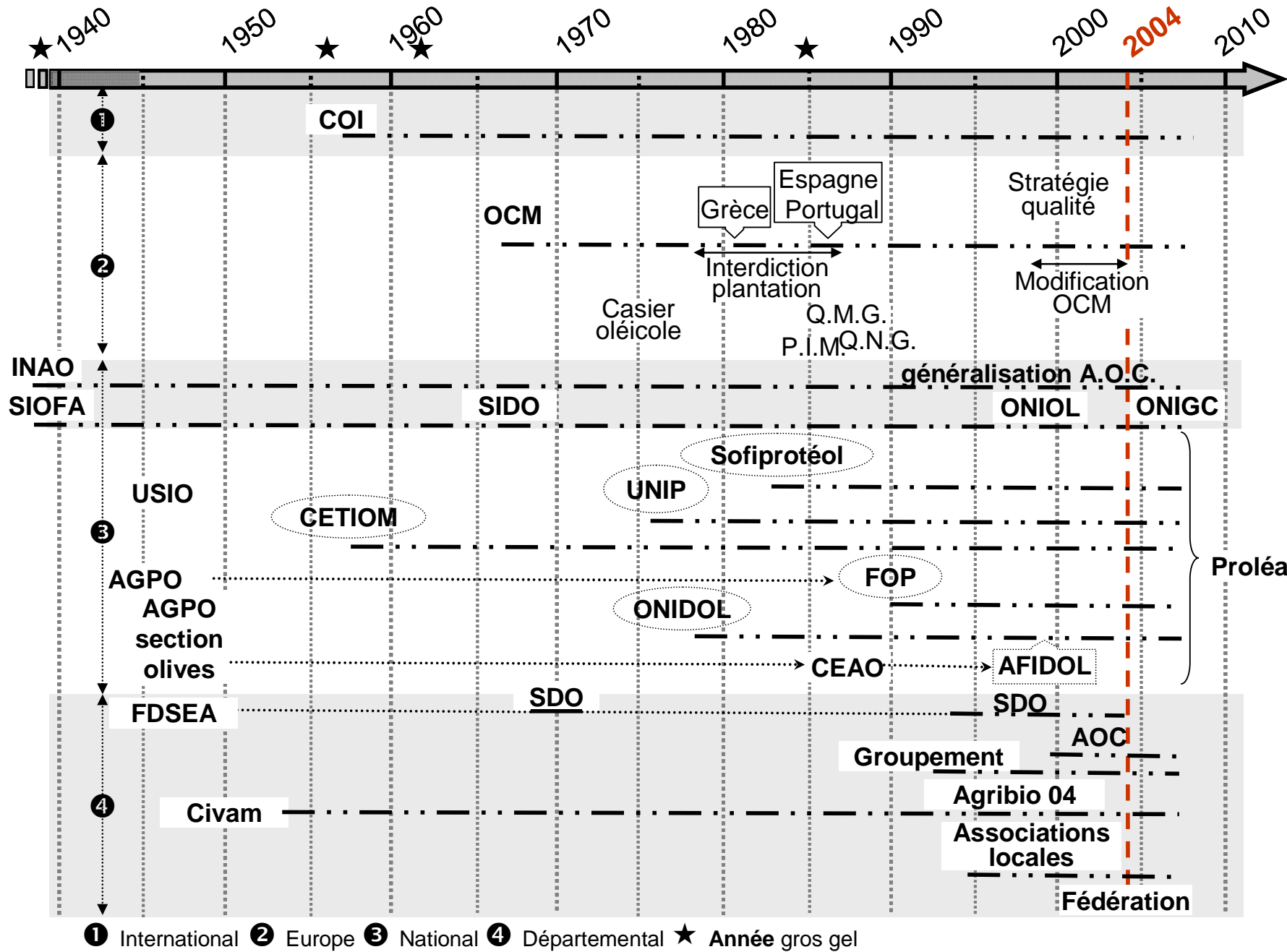


Figure 20 : Schéma récapitulatif des institutions de régulation

7 LE REDEPLOIEMENT DE LA PRODUCTION OLEICOLE

Le redéploiement de la production oléicole de Haute Provence de ces dernières décennies se construit depuis plus d'un demi-siècle. Le rôle des représentants des oléiculteurs dans les lieux de négociation et de décision est décisif. (Figure 21 : schéma récapitulatif à la fin de ce chapitre)

7.1 DE LA SORTIE DE LA SECONDE GUERRE MONDIALE AUX ANNEES 80

A la sortie de la seconde guerre mondiale, dans un contexte général de modernisation de l'agriculture, les responsables oléicoles engagent l'oléiculture dans cette voie. Les efforts de modernisation sont très certainement ralentis par les conséquences désastreuses des années de grands froids tels que 1956 ou 1962. Toutefois, l'Etat apporte son soutien technique et financier. En effet, en France et à l'étranger, des recherches et des essais sont menés sur les techniques de taille, les méthodes de récolte, les densités de plantation, l'irrigation, la fumure, les traitements antiparasitaires. Ces recherches sont menées pour augmenter les rendements en olive des vergers et diminuer les coûts de production. « Il est admis que par le simple fait d'une lutte bien menée et bien comprise contre les parasites, les productions des vergers d'oliviers peut augmenter de l'ordre de 50 %... Les frais de récolte constituent un des éléments essentiels du prix de revient (25 % au moins) ; divers essais sont en cours afin d'en abaisser le coût : application de produits favorisant la chute des fruits (Israël), secoueurs, etc... » (compte rendu de l'Assemblée Générale du S.D.O. du 24 juin 1972). Cet extrait illustre les orientations productivistes dans lesquelles les responsables oléicoles et les pouvoirs publics engagent l'oléiculture française.

7.2 DES ANNEES 80 AUX ANNEES 2000

Cette politique de modernisation de l'oléiculture se poursuit. Les responsables oléicoles du C.E.A.O. obtiennent le financement public d'un plan triennal de relance de l'olivier de 1987 à 1990. Ces aides sont destinées à la création de vergers modernes. Dans un même temps, ils négocient auprès de la Commission européenne et obtiennent une aide à la de plantation de 200 hectares dans le cadre des Programmes Intégrés Méditerranéens (P.I.M.).

« c'était des aides qui avait été donné par les pouvoirs publics pour aider les structures du sud de la France a supporter la rentrée de l'Espagne et du Portugal dans le marché commun (...) on a négocié au niveau des pouvoirs publics en disant bon puisque toutes les cultures méditerranéenne y ont droit, faut qu'on réserve une petite partie pour l'olivier » (parole d'un responsable oléicole).

Ces 200 hectares vont servir à mettre en place des vergers pilotes sur l'ensemble du bassin oléicole français.

« on avait eu 200 hectares de plantation aidées justement pour voir comment on pouvait rationaliser un peu mieux l'oléiculture donc ça nous a permis de mettre en place des vergers qu'on va appeler un peu, mais je mets beaucoup de parenthèses, intensif (...) on a mis en place ces 200 hectares, un peu de partout dans la zone et, conduit avec de l'irrigation, avec des fumures, on s'est aperçu que c'est quelque chose qui pourrait être intéressant et à partir de là on a essayé d'avoir (...) un itinéraire technique, pour que les gens qui voulaient planter puisse, puisse le faire dans de bonnes conditions et donc voilà à partir de là dans les années 90, ça a démarré, on a vu que c'était possible et on est, euh là, on a, on a mis en place le plan de relance qui a eu effet à partir de 98 et là on a planté les 3500 hectares » (parole d'un responsable oléicole).

Les vergers pilotes mis en place dans le cadre des P.I.M. vont donner aux responsables oléicoles des références techniques sur les modalités d'intensification de la culture des oliviers. Ces données vont leur permettre de négocier un plan de rénovation du secteur oléicole de 1995 à 1998. Ce plan est prolongé par un programme de plantation de 3500 hectares autorisé par la Communauté européenne

dans le cadre de l'O.C.M. huile d'olive. Cette dérogation permet aux nouvelles plantations faites dans le cadre du programme de bénéficiaire des aides à la production.

- Histoire d'une négociation

« c'est moi qui l'ai négocié au niveau européen ça parce que, on voulait justement, moi ça c'est passé un jour au salon de l'agriculture, ça a été un peu une histoire un peu, bon c'est toujours pareil c'est dans des, dans des concours de circonstances, je me trouve au salon de l'agriculture avec Philippe Vasseur, je sais pas tu en as entendu parlé peut être, c'était le ministre de l'Agriculture donc dans les années 92 par là ou treize et on discute et je lui dis bon il faudrait que maintenant bon on commence à se structurer un peu, l'huile d'olive ça démarre enfin, il faudrait que vous nous aidiez un peu sur la filière alors il me dit mais qu'est-ce que vous faite, que c'est une toute petite filière, lui il la connaissait à peine, je lui dis voilà, on produit entre 2500 et 3500 tonnes d'huile et on en consomme 80000 ou 80-70000, alors il me dit écoutez, je vais vous dire, si vous voulez que les pouvoirs publics et nous en particulier on commence à s'intéresser à vous, il faudrait que vous puissiez produire au moins 10 % de la consommation française, alors les 10 %, bon je lui ai dit nous on produit 3000, on produit 60, on consomme 60-70000, il suffit qu'on double notre production et on arrive à peu près à 70 %, euh à 10 %, alors bon j'ai dit écoutez bon d'accord on vous fait un programme pour ça et donc nous on considère qu'1 hectare d'oliviers plantés, on avait les données qu'on avait eu dans le cadre des PIM, les hectares qui avaient été plantés, menés correctement, on arrivait à faire entre 1000 et 1200 litres d'huile par hectare, donc on s'est dit, on considère à la louche, un hectare 1000 litres, 1000 kilos, 1000 kilos d'huile donc 3000, il nous faut 3500 litres d'huile supplémentaire, il nous faut 3500 hectares donc ça on, mais seulement moi je vois entre temps le ministre Vasseur a changé et c'était Lepinsec qui est, l'autre ministre ça a été Lepinsec, Lepinsec il était bien ami avec le responsable de la filière des oléagineux qui était monsieur Sabin qui était un bon ami à moi et pareil, le salon d'après y avait plus Vasseur y avait Lepinsec, je vois mon ami Sabin, donc il me dit (X) vient ici, on va attraper le ministre, alors le ministre arrive, on le fait asseoir au stand, on discute un moment parce que lui le connaissait bien, il lui dit bon il faut qu'on t'explique, (X) il a besoin de 3500 hectares, il lui dit toi tu vas aller négocier parce qu'il le tutoyait, toi tu vas aller négocier à Bruxelles mais tu vas pas en demander 3500 hectares, tu vas en demander 5000, comme ça on aura nos 3500 hectares alors moi je m'étais dit même 3500 hectares on avait pensé que c'était, c'était, à la limite une on en aurait eu 2500 ou 3000 c'était bon, donc Lepinsec va négocier, il négocie pour les 5000, on lui en donne 3500 mais entre temps, lui il avait négocié un problème sur la banane, parce que la banane il y avait, il fallait, enfin ça a été comme toujours dans ces cas là des négociations de marchands de tapis enfin en tout cas la France a eu 3500 hectares, y a eu la Grèce qui en a eu 3500 hectares, l'Espagne n'en a pas eu, l'Italie, je crois à eu peut être 1500 hectares et le Portugal lui par contre a eu 30000 hectares parce que eux ils en manquaient beaucoup donc voilà, on a été parmi ceux qui ont été pas mal servis et donc quand on a eu ça on a fait en sorte que les pouvoirs publics nous aide à les mettre en place et donc on avait des aides si je me rappelle bien qui étaient de l'ordre de, je l'ai plus tout à fait en tête, je me rappelle plus si c'était 1200, 15, enfin je vais vous parler en francs parce que c'était 12000 ou 15000 francs il me semble dans ces eaux là, donc ça a permis, en gros ce qu'on avait vu c'est que les gars qui faisaient les choses comme il faut, en plantant aux environs de 300-350 plants/hectares, ça payait presque les plants, donc c'était vrai que ça après, bon il suffisait qu'on mette un peu de notre travail pour préparer le sol, une fumure de fond et bien entendre l'arrosage pour ceux qui le pouvaient, et ça faisait une mise de fond qui était relativement faible, et voilà c'est parti comme ça. » (parole de responsable oléicole).

Cet extrait illustre le modèle productiviste retenue par les responsables oléicoles dans la définition du plan de relance. En effet, ils se basent sur des rendements moyens de 1000 kilos d'huile par hectare, ce qui représente environ 5 tonnes d'olives par hectare. Pour obtenir de tels rendements, il est indispensable d'avoir des oliviers irrigués ce qui n'est pas le cas de la majorité des oléiculteurs des Alpes de Haute Provence.

En parallèle des aides à la plantation du plan de rénovation oléicole destinées aux agriculteurs et cotisants solidaires, un Fonds de Gestion de l'Espace Rural (F.G.E.R.) est créé en 1995 par décision

gouvernementale. Ce fonds est initié par le Centre National des Jeunes Agriculteurs (C.N.J.A.). Le F.G.E.R. finance les réhabilitations des oliviers abandonnés à hauteur de 60 %. Le Conseil Régional assure un complément d'aide de 20 % et les 20 % restant sont à la charge des propriétaires. Pour obtenir ces financements, des associations oléicoles locales sont créées. « *je travaillais sur la réhabilitation des sites (...) c'était à chaque fois s'imposer bien sûr la création d'une association, c'est comme ça que ce sont créées une dizaine d'associations sur le département, associations locales* ». (parole de technicien). Ces associations regroupent en majorité des oléiculteurs familiaux. Ils vont être aidés par le technicien oléicole du S.D.O. pour monter des projets de réhabilitation d'olivettes anciennes, de débroussaillage, de réhabilitation des murets de pierres sèches. Aujourd'hui, « *il y en a quelques unes qui ont périclité et actuellement qui fonctionnent vraiment, il reste Corbières, il reste Moustiers, Riez, Lurs et un peu Entrevennes* » (parole de responsable oléicole). Les bénévoles de ces associations sont très actifs dans l'animation locale. Ils organisent des balades dans les oliviers, des journées de formation technique. En 1999, des aides à la plantation sont accordées par le Conseil Général pour subventionner les oléiculteurs non agriculteurs, exclus des aides du plan de rénovation.

Comme nous venons de le voir, ces années 90 sont marquées par une intense activité de plantations d'oliviers et de réhabilitations des olivettes anciennes. En janvier 2002, le technicien du S.D.O. estime à 157 938 oliviers plantés depuis le début du plan de rénovation (tout financement confondu), et environ 250 à 300 hectares d'oliveraies réhabilitées. D'autre part, cette époque se caractérise dans les Alpes de Haute Provence par le regroupement d'oléiculteurs familiaux au sein d'associations. Jusqu'alors, seuls une partie des oléiculteurs/agriculteurs étaient réunis au sein d'un syndicat agricole.

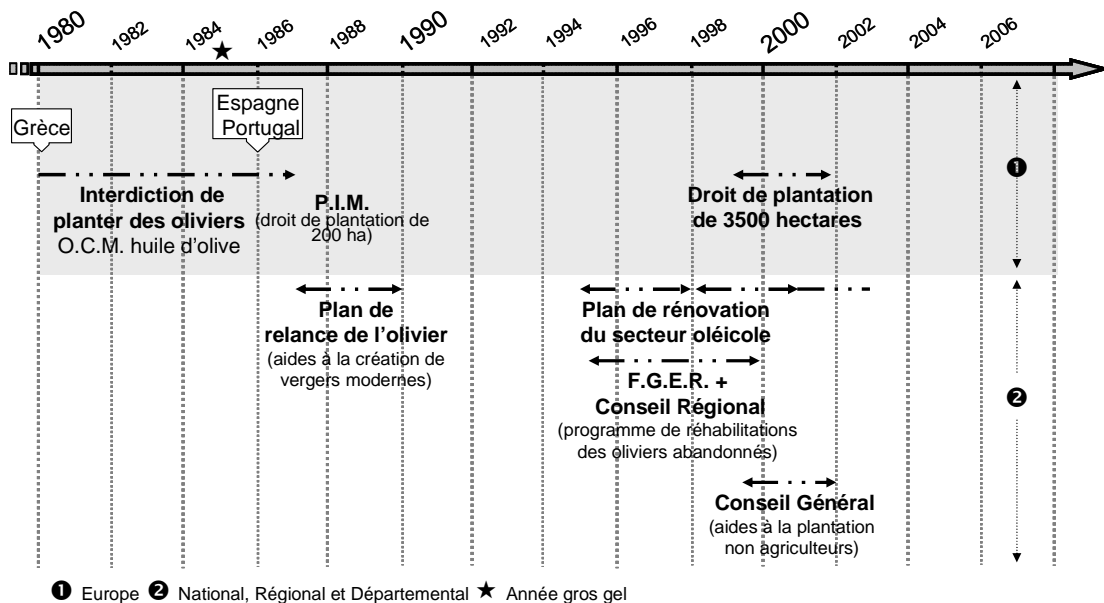


Figure 21 : schéma récapitulatif des mesures et programmes oléicoles

8 UNE PERIODE CHARNIERE

La campagne oléicole 2003/2004 est marquée par un ensemble d'évènements qui en font une période charnière dans l'histoire de la production d'huile d'olive des Alpes de Haute Provence.

8.1 UNE PRODUCTION RECORD

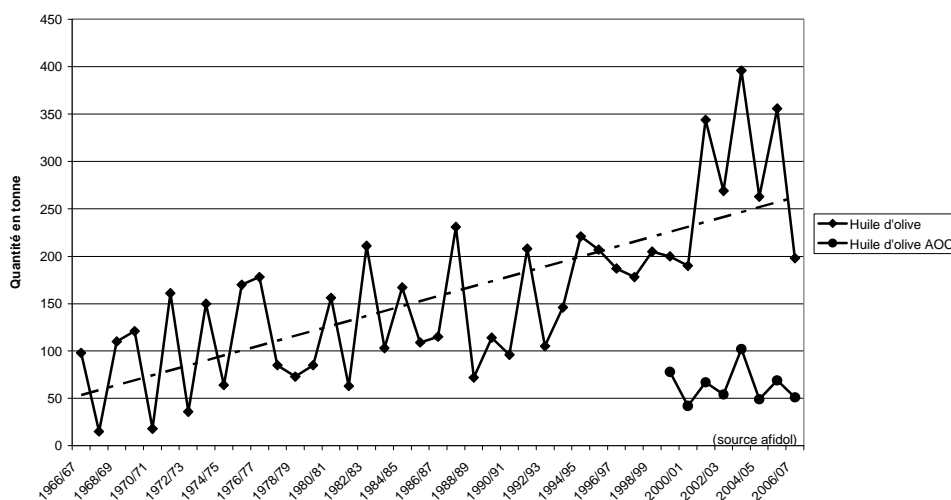


Figure 22 : Evolution des quantités d'huile d'olive totale des Alpes Haute Provence et des quantités labellisés en A.O.C (campagnes 1966/1967 à 2006/2007)

Comme nous pouvons le voir sur la figure 22, la quantité totale d'huile d'olive des Alpes de Haute Provence a très fortement augmenté depuis les années 1960. Cette augmentation est irrégulière, et permet de visualiser les effets de l'alternance de l'olivier sur les volumes produits. Autre point important à noter : la campagne 2003/2004 s'avère être un record de production pour le département, ce qui contribue à qualifier cette année « d'année charnière ».

En revanche, nous observons que les quantités produites en labellisation A.O.C. sont relativement constantes. Nous pouvons observer qu'elles varient en fonction des quantités totales produites.

8.2 « LA FIN DU PLAN DE RELANCE » ET DES AIDES DIRECTES

- Lors de la campagne 2003/2004 le plan de rénovation du secteur oléicole, débuté en 1996 et prolongé dans le cadre du programme national de plantation de 3500 hectares, s'achève. Les dernières plantations subventionnées sont réalisées « *on avait pas assez de plants pour planter, les gens qui avaient demandé ont eu le droit de planter ce qu'ils avaient demandé, donc les 3500 hectares ont été plantés mais les derniers datent de 2003-2004* » (parole de responsable oléicole)
- La période transitoire, de la réforme de l'O.C.M. huile d'olive engagée depuis 1998, abouti à la réforme de 2004. Elle s'inscrit dans la réforme de la P.A.C. qui instaure les D.P.U. Le nouveau régime d'aide entrera en vigueur à partir de la campagne 2005/2006 et se substitue aux aides directes à la production appliquées depuis la création de l'O.C.M. huile d'olive en 1966. (Ministère de l'Agriculture et de la pêche, 2006). En raison de la création de l'A.U.P., l'O.N.I.G.C. ne s'occupe plus du versement des aides communautaires et n'assure plus le suivi statistique du verger oléicole français.

8.3 « LES REGLEMENTATIONS SONT DE PLUS EN PLUS STRICTES »

Le règlement européen n°2568/91 relatif aux caractéristiques des huiles d'olive est modifié au mois de décembre 2003. La classification des huiles d'olive vierge est simplifiée et les valeurs des indices chimiques discriminants sont renforcées.

TYPE D'HUILE D'OLIVE	MAI 2002		DECEMBRE 2003	
	ACIDITE (%)	INDICE DE PÉROXYDE (MEQ O ₂ /KG)	ACIDITE (%)	INDICE DE PÉROXYDE (MEQ O ₂ /KG)
Vierge extra	≤ 1,0	≤ 20	≤ 0,8	≤ 20
Vierge	≤ 2,0	≤ 20	≤ 2,0	≤ 20
Vierge courante	≤ 3,3	≤ 20		
Vierge lampante	> 3,3	> 20		
Lampante			> 2,0	–

Tableau 1 : Evolution de la classification des huiles d'olive vierge de 2003 (Règlement CEE n°2568/91)

Les deux critères chimiques pour la classification des huiles d'olive vierge sont l'acidité et l'indice de peroxyde. L'acidité est un indicateur de l'état de dégradation de la matière grasse de l'huile d'olive par hydrolyse. Elle s'exprime en grammes d'acide oléique libre pour 100 grammes d'huile. L'indice de peroxyde est exprimé en milliéquivalent d'oxygène par kilogramme. Il traduit l'oxydation et le vieillissement de l'huile au contact de l'oxygène (BENHAYOUN, LAZZERI, 2007).

Comme nous pouvons le voir sur le tableau 1, le nombre de classes d'huile d'olive vierge et les indices chimiques diminuent. La catégorie huile d'olive vierge courante est supprimée et la catégorie huile d'olive vierge lampante est renommée huile d'olive lampante (catégorie qui n'est pas destinée à la consommation). Cette réduction du nombre de catégorie est destinée à favoriser une meilleure lisibilité pour les consommateurs. Il s'agit également d'une augmentation des niveaux de qualité des huiles d'olive vierge. Ce changement de classification est fondamental car il remet en cause l'existence des huiles d'olives traditionnelles de type fermentées, chomés. *« le fruité noir sa définition c'est une olive qui est chomé, elle est chomé et ça, ça dans les réglementations internationales si tu veux, nos huiles chomés françaises elles ne passent pas les frontières »* (parole d'expert) En effet, dans ce nouveau règlement, la catégorie huile d'olive vierge courante est supprimée et la catégorie lampante voit son taux d'acidité autorisé diminuer et passer de supérieur à 3,3 % à supérieur 2 %. Or, les huiles d'olives traditionnelles, produites par beaucoup de moulins, se situent dans cet intervalle. Le risque est alors l'interdiction de produire et de commercialiser ces types d'huiles d'olive qui correspondent à une demande et à des goûts partagés. Cette question de l'interdiction de fait, des huiles d'olive traditionnelles, va faire débat au sein de l'Afidol quant à la stratégie à adopter. *« il a fallu qu'il y ait donc un consensus au niveau de l'interprofession pour que tout le monde soit d'accord sur le fait que les huiles en fruité noir n'était pas des mauvaises huiles, ça a mis du temps, parce que pendant longtemps donc il y avait une guerre entre les fabricants de fruité noir et les autres (...) on admet mieux que ça soit le résultat d'une technique alors qu'à une époque c'était considéré comme étant le résultat surtout d'un, d'un, des moulins arriérés »* (parole d'expert). Ce débat reflète les changements que connaissent les goûts des huiles d'olive *« le goût évolue vers des huiles qui sont plus vertes, plus amères, plus ardentes du fait que les traces de fermentation sont devenues donc des critères (...), de déclasserment »* (parole d'expert). L'option va être de définir trois catégories d'huiles d'olive : fruité vert et mûr en fonction de la maturité ; fruité noir en fonction de la fermentation (Annexe 3). Ce classement n'est toutefois pas reconnu par la réglementation européenne et il subsiste en la matière une tolérance *« il y a une compréhension*

mutuelle avec les services des fraudes qui admettent un peu cette démarche mais sinon en principe au niveau de la réglementation on aurait pas la possibilité de vendre ce type de produit » (parole d'expert).

Ce cas illustre l'impact des nouvelles réglementation sur la définition des produits. Elles induisent de profonds changements tant du point de vue du consommateur que du producteur et du moulinier.

8.4 LA FEDERATION DES ACTEURS DE L'OLEICULTURE

Cette fédération des acteurs de l'oléiculture a été créée le 28 février 2003 d'après les conclusions d'une étude réalisée au cours de 2003/2004. En effet, un des constats était « l'extrême division du secteur » et la nécessité que « les acteurs de la filière acceptent de se reconnaître, de se retrouver et de se rapprocher » (LANGEVIN 2004).

« ce cabinet ESC² de Langevin il est arrivé à la conclusion que compte tenu de la situation, il fallait créer une nouvelle structure avec une nouvelle tête, qui regroupe tout ce petit monde autour d'un projet fédérateur, dont la nouvelle structure, c'était une fédération, fédération des acteurs de l'oléiculture de Haute Provence, la nouvelle tête c'était déjà Jean-Louis Sauvy, et le projet fédérateur c'était un concept les chemins de l'olivier avec différents projets qu'on va relier par l'idée d'un chemin » (parole de technicien).

Cette nouvelle institution va donc regrouper les associations oléicoles locales, le groupement, le S.D.O., le syndicat A.O.C. et les mouliniers. « *c'était une bonne idée dès le départ qu'on mutualise toutes les forces, que ce soit des moulins, des syndicats, des associations oléicoles pour savoir où on voulait aller* » (parole de responsable oléicole).

L'objectif de cette fédération était également de regrouper les demandes de subventions déposées auprès des administrations telles que le Conseil Général et la D.D.A.F. « *l'idée c'était qui ait chaque année un rapport annuel qui puisse dire voilà l'ensemble des projets de la filière oléicole, ça c'est porté par la fédération, ça c'est porté par l'association un tel, ça c'est porté par le syndicat etc* » (parole de technicien). Elle va avoir un rôle social très important « *j'ai instauré les balades dans les oliviers donc on est allé à Riez, on est allé au Mées, on est allé à Manosque(...) j'arrivais à midi, j'avais dans le fourgon, les tables de jardin, les chaises, le barnum, j'ouvrais le mien de barnum et je leur sortait l'apéro et je faisais bouffer tout le monde, avec 200 € j'arrivais à faire bouffer tout le monde, donc les gens se mettaient à table et ça a détendu l'atmosphère et les gens ont commencé à se connaître* » (parole de responsable oléicole).

Aujourd'hui, le diagnostic formulé est que « *cette fédération actuellement elle périclité* » (parole de responsable oléicole) en raison du départ d'une partie de ses membres « *les moulins professionnels comme Arrizi, comme Masse, des gens comme ça qui ont, qui ne sont plus venus à la fédération oléicole parce qu'ils ont vu que on s'occupait que des associations* » (parole de responsable oléicole). Toutefois, il existe encore des membres motivés pour que la fédération existe « *Moi je pense que la fédération il faut absolument qu'elle vive* » (parole de responsable oléicole).

8.5 LA DISPARITION DU SYNDICAT DES OLEICULTEURS

La campagne 2003/2004 est marquée par la disparition du S.D.O. et de sa fonction de régulation de la production et d'animation de la filière oléicole des Alpes de Haute Provence.

« la disparition du syndicat des oléiculteurs et de ses employés, ou de ses emplois bon ça a été un coup de grâce, c'était vraiment un coup de massue dont on avait pas besoin » (parole de responsable oléicole).

A partir de cette date, il n'y a plus eu de suivi du verger oléicole et de son évolution. Comme nous allons le voir par la suite, cette absence de données est à la base de diagnostics divergents et source d'inquiétudes pour une partie des oléiculteurs et des mouliniers. D'autre part, depuis la disparition du S.D.O., le syndicat A.O.C. n'emploi plus de personnel à plein temps. Ce sont des bénévoles qui

se chargent tant bien que mal de faire vivre la structure et de mener les différentes actions et projets de promotion de l'appellation. La perte du S.D.O. a été vécue par certains comme un profond traumatisme

« c'est une réelle blessure parce que ben quand une structure comme un syndicat disparaît, il avait vraiment sa place ce syndicat, c'est quand même grâce à ce syndicat que tout c'est mis en place en Haute Provence et ça c'est important on peut pas enlever ce rôle » (parole d'oléiculteur familial).

3^{ème} partie : Les temps changent

Au travers de l'héritage, nous avons identifié les composantes déterminantes du passé qui nous permette de comprendre les évolutions actuelles de l'oléiculture. Nous allons dans cette partie caractériser ces évolutions et leurs implications pour l'avenir de la filière oléicole et du territoire des Alpes de Haute Provence. Avant tout, pour mieux comprendre qui sont les acteurs d'une partie de ces évolutions, il nous semble indispensable de présenter les différentes catégories d'acteurs que nous avons rencontrées pour cette étude : oléiculteurs, responsables oléicoles, mouliniers, techniciens et experts.

Nous avons ensuite voulu mettre en lumière les caractéristiques qui définissent ces changements au niveau de la filière et du territoire.

9 LES OLEICULTEURS D'AUJOURD'HUI

Nous nous sommes intéressés à savoir qui sont les oléiculteurs d'aujourd'hui et leurs motivations à cultiver des oliviers. Les aides à la plantation et à la réhabilitation ont incité de nouvelles personnes à cultiver des oliviers. Nous avons identifié quatre catégories d'oléiculteurs définies à partir de la taille de leur verger, leur profession et la part de l'oléiculture dans le revenu du ménage (figure 23).

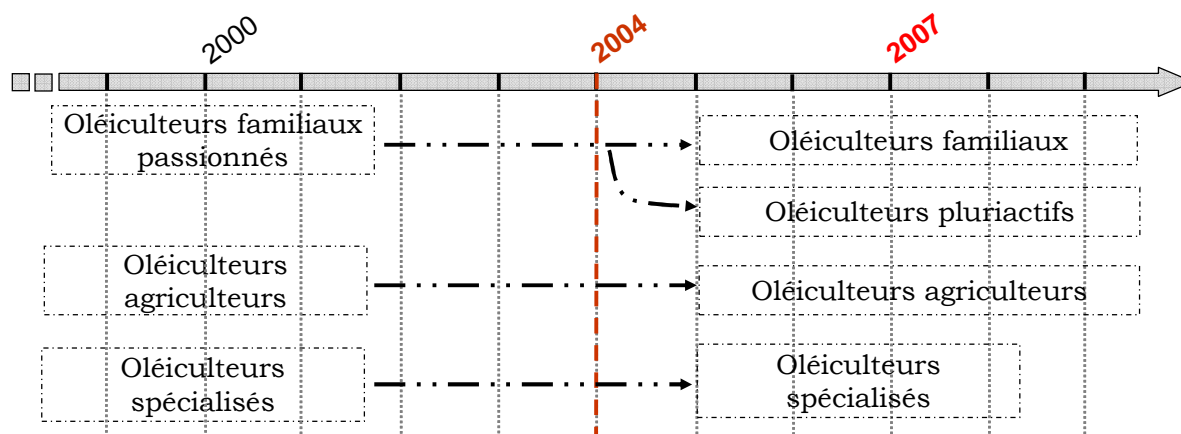


Figure 23 : Identification de quatre catégories d'oléiculteurs

9.1 LES OLEICULTEURS FAMILIAUX

Ils cultivent généralement de petits vergers, de l'ordre de la centaine d'arbres. L'activité oléicole est une activité de loisir, de **plaisir**, qui regroupe un grand nombre de personnes retraitées. Dans le meilleur des cas, elle constitue un petit appoint financier. « *si on comptait tout ce qu'on a mis là, tout ce que tu as mis, et bien tu prendrais des bains, des bains d'huile d'olive, mais c'est un plaisir moi* ». La production est destinée principalement à l'autoconsommation familiale et pour les amis « *c'est après le plaisir d'offrir de l'huile de chez toi* ». Toutefois, certains cultivent les oliviers par **passion**, transmise parfois par filiation « *je m'intéresse aux oliviers depuis l'âge de 10 ans ce qui fait plus de 50 ans que je suis dans les oliviers, mon père m'avait donnée la passion de ça* ». Les oliviers et l'huile d'olive constituent les marqueurs d'une **identité** commune « *dans l'oléiculture en fin de compte on peut chercher beaucoup de choses. On peut chercher bon la production pour avoir son huile à l'année, on peut chercher une recherche de racines, d'identité provençale aussi* ». Ils partagent un **goût** commun pour l'huile d'olive « *j'aime l'huile, parce que je suis méridional* », pour l'olivier « *là y a un sacré pied, celui là il est beau* » pour le **paysage** caractéristique de la Haute Provence « *c'est un goût culturel, quand je suis sur cette terrasse que je regarde autour de moi, je vois une petite mer d'oliviers, je trouve que c'est particulièrement beau* ».

9.2 LES AGRICULTEURS

Ils possèdent le statut d'agriculteur à titre principal. La taille du verger est très variable, de 300 à 9500 arbres et dépend de la structure de l'exploitation. En effet, cette catégorie regroupe une grande diversité de types d'entreprises agricoles pour lesquelles, la part de la production oléicole dans le revenu agricole est très variable. Ainsi, nous avons distingué les oléiculteurs spécialisés, dont la totalité de leurs revenus agricoles dépend de l'olivier, et les oléiculteurs/agriculteurs pour qui l'olivier n'est pas l'unique source de leurs revenus agricole.

9.2.1 Les oléiculteurs/agriculteurs

Ils cultivent des oliviers par **tradition**, parce que les oliviers étaient déjà présents sur l'exploitation, « *y avait des oliviers sur l'exploitation* ». Les dimensions **héritage** et **passion** sont évoquées « *c'est un héritage familial, mes parents avaient déjà un beau verger et on a la passion de cet arbre* ». Certains ont éprouvé du **plaisir** à réhabiliter des vergers anciens « *avant de planter des jeunes arbres, j'ai retapé des vieilles olivettes et que c'est amusant, c'est plaisant* ». L'adhésion au plan de relance a favorisé la plantation d'oliviers « *il semblait qu'il y ait cette opportunité de planter des oliviers* », à une période défavorable pour d'autres cultures « *il doit y en avoir 5 hectares et demi, c'est des plantations de 98-99, c'était une période où les céréales ne marchaient pas du tout* ». La culture des oliviers est perçue comme une **opportunité économique** « *l'huile d'olive à 15 € le litre, ça m'intéresse* ».

9.2.2 Les oléiculteurs spécialisés

En règle générale, ces oléiculteurs ne sont pas originaires de la région. Ils se sont installés dans les Alpes de Haute Provence et ils ont créé leur exploitation agricole centrée sur la culture des oliviers. La **passion** est une des raisons évoquées pour expliquer leur installation mais c'est aussi l'**opportunité économique** du plan de relance oléicole « *le but principal c'était de dire on va en France où y a des carences d'huile d'olive effrayante parce que je sais pas de ce que vous consommez vous produisez même pas 6 ou 7 %, c'est terrible et c'est pour ça qu'on a les aides, pour faire la plantation et après on aura un marché à disposition* ».

9.3 LES OLEICULTEURS PLURIACTIFS

Ils possèdent à titre principal une activité professionnelle non agricole. Ils possèdent de l'ordre de 500 à 1000 arbres. L'oléiculture constitue un **complément de revenu** « *c'était pas pour faire une activité principale, je voulais pas que ça prenne trop de temps* ». Parmi les motivations des pluriactifs à cultiver des oliviers, nous retrouvons également la **passion** « *C'est un mélange de raison et de passion* », ainsi qu'un héritage familial « *j'ai passé beaucoup de temps quand j'étais jeune à la ferme de mon grand-père, c'est là où j'ai découvert le goût de la culture, du milieu rural* ».

9.4 « UNE PASSION COLLECTIVE »

Nous pouvons remarquer que la passion est une des motivations commune à l'ensemble des catégories d'oléiculteurs. Elle traduit l'originalité de cette production agricole.

Cependant, malgré cette passion commune, les différentes finalités de la production d'huile d'olive conduisent à une catégorisation entre amateur et professionnel. Cette catégorie valorise le professionnel et déprécie l'amateur. « *Dans l'huile d'olive, y a deux personnes, y a ceux qui en vivent et ceux qui s'amuse* » (parole d'oléiculteur/agriculteur).

Certains oléiculteurs « amateurs » vendent parfois leurs excédents d'huile à des prix bas. Cette pratique est considérée comme étant une concurrence préjudiciable aux intérêts des « professionnels ».

« les gens comprenaient pas pourquoi sur un même département des gens qui vendaient pas cher et des gens qui vendaient cher (...) c'est qu'il y avait des gens qui vendaient à 11 € ou 12 € le litre, j'ai dit ces gens là c'est leur autoconsommation qu'ils sont entrain de commercialiser, sans impôt sans rien du tout, sans TVA, alors je lui ai dit vous pouvez pas comparer » (parole de responsable oléicole).

« on est très affaiblie par un nombre de producteurs de, de, de vrais moteurs professionnels dans la filière oléicole (...) il y a le fait qu'à partir du moment où une activité c'est celle qui vous fait manger, vous n'avez pas du tout les mêmes motivations et les mêmes modes de fonctionnement que quand ça vous fait que c'est plus un plaisir qu'autre chose » (parole de responsable oléicole).

Certains « professionnels » le vivent comme une concurrence mais reconnaissent la place occupée par les « amateurs ».

« ces amateurs là qui sont nos concurrents en quelque sorte mais d'un autre côté on entretient le paysage grâce à eux, on entretient les oliviers, on entretient la tradition, les fêtes, le folklore qui nous sert à nous pour vendre nos produits quoi, on reste un produit de Provence, on reste un pays d'oliviers » (parole de responsable oléicole).

En effet, les « amateurs » sont très présents dans la filière oléicole et dans le territoire. Ils sont les animateurs de la « culture » oléicole des Alpes de Haute Provence.

« au sein du syndicat, il y a toujours cette problématique les producteurs et nous les amateurs, c'est la problématique alors qu'il ne faut pas le voir comme ça enfin c'est pour ça que ça a été créé, ce sont nous les amateurs et ceux qui valorisent les sites qui ont aidé à vendre leur production, c'est nous qui fabriquons l'image, les gens n'ont pas envie de voir des moulins usine, des traitements partout, non ils veulent du de l'authentique, du terroir, du petit, peu importe ce qu'il y a derrière, enfin peu importe je m'entends, si c'est pour vendre, et ça ils commencent à le comprendre mais ça a été une idée au syndicat AOC depuis le début, on est pas arrivé à la faire admettre et en place, je veux dire il y a toujours cette, cette espèce de bataille entre qui n'en est pas une, qui est idiote à mon avis, entre producteurs c'est-à-dire ceux qui vivent de la production et nous amateurs mais là ils commencent à en revenir parce qu'ils ont bien compris que ben les amateurs ce sont quand même des jardiniers des collines et si on ne voit pas des arbres entretenus et tout, et ben les gens n'achètent pas d'huile, je veux dire, il y a toute une vision des choses quand déjà le touriste arrive dans ces paysages » (parole d'oléiculteur familial).

9.5 QUATRE CATEGORIES SUPPLEMENTAIRES

Nous avons distingué quatre catégories supplémentaires d'acteurs parmi les personnes que nous avons rencontrées.

9.5.1 Les responsables oléicoles

Les responsables sont des oléiculteurs qui sont président d'associations ou de syndicats oléicoles. De part leur position sociale, ils ont un rôle prépondérant dans les prises de décisions qui orientent la filière oléicole des Alpes de Haute Provence.

9.5.2 Les mouliniers

Les mouliniers sont des dirigeants de moulins privés ou coopératifs. Ils obtiennent leurs revenus par des prestations de trituration à façon : c'est-à-dire que les oléiculteurs les payent pour faire presser leurs olives. Le revenu des mouliniers est complété par les ventes d'huile d'olive.

9.5.3 Les techniciens et les experts

Les techniciens ont un métier de conseil technique et d'appui à la production. Les experts sont des spécialistes d'un domaine et reconnus comme tels.

Après avoir caractérisé les acteurs rencontrés lors de cette étude, passons maintenant à la description des évolutions que rencontre la filière oléicole et son territoire.

Dans les parties précédentes, nous avons mis en évidence l'évolution croissante des volumes d'huile d'olive. Avec la disparition du S.D.O. et la réforme de l'O.C.M. huile d'olive de 1998, le suivi statistique du verger oléicole des Alpes de Haute Provence n'est plus assuré par un technicien oléicole, ni par l'Oniol. L'absence d'une personne sur le terrain, au contact des oléiculteurs, entraîne des diagnostics différents sur les évolutions du verger oléicole après 2004. De plus, cette situation crée des interrogations sur les futures quantités d'olives. Nous avons donc cherché à estimer le potentiel productif du verger oléicole des Alpes de Haute Provence.

10 LE VERGER OLEICOLE DES ALPES DE HAUTE PROVENCE

Nous avons collecté et comparé des données statistiques produites par différentes institutions publiques afin de caractériser les surfaces et le nombre d'oliviers du verger des Alpes de Haute Provence. Compte tenu des différences significatives entre les sources, nous avons procédé à un recensement des surfaces oléicoles sur trois communes témoins. L'objectif était d'identifier l'écart entre les données publiées et la réalité.

10.1 LA COLLECTE DES DONNEES OLEICOLES

Les données statistiques sont établies par les institutions publiques en charge du suivi de la production oléicole française à partir des déclarations des oléiculteurs pour l'obtention de subventions. Ces données sont étroitement liées d'une part, au régime d'aide publique, qui comme nous l'avons vu précédemment, a changé à plusieurs reprises. D'autre part, elles dépendent du nombre d'oléiculteurs bénéficiaires de ces aides⁸.

Nous avons sollicité l'O.N.I.G.C., la Direction Régionale de l'Agriculture et de la Forêt (D.R.A.F.), la Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt (D.D.A.F.), l'Afidol et l'Inao.

Remarques concernant l'Inao et l'Afidol :

- Les données transmises par l'Inao concernent principalement le tonnage produit et agréé en A.O.C. Le technicien de l'Inao n'a pas pu nous communiquer les données sur les superficies totales et le nombre d'arbres en A.O.C. car l'identification, des vergers revendiqués en appellation, n'est pas terminée.
- Les données publiées par l'Afidol sont produites par l'O.N.I.G.C.

10.2 LA COMPARAISON DES DONNEES RECUEILLIES

Les données recueillies portent sur la surface totale du verger et le nombre d'oliviers des Alpes de Haute Provence. En terme de surface, nous n'avons pas pu comparer les surfaces communiquées par l'O.N.I.G.C. avec les surfaces de la D.R.A.F. et de la D.D.A.F. En effet, l'O.N.I.G.C. comptabilise les surfaces cadastrales et non pas les surfaces réelles en oliviers : dans ce cas là, si on observe un arbre sur une surface d'un hectare, la surface de production calculée est d'un hectare.

10.2.1 Comparaison du nombre d'oliviers

Pour le nombre d'oliviers, il n'existe plus de données après 2004 en raison du passage à l'aide à la surface (D.P.U.). Nous avons tout de même comparé les chiffres de 2004 de l'O.N.I.G.C. et de la D.R.A.F. (figure 24)

⁸ Si le pourcentage d'oléiculteurs bénéficiaires des aides est faible, les données statistiques produites ne reflèteront pas la réalité.

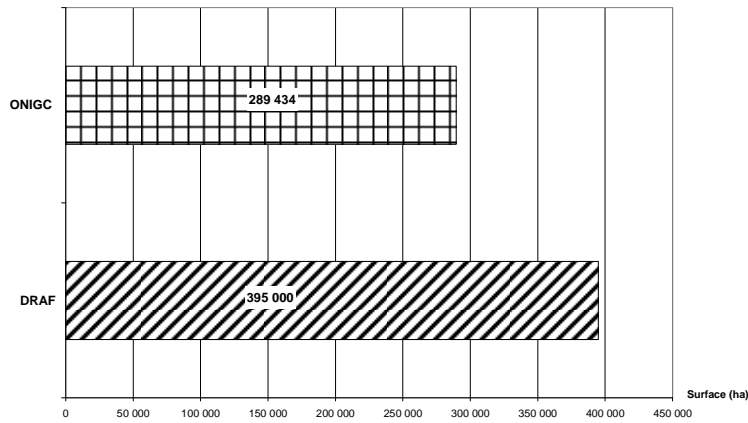


Figure 24 : Comparaison du nombre d'oliviers des Alpes de Haute Provence, campagne 2004/2005 (O.N.I.G.C. 2004, D.R.A.F. 2007).

Il existe un écart de 105 566 oliviers entre les chiffres de 2004 de l'O.N.I.G.C. et de la D.R.A.F. Déjà en 2004, l'évaluation du nombre d'oliviers était très approximative. Une différence de 105 566 oliviers constitue un écart de potentiel de production significatif.

10.2.2 Comparaison des données de surface du verger oléicole

La figure 25, représente l'évolution des surfaces en oliviers des campagnes 1990/1991 à 2005/2006. D'après ce graphique, les surfaces ont diminué jusqu'à la campagne 1993/1994 puis ont augmenté à nouveau. Nous pouvons constater que les 2 sources diffèrent d'une centaine d'hectares pour l'ensemble des campagnes considérées.

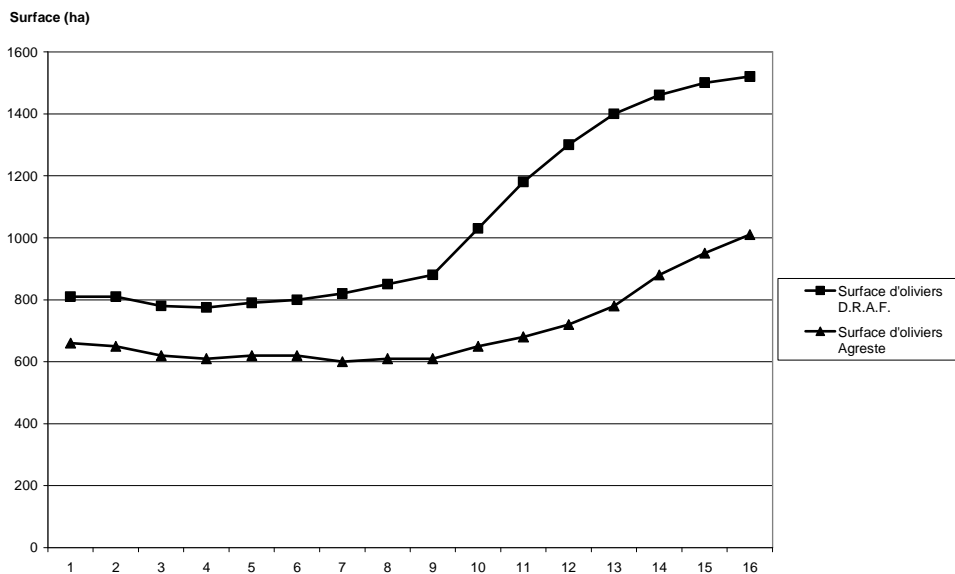


Figure 25 : Evolution des surfaces en oliviers (D.R.A.F. 2007 et Agreste 2006).

D'autre part, si nous comparons les valeurs des surfaces produites par la D.R.A.F., par Agreste (statistiques agricoles) et par la D.D.A.F. (issue du registre S.I.G. déclaration des D.P.U.) pour la campagne oléicole 2005/2006 (figure 26), nous constatons que les valeurs Agreste et D.D.A.F. sont très proches avec une différence de l'ordre d'une vingtaine d'hectares. Par contre, entre les 2 surfaces extrêmes (D.R.A.F. et D.D.A.F.), il existe un écart de 534,38 hectares. Si nous faisons une estimation de production, cela représenterait un différentiel de presque 700 tonnes d'olives et

d'environ 140 tonnes d'huile d'olive⁹. Ces 140 tonnes d'huiles correspondent à environ 40 % de la production totale d'huile d'olive des Alpes de Haute Provence, produite au cours de la campagne 2005/2006 (356 tonnes – source O.N.I.G.C.).

Les différences de surfaces existantes entre ces 3 sources statistiques sont très importantes. Avec ces chiffres, nous ne sommes pas en mesure de dire si la réalité se trouve plutôt vers 1520 hectares ou 985,62 hectares. La surface S.I.G. de la D.D.A.F, obtenue à partir de la déclaration des vergers d'oliviers est à priori une surface minimale. Pour approcher la réalité du terrain, nous avons réalisé une estimation du verger oléicole de trois communes témoins.

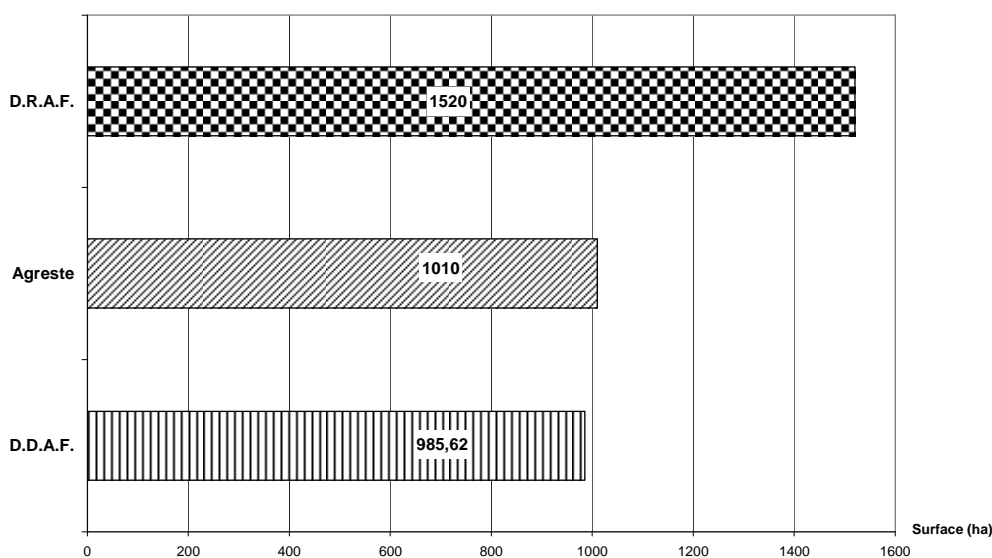


Figure 26 : Comparaison des surfaces en oliviers des Alpes de Haute Provence, campagne 2005/2006 (D.R.A.F. 2007, D.D.A.F. 2007, Agreste 2006).

10.2.3 Estimation du verger oléicole de 3 communes témoins



Figure 27 : Extrait du recensement¹⁰ des surfaces oléicoles, commune des Mées. Comparaison entre les parcelles recensées par la D.D.A.F. (photo de gauche, parcelles rouges et jaunes) et celles recensées en plus par photos aériennes par l'auteur (photo de droite, parcelles oranges) (Clavé 2007 ; BD carto V2 IGN 2004)

Nous avons donc estimé les surfaces oléicoles en production de 3 communes témoins : Manosque, Les Mées et Valensole. Pour cela nous avons sollicité la D.D.A.F. afin d'avoir accès aux surfaces

⁹ L'estimation de la quantité d'olive produite repose sur un rendement moyen de 1,3 tonnes/ha (Agreste 2006). Le volume d'huile d'olive est évalué d'après un rendement moyen de trituration de 20 %, communément utilisé.

¹⁰ Les parcelles cerclées en rouge ont une surface à + 95 % en oliviers. Celles cerclées en jaune ont une surface comprise entre 50 et 95 % en oliviers. Les parcelles oranges sont les surfaces recensées.

S.I.G. déclarées à la P.A.C. Nous avons eu accès à des extraits anonymisés du registre parcellaire graphique des îlots d'oliviers. Il s'agit des contours des parcelles oléicoles déclarées par les oléiculteurs à la P.A.C. pour obtenir les D.P.U (en rouge et jaune sur la photo de gauche de la figure 27). L'intérêt d'avoir accès à cette base de donnée est de ne pas avoir à repérer toutes les parcelles oléicoles. Nous avons utilisé le logiciel de S.I.G. Map Info et la base de donnée géographique BD Carto version 2 (2004) pour compléter la base de donnée de la D.D.A.F.

Pour repérer les surfaces en oliviers non déclarées et les nouvelles plantations réalisées après 2004, nous avons rencontré des personnes ressources du territoire. Avec leur participation et à partir des photographies aériennes, nous avons repéré les parcelles d'oliviers cultivés. Nous avons également procédé par photo-interprétation et par des déplacements sur le terrain. Ainsi, nous avons pu repérer de nouvelles parcelles, localisées en orange sur la photo de droite de la figure 27. Nous pouvons constater l'existence d'un différentiel entre nos valeurs et celles recensées par l'administration.

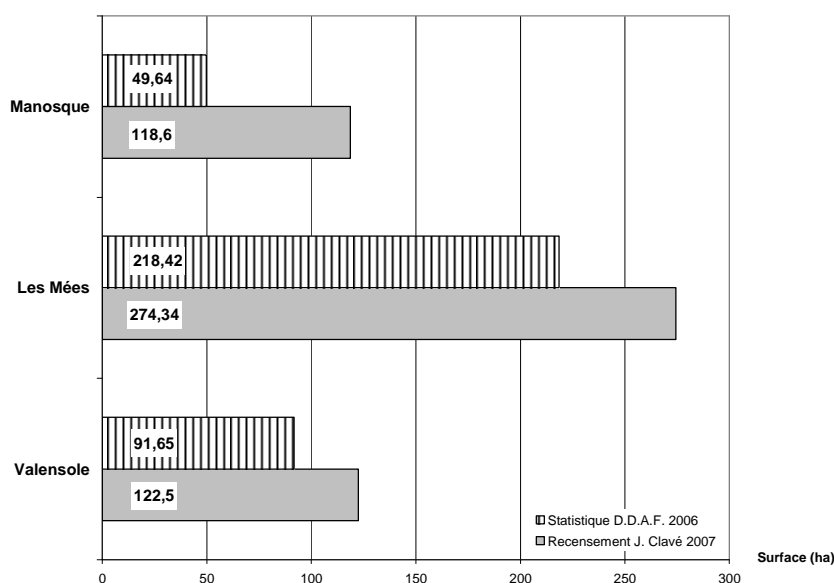


Figure 28 : Comparaison des surfaces oléicoles déclarées à la P.A.C. et recensées sur 3 communes des Alpes de Haute Provence (D.D.A.F 2006, Clavé 2007)

Les surfaces oléicoles recensées (figure 28) pour les trois communes témoins sont supérieures aux surfaces déclarées à la P.A.C. Les écarts entre les valeurs déclarées et recensées sont de 139 % pour Manosque, 26 % pour Les Mées et 34 % pour Valensole. Ces différences signifient que les données établies à partir des déclarations P.A.C. sous-estiment la réalité du verger oléicole des Alpes de Haute Provence. L'hypothèse explicative de l'écart de 139 % de la commune de Manosque est probablement liée à la structure de ces vergers, à dominante familiale. La complexité des démarches administratives pour obtenir les D.P.U. est évoquée par certains oléiculteurs. Cela expliquerait pourquoi les propriétaires de petits vergers ne se donnent pas la peine de faire la demande de cette subvention.

10.3 EVALUATION DE LA SITUATION

Nous avons pu identifier deux types d'appréciation de l'évolution du verger oléicole :

- Certains minimisent les plantations réalisées après 2004, dernière année de prolongation des plantations subventionnées. « *après 2004, il s'en est plus planté, enfin plus sous ce régime là, il s'en est sûrement encore un peu planté mais plus sous le régime des aides* » (parole d'un responsable oléicole). Ce diagnostic repose très probablement sur les projections réalisées par le technicien oléicole du temps du S.D.O. En effet, comme nous pouvons le voir sur la figure 29, ils estiment à l'époque, que l'augmentation du nombre d'oliviers va se tasser après la fin des aides du programme

de plantation. Pour d'autres, les statistiques reflètent la réalité « *tu prends ce que tu as officiellement, si tu veux savoir le développement que ça peut avoir, tu rajoutes 10 % et je suis sûr que y a pas 10 % d'oliviers qui sont passés à côté, c'est pas vrai, si il y a 3 % c'est le maximum* » (parole d'oléiculteur/agriculteur), avec tout de même parfois quelques réserves « *Bon c'est fiable c'est, enfin de ce qui va rentrer en production peut être pas* » (parole de technicien).

▪ Toutefois, certains acteurs estiment qu'en plus des plantations faites dans le cadre du plan de relance, il y a eu également beaucoup de plantations hors subventions « *en dehors qu'on a donné des primes pour planter 3500 ha d'oliviers, il y a beaucoup de gens qui en ont planté d'eux-mêmes quoi, qui ont rien demandé parce qu'il y a aussi un phénomène de mode* » (parole de moulinier). Ce diagnostic semble se confirmer sur le terrain. « *j'ai vu il y a une quinzaine de jours, quelqu'un qui travaille dans le commerce des fers et matériaux de construction et tout ça, donc il a une maison avec un hectare de terre autour et il a envie de planter des oliviers, donc un hectare d'oliviers ça fait vite quelques tonnes d'olives* » (parole d'oléiculteur/agriculteur). Nous avons également rencontré des oléiculteurs qui implantent de nouveaux vergers, sans aucune subvention. Toutes ces nouvelles plantations vont à terme produire des olives ce qui génère des inquiétudes sur l'augmentation de la production et des capacités de vente « *ce qu'on a peur avec ces grosses productions, ces grosses plantations qu'il y ait une surproduction à un moment donné quoi et qu'on puisse pas vendre* » (parole de responsable oléicole).

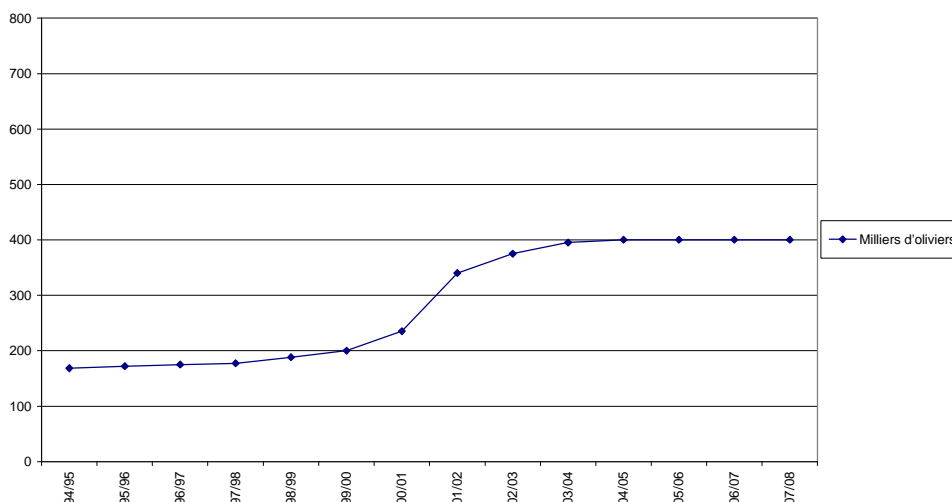


Figure 29 : Reproduction du graphique dressé par l'ancien technicien oléicole du S.D.O. qui représente l'évolution du verger de Haute Provence depuis 1994/1995 et des tendances possibles à partir de 2001/2002 (S.D.O., 2002).

10.4 « ÇA NOUS SERT A QUOI DE SAVOIR COMBIEN IL Y A D'OLIVIERS »

Comme nous venons de le voir, les données statistiques existantes (nombre d'oliviers, surface du verger oléicole) sont très différentes selon les sources. Les écarts du nombre d'oliviers ou de surface sont trop significatifs pour permettre quelconques prévisions. Les estimations sont d'autant plus complexes que les rendements en oliviers alternent fortement une année sur deux. Les marges d'erreurs sont trop importantes pour que les prévisions aient une quelconque valeur prédictive. D'autre part, les statistiques existantes ne font pas la distinction entre les vergers au sec et les vergers irrigués « *l'olivier dans les collines ça produit beaucoup moins qu'une nouvelle plantation surtout si elle est à l'arrosage* » (parole de responsable oléicole). C'est un critère indispensable à prendre en compte dans les prévisions de production.

Toutefois, il faut rappeler que les données statistiques existantes sont avant tout destinées au contrôle de l'attribution des aides à la production. Dans le cas où une proportion importante d'oléiculteurs ne fait pas la demande de subvention, les données produites sous-estiment la réalité.

Ce décalage s'est accentué ces dernières années avec la réforme des aides et le passage aux D.P.U. En effet, pour obtenir ces aides, les formalités administratives à remplir sont difficiles « *c'est d'une complexité folle* » (parole d'oléiculteur spécialisé) ce qui réduit le nombre de demandeurs « *les D.P.U., y a pleins de gens qui n'ont pas déclaré* » (parole de responsable oléicole). D'autre part, il existe un décalage entre les données qui devraient être théoriquement disponibles et celles qui sont réellement produites par les institutions. Prenons par exemple le cas de l'Inao, les producteurs en A.O.C. déclarent notamment leurs vergers, le nombre d'oliviers, l'âge des plantations. Ils pensent en retour que ces informations sont disponibles « *L'Inao doit être en mesure de vous fournir au pied près, tout ce qui a été agréé en A.O.C., à l'arbre près* » (parole d'oléiculteur spécialisé). Théoriquement c'est vrai mais dans la réalité ce n'est pas les cas. Actuellement, ces informations ne sont pas disponibles car tous les vergers n'ont pas été contrôlés.

L'absence de données statistiques précises de l'état du verger d'oliviers des Alpes de Haute Provence empêche de prévoir les évolutions de la production d'huile d'olive, d'anticiper et de planifier les mesures à prendre. Cette situation produit une zone d'incertitude qui alimente chez certains producteurs et mouliniers, de vives inquiétudes. La question du suivi du verger reste entière : qui en est responsable ? Quel dispositif mettre en place ? Avec quels moyens ?

11 « LES VOLUMES VONT AUGMENTER »

Face à l'inconnu que constitue l'évolution du verger oléicole des Alpes de Haute Provence, l'augmentation des volumes d'huile d'olive est acquise (hors catastrophe naturelle). Dans quelles proportions ? La question demeure. Cette incertitude vis-à-vis des volumes à venir produit de la part des oléiculteurs, des mouliniers, des techniciens et des experts différents diagnostics. Compte tenu du nombre d'inconnus (combien de nouvelles plantations vont entrer en production ? cela représente quels volumes ? à quelle échéance ? quelle est l'évolution du marché local ? ...), ces diagnostics formulés reposent souvent sur des idées reçues. L'augmentation de la production provoque une double interrogation sur les débouchés commerciaux et les prix de vente des huiles d'olive.

11.1 « UN PROBLEME DE SURPRODUCTION » ?

Cette augmentation générale de la production d'huile d'olive (figure 22 du paragraphe 8.1) provoque des inquiétudes chez les principaux moulins du département et produit des idées reçues sur une éventuelle surproduction.

« si vous avez une grosse récolte, c'est difficile de dire aux gens, on ne vous prend pas les olives alors qu'ils sont clients, qu'ils ont toujours été clients chez vous, donc vous allez emmagasiner même si vous ne les payez pas parce que vous n'avez pas la trésorerie pour les payer immédiatement, vous allez donc garder cette huile là dans l'espoir de la vendre et vous allez pas la vendre plus de 15 €, voir 20 € c'est impossible, donc il faudra baisser les prix, et l'éternel problème de la surproduction, or il s'est planté quand même » (parole de moulinier).

Cet extrait illustre les conséquences de l'augmentation des quantités d'olives produites sur les relations existantes entre un moulinier et sa clientèle. Dans la pratique, le moulinier achète tous les ans aux oléiculteurs des quantités d'olives en fonction des volumes d'huile qu'il peut commercialiser « *on a pour l'instant des marchés jusqu'à 25000, donc on essaye toujours de limiter donc les achats à ces quantités là* » (parole de moulinier) Avec l'augmentation conséquente de la production, le moulinier est dans une position délicate car il doit composer entre les accords tacites d'achat d'olives à sa clientèle et ses capacités de commercialisation. Le risque pour le moulinier est de perdre des clients à la trituration. Et si il achète trop d'olives, il a le risque de se retrouver avec des stocks d'huile invendus. Compte tenu de leurs débouchés commerciaux actuels, les principaux moulins sont inquiets sur leurs capacités à écouler les volumes supplémentaires à venir.

11.2 LES FONDEMENTS DE CE DIAGNOSTIC

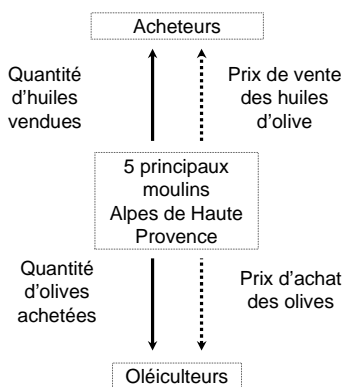


Figure 30 : Schéma simplifié de la filière huile d'olive des Alpes de Haute Provence

Sur la figure 30, nous avons représenté les flux de matière et les prix entre les oléiculteurs, les moulins et les acheteurs. Le diagnostic fait est qu'il y a surproduction quand la quantité d'olives achetées est supérieure à la quantité d'huiles vendues par le moulin. Pour écouler les stocks, la variable d'ajustement proposée est le prix de vente des huiles d'olive. Cette affirmation repose sur le postulat que en diminuant le prix de vente, la quantité d'huile vendue va augmenter. Les limites de cette hypothèse restent à vérifier compte tenu de la spécificité du produit. En effet, pourquoi actuellement un

consommateur est-il prêt à mettre trois à quatre fois, voire plus, le prix d'un litre d'huile d'olive classique dans une bouteille d'huile des Alpes de Haute Provence ? Quelle image véhicule le prix ? Qu'en est-il si le prix diminue ? Dans quelle mesure une baisse des prix de vente des huiles d'olive permettrait-elle d'augmenter les volumes vendus et de compenser les augmentations de production ?

Ces idées reçues sur la surproduction et la baisse des prix se traduisent dans les faits par des mesures bien concrètes.

11.3 UNE BAISSSE DU PRIX MOYEN DES OLIVES

Avec l'évolution croissante des volumes d'olives produits, les oléiculteurs, vendeurs d'olives, ont déjà connu des baisses sensibles de leur prix de vente. En effet, lors de la campagne 1999/2000, un premier record de production est atteint avec 336 tonnes d'huiles d'olive produite dans le département des Alpes de Haute Provence. En une campagne, la production totale d'huile d'olive a fait un bon de 131 tonnes (205 tonnes d'huile d'olive produite sur la campagne 1998/1999). Dans le même temps, le prix d'achat moyen des olives pratiqué par les moulins de Haute Provence a connu une baisse de 34 %, il est passé de 14,37 à 9,46 francs par kilo d'olives (source D.D.A.F 2004) « pendant 5 ans, ils nous ont payé les olives à 14 francs, un jour ils ont décidé de baisser les prix » (parole d'oléiculteur/agriculteur).

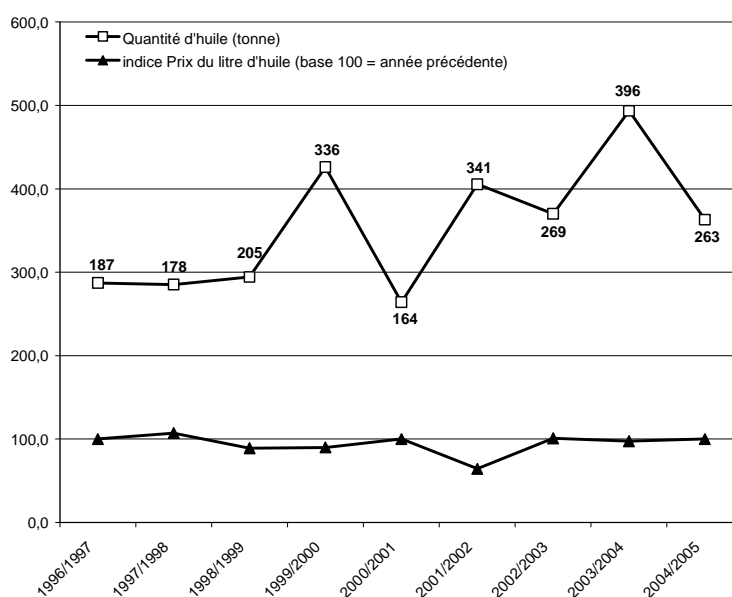


Figure 31 : Evolution de la quantité totale d'huile produite dans les Alpes de Haute Provence et de l'indice du prix d'achat du litre d'huile à l'oléiculteur sur la période 1997/2005 (Draf, 2008)

Comme nous pouvons le voir sur la figure 31, l'indice de prix d'achat du litre d'huile au producteur connaît des évolutions strictement inverse à celles des quantités totales d'olives produites. Nous pouvons remarquer que lorsqu'il y a une forte augmentation des quantités d'olives produites, il en résulte une diminution de l'indice de prix par rapport à l'année d'avant, notamment pour la campagne 2001/2002. Ce mécanisme de fixation des prix d'achat des olives explique d'autant mieux les inquiétudes partagées par une partie des oléiculteurs et mouliniers sur les conséquences d'une forte augmentation de la production.

11.4 UNE MESURE DE QUOTAS

A la veille de la campagne 2005/2006, ces inquiétudes relatives à une éventuelle surproduction se sont matérialisées par un projet de quota voulu par un des plus gros moulin des Alpes de Haute Provence.

« ... la récolte d'olive 2005/2006 s'annonce exceptionnellement abondante. Nos efforts de commercialisation, s'ils ont permis d'augmenter nos ventes d'huile, ne nous permettent cependant pas pour l'instant d'absorber la totalité de nos très fortes augmentations de production. Aussi, sommes-nous contraints pour la prochaine récolte d'appliquer le système de quota suivant sur les retraits et ventes d'huile » (extrait de la lettre d'information de ce moulin à ses apporteurs d'olives 2005, Annexe 4).

L'annonce de ce projet de quota va entraîner une rupture entre le moulin et une partie de ses apporteurs « *il y a eu une révolte en particulier des petits pour dire que quelque part, ils avaient assurés jusqu'à présent la trituration mais également la commercialisation et qu'aujourd'hui, il n'était pas normal que la formule change* » (parole d'un oléiculteur familial). Finalement, cette mesure ne sera pas appliquée. « *ce qu'on a pu voir il y a 2 ans quand on a eu une récolte énorme et qu'en fin de compte on a pu écouler assez facilement* » (parole de responsable oléicole).

Toutefois, cette annonce, même si elle ne s'est pas traduite dans les faits, entraîne une crise de confiance des oléiculteurs vis-à-vis des moulins. Elle accentue les inquiétudes relatives à l'augmentation de la production d'huile d'olive des Alpes de Haute Provence et aux capacités des moulins à assurer leur fonction de commercialisation. Comme nous allons le voir par la suite, cet évènement va favoriser la création de nouvelles unités de trituration. (§ 17).

12 PRATIQUES ET REPRESENTATION SOCIALE DU PRIX DE VENTE DES HUILES

Face à ce diagnostic de surproduction exprimé essentiellement par les mouliniers, nous avons cherché à connaître les pratiques et les représentations sociales du prix des huiles d'olives et les propositions faites par les différentes catégories d'acteurs : les oléiculteurs, les techniciens et les experts, les responsables oléicoles.

12.1 LES PRATIQUES ET REPRESENTATIONS DU PRIX DE VENTE PAR LES OLEICULTEURS

L'essentiel des données de ce paragraphe proviennent des informations recueillies par les entretiens à l'aide d'un questionnaire.

12.1.1 Oléiculteurs/agriculteurs

Dans la pratique les oléiculteurs/agriculteurs rencontrés disent fixer leur prix de vente en fonction de la concurrence « *En fait, on regarde autour bien sûr la concurrence* » et du marché « *je regarde en fonction des ventes qui se font, on s'adapte au marché* ». Dans la définition du « marché » et des prix de vente pratiqués, les deux moulins coopératifs de Manosque et des Mées et les deux moulins

Paschetta occupent une place prépondérante. « *Je regarde un peu les gros ici autour, les Mées, Manosque, les moulins comme le moulin Paschetta* », « *je vais voir dans les moulins à combien ils les vendent* ». Pour certains, le prix varie en fonction des années « *Tout dépend de la récolte, quand il y a une bonne récolte on baisse les prix, quand il y a une mauvaise récolte on augmente les prix* ». Ainsi, le mécanisme de fixation proposé, s'articule autour des quantités produites, du « marché » qui définit les niveaux de prix et du prix de revient d'un litre d'huile « *par rapport au prix de revient que j'ai calculé un jour, que j'ai plus calculé depuis un certain temps d'ailleurs* ». Le calcul des coûts de production n'est pas évalué précisément. Sur les neuf oléiculteurs de cette catégorie, seul une personne déclare connaître ses coûts de production précisément. Pour les huit autres, quatre affirment les connaître vaguement et les quatre derniers, pas du tout.

Nous avons cherché à connaître leur représentation des prix de vente des huiles d'olives. Nous avons recensé cinq oléiculteurs/agriculteurs sur les 9 estimant qu'il existe un prix maximum « *au-delà de 20 € je pense que c'est quand même, le litre je parle, parce qu'après quand même ça fait, là ça me gêne plus* », « *18 € je pense qu'il ne faut pas pousser le bouchon trop loin non plus* ». Pour les quatre autres oléiculteurs, la limite du prix maximum est moins précise « *c'est fonction de la clientèle, si on a une clientèle de luxe évidemment on peut se permettre d'augmenter un petit peu, les volumes sont moins importants* », « *Moi je dis le prix maximum c'est le prix que le client veut bien mettre mais je suis pas du tout dans cette optique là, parce que si on va trop haut, je veux dire l'huile d'olive va devenir un produit inaccessible, donc voilà c'est vraiment trop dommage* ». Comme nous le voyons dans cette dernière citation, il existe un prix psychologique des oléiculteurs/agriculteurs au-delà duquel ils ne peuvent pas vendre. « *quand je vois un litre, ça m'affole un peu les prix (...) ça fait quand même cher, non mais quand je vois les gens d'ici qui adorent l'huile d'olive et tout, comment dire, putain même à 15 € il dit non je peux pas c'est un produit de luxe* ».

12.1.2 Oléiculteurs spécialisés

Dans cette catégorie, sur les trois oléiculteurs rencontrés, deux d'entre eux possèdent en partie le même raisonnement que les oléiculteurs/agriculteurs. En effet, ils se réfèrent au marché « *On peut pas nous fixer un prix, il faut voir un peu l'équilibre du marché (...) le marché c'est l'offre et la demande* » et aux coûts de production auxquels sont rajoutés une marge « *marger avec un minimum de 30 %, ce que fait un magasin sans se casser la tête* ». Cependant, l'évaluation des coûts de production demeure un point équivoque « *j'essaye de cerner, c'est au niveau du temps que je ne dois pas être très précis* ». Or cette évaluation du temps est incontournable car comme nous le verrons par la suite, la culture des oliviers est très consommatrice en main d'œuvre en particulier pour la taille et la récolte.

Pour cette catégorie d'oléiculteurs, les prix de vente doivent rester dans des limites « *raisonnables* », « *il faut pas exagérer, moi je trouve que le prix que j'ai vu la bouteille du moulin de l'olivette dans un supermarché, à 17 ou 16, ça c'est un prix maximum absolu, au-delà de ça je sais pas qui est-ce qui achète* ».

Nous avons rencontré un oléiculteur spécialisé dont la pratique de fixation du prix de vente de son huile est fondamentalement différente. Il définit son prix de vente « *en fonction d'une estimation, d'une péréquation entre le volume qu'on compte vendre, le nombre de litres disponible, la cible de clientèle et le prix d'acceptation enfin (...) le prix de vente psychologique que ce type de clientèle haut de gamme est prête à mettre dans une bouteille d'huile d'olive* ». Dans cette logique « *y a pas de limites supérieures* ».

12.1.3 Les oléiculteurs pluriactifs

La fixation du prix de vente est faite à partir du calcul des coûts de production et de la comparaison avec les prix pratiqués par la concurrence « *Par rapport à mon coût de production et par rapport à la concurrence. Je regarde le prix que vende les autres, je regarde combien ça me coûte et je*

regarde combien je mettrais dans une bouteille d'huile ». Comme nous le voyons dans la fin de la citation, le prix de vente est raisonné en tant que consommateur « *je trouve que c'est un produit cher en tant que consommateur, 15 € le litre vous avez une bonne bouteille de pinard à 15 € le litre* ». Cette qualification du prix du produit peut constituer une limite maximale du prix de vente à laquelle s'ajoute parfois des considérations « éthiques ». Ces considérations influent sur le prix souhaitable « *le prix souhaitable moi je dis qu'il est autour de 19 € le litre, c'est ce que je pense, là y a pas de, personne ne vole personne* ». Toutefois, le prix est également considéré comme un indicateur du type de produit proposé « *y a un prix psychologique minimum, parce qu'il faut que ça le positionne malgré tout comme une huile, (...) une huile qui est spécifique, (...) qui a une saveur vraiment typique, ça ça vient de l'Aglandau* ». Un prix élevé permet de positionner le produit en « haut de gamme ».

12.1.4 Les oléiculteurs familiaux

Sur les trois oléiculteurs de cette catégorie, un seul apporte sa production au moulin coopératif. Dans ce cas, les prix d'achats des olives et de vente de l'huile sont établis par le moulin.

Les deux autres oléiculteurs réalisent eux-mêmes la commercialisation de leurs huiles d'olive. Ils établissent un prix de vente en fonction des prix pratiqués dans le département « *c'est un prix moyen général sur le département, je vois que ça se négocie entre 16 et 20 €* », « *je tiens à la vendre un petit moins chère que le moulin, je tiens pas à la vendre beaucoup moins chère parce qu'il y a pas de raison* ». Ils considèrent que le prix est obligatoirement élevé « *C'est forcément un produit cher mais j'estime qu'on le vend à un prix raisonnable* », « *l'huile est vendue chère parce qu'elle est vendue entre 16 et 18 € et pourtant elle rapporte peu* ». La proposition faite est de « *on a pas une production assez importante pour faire de l'export ou très peu, donc il va falloir (...), ben l'idée première du syndicat A.O.C. c'est valoriser à l'extrême sur l'image de ses villages extraordinaires, mais je pense aussi qu'il faut qu'il y ait une démarche qualité derrière et puis on y vient, ils vont limiter les traitements* ». Un oléiculteur du Var est cité en exemple « *il arrive à vendre à 70 € le litre et on l'a goûté d'ailleurs, elle est pas mauvaise, mais enfin bon je mettrais pas 70 €, il a pas une énorme production mais il a un carnet d'adresse qui est, et si il l'a vendait 25 €, il tuerait son truc* ». En théorie, il n'existe pas pour eux de prix maximum, mais dans la pratique, leurs prix de vente se situent également dans une fourchette basse. « *moi le prix maximum, ça serait de vendre sur les marchés, le prix qu'ils vendent au moulin, ça serait le prix maximum. Au-delà, ça serait exagérer* ».

12.2 DIAGNOSTIC DU PRIX DE VENTE ET PROPOSITIONS DES TECHNICIENS, DES EXPERTS ET DES RESPONSABLES OLEICOLES.

Ces trois catégories d'acteurs formulent des diagnostics sur le prix de vente et les capacités commerciales et aboutissent à une proposition commune.

12.2.1 « pour moi les prix sont excessifs de l'huile »

Le diagnostic formulé par les catégories des techniciens et des experts est que la différence, entre les prix des huiles d'olive des Alpes de Haute Provence et les prix des huiles d'importations ou aux huiles disponibles en supermarchés, est trop importante.

« elles sont beaucoup trop élevées quoi, y a un effet très très négatif par rapport à la demande, la demande est réservée à des pouvoirs d'achats importants, alors on peut, ils peuvent se justifier ces prix par les techniques de production, par les conditions de ramassage des olives, le coût de la, le coût des moulins et tout ce que tu veux, globalement parlant on arrive à des prix qui sont 4-5 fois ceux de l'huile d'importation donc à l'évidence, il va y avoir dans pas longtemps une crise à mon avis, il y aura des problèmes d'écoulement » (parole d'expert).

Nous retrouvons dans cet extrait une partie du raisonnement qui conduit au diagnostic de surproduction. Nous distinguons à nouveau en filigrane la théorie de la loi de l'offre et de la demande. D'après eux, les niveaux de prix des huiles d'olive de Alpes de Haute Provence sont un frein à l'achat d'huile d'olive par les consommateurs ce qui réduit d'autant les quantités commercialisées. Il faut baisser les prix de vente d'huile d'olive pour vendre plus d'huile et éviter la surproduction. *« c'est sûr qu'il va y avoir surproduction, d'autant plus qu'ils exportent pas, pratiquement tout est vendu au moulin (...) ça arrivera quand tous les oliviers plantés récemment arriveront en pleine production »* (parole d'expert).

D'autre part, la baisse des prix est jugée incontournable en raison de la configuration de la filière oléicole de Alpes de Haute Provence, caractérisée par une position oligopsonne des moulins (figure 31). En effet, ils sont peu nombreux à offrir un service de trituration et à acheter des olives. Cette situation est renforcée par le fait que ce sont les quatre principaux moulins qui commercialisent l'essentiel de la production d'huile d'olive du territoire. Avec l'augmentation de la production, cette position est renforcée.

« le moulin va être en situation de force parce qu'il pourra refuser ou réduire son prix d'achat des olives, et du coup répercuter cette baisse sur le prix du litre d'huile, pour pouvoir se, rester positionner pouvoir écouler de l'huile » (parole de technicien)

La solution pour le moulin c'est donc de baisser ses prix de vente et par conséquent ses prix d'achat d'olives aux oléiculteurs. Dans cette logique de baisse des prix d'achat, les oléiculteurs n'ont pas d'autres choix pour garantir leurs revenus de baisser leurs coûts de productions *« la discussion c'est savoir est-ce que, il faut continuer à augmenter pour amortir ou réduire notre prix de revient et essayer de faire descendre ce prix de revient, le plus bas possible, tout en gardant une qualité optimale »* (parole de technicien).

12.2.2 On est dans les limites du prix

« l'écart entre l'huile d'olive classique qui est dans le linéaire des supermarchés il est quand même très grand, puisque dans les supermarchés, on trouve de l'huile aux environs de 5 ou 6 €, donc nous ça fait, si on, si on met à 19 ou 20 € ça fait 4 fois plus ça fait beaucoup quand même. Donc voilà, je pense qu'on est dans les limites du prix. » (parole de responsable oléicole)

Cet extrait illustre l'écart de prix jugé « acceptable » entre une huile des Alpes de Haute Provence et une huile classique du commerce. Nous pouvons nous demander comment est établie cette limite. D'autre part, cette norme a évolué depuis 1972. En effet, dans le projet de procès verbal de l'Assemblée Générale du S.D.O., Monsieur Bonnet, alors expert oléicole de la C.E.E., présente la situation de l'oléiculture *« on estime en général que le prix de l'huile d'olive peut atteindre sans inconvénient une fois et demi le prix des huiles de graines ; au dessus on risque une baisse de consommation »* (Procès verbal Assemblée Générale S.D.O., 1972, Annexe 5). Cet exemple est un peu différent parce que l'expert compare l'huile d'olive à l'huile de graine. Toutefois, est-ce qu'une huile d'olive de 5 € et une huile d'olive de 20 €, sont comparables ? Sommes-nous sur un même produit ?

« puisqu'on sait qu'on n'aura pas beaucoup de possibilités d'augmentation du prix de vente donc il faut qu'on essaie de diminuer nos coûts de production » (parole de responsable oléicole). Dans cette proposition, le prix est une donnée sur laquelle l'oléiculteur a peu de marge de manœuvre.

La proposition de baisse des coûts est également liée au mode de commercialisation. Compte tenu des capacités commerciales locales limitées par rapport à l'augmentation de la production, la proposition est de commercialiser à l'extérieur du département en passant par un intermédiaire.

« aujourd'hui c'est nous qui faisons notre promotion, c'est nous qui essayons de trouver des marchés quand on peut donc on a pas d'intermédiaire, mais si demain on veut rémunérer un intermédiaire on est obligé d'avoir des marges plus importantes donc on va peut être augmenter un tout petit peu l'huile au

moulin enfin à la vente pour garder un peu de marge pour l'intermédiaire parce que sinon c'est vrai on en trouvera, on aura dû mal à la commercialiser » (parole de responsable oléicole)

Ce diagnostic est partagé par l'actuel président de l'Afidol¹¹. « Il conviendrait de réduire ses coûts de production afin de créer les marges nécessaires à la commercialisation sans augmenter les prix qui ont atteint des niveaux que la majorité des consommateurs a du mal à accepter » (NASLES O., 2004, in L'olivier en Méditerranée, du symbole à l'économie, p 101).

Nous verrons, dans le chapitre sur les nouveaux acteurs de la commercialisation, comment ce diagnostic se traduit en projet.

13 L'ESTIMATION DES COUTS DE PRODUCTION

Compte tenu de cette proposition de baisse des coûts de production, nous nous sommes intéressés à estimer ces coûts de production.

13.1 L'OLEICULTURE EN SEC

La culture des oliviers peut être en sec ou irrigué. Pour des raisons de temps, nous n'avons étudié que la culture en sec. Compte tenu de la période de déficit hydrique estival et des pertes de production d'olives qu'elle occasionne, nous avons fait l'hypothèse que la culture en sec possède des coûts de productions supérieurs à la culture irriguée. Dans cette hypothèse, les coûts de production de la culture en sec représenteraient la fourchette haute des coûts existants. D'autre part, nous avons voulu évaluer les différences de coûts de productions entre les vergers de coteaux et ceux au plat. Nous avons également distingué pour les vergers au plat, ceux qui sont conduits en agriculture conventionnelle et ceux en agriculture biologique.

13.2 METHODE EMPLOYEE

Nous avons rencontré huit oléiculteurs avec qui nous avons dressé l'itinéraire de production qu'ils pratiquent tout au long de l'année. Pour chaque opération culturale, nous avons évalué les temps de travaux, le matériel utilisé, les quantités d'intrants consommés, les coûts de la trituration et de labellisation A.O.C. Toutefois, nous n'avons pas comptabilisé les coûts éventuels de plantation c'est-à-dire de mise en place de la culture et d'entrée en production des arbres. De même, nous n'avons pas pris en compte les coûts de conditionnement, de promotion et de commercialisation.

13.3 LES RESULTATS OBTENUS

13.3.1 Les coûts de production des vergers de coteaux en sec

L'évaluation des coûts de production des vergers de coteaux en sec a été faite à partir des pratiques de quatre oléiculteurs du type familial. Comme nous l'avons vu précédemment, l'oléiculture constitue généralement une activité de loisir, de passion. Cette catégorie d'oléiculteurs investit beaucoup de temps, d'énergie et d'affectivité dans leurs olivettes. Les caractéristiques topographiques de leurs vergers obligent ces oléiculteurs familiaux à réaliser la plupart des opérations culturales manuellement telle que la récolte ou avec de petits outils tels que le motoculteur pour griffonner ou une débroussailleuse pour désherber. Pour toutes ces raisons, le prix de revient estimé pour la culture de coteaux en sec s'élève à **40 €** le litre d'huile d'olive en A.O.C.

¹¹ En 2007

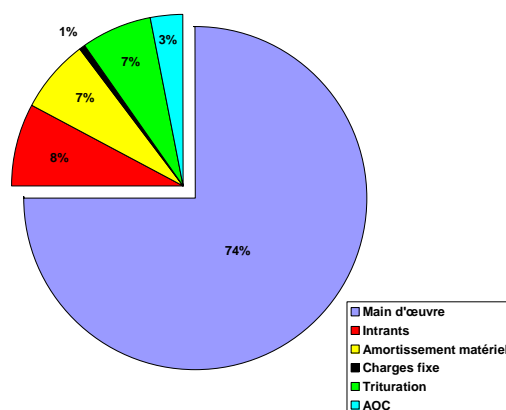
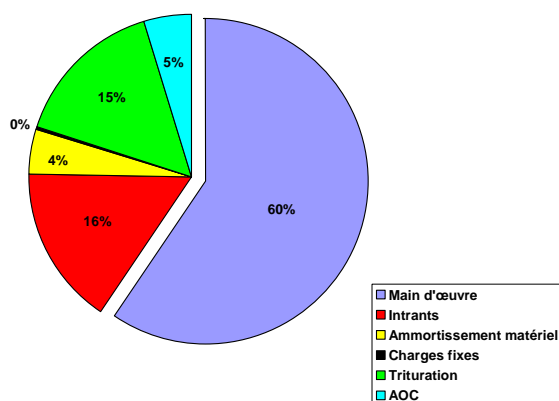


Figure 32 : Composantes des coûts de production de la culture d'oliviers de coteaux en sec.

Sur la figure 32, nous pouvons remarquer que les trois quarts du prix de revient correspondent aux coûts de main d'œuvre.

13.4 LES COÛTS DE PRODUCTION DES VERGERS AU PLAT ET AU SEC

Les oliviers cultivés au plat et au sec ont été estimés à partir des dires de cinq oléiculteurs qualifiés d'oléiculteurs/agriculteurs. En règle générale, la configuration topographique des vergers permet le passage des tracteurs et des outils tels que la charrue ou le griffon et permet de réduire pour certaines opérations la charge de travail manuel.



En oléiculture conventionnelle, le prix de revient d'un litre d'huile d'olive A.O.C. est de **17,60 €**. Nous pouvons remarquer sur la figure 33, que la charge de main d'œuvre est également très importante puisqu'elle représente 60 % de ce prix de revient.

Figure 33 : Composantes des coûts de production de la culture conventionnelle d'oliviers au plat et en sec.

En oléiculture biologique, le prix de revient d'un litre d'huile d'olive est de **18,50 €**. La charge de main d'œuvre est également conséquente (figure 34).

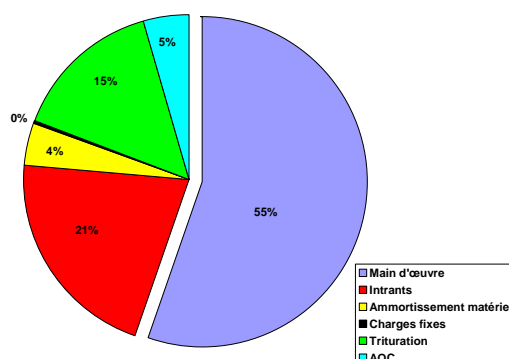


Figure 34 : Composantes des coûts de production de la culture biologique d'oliviers au plat et en sec.

13.5 « ON PEUT PAS, FAIRE BIEN DIFFEREMMENT »

Ces résultats établissent que plus de la moitié du prix de revient d'un litre d'huile d'olive A.O.C. correspond à des frais de main d'œuvre. L'essentiel de ces frais de main d'œuvre dépend des

opérations de taille des oliviers mais surtout des frais de récolte. En effet, dans les Alpes de Haute Provence, les olives Aglandau ne permettent pas l'automatisation de la récolte par l'emploi de secoueurs ou de vibreurs.

« on avait fait des essais de vibreurs secoueurs mais sur l'Aglandau y a, c'est une olive qui est très difficile à détacher et on avait des résultats qui n'étaient pas suffisant, donc il fallait faire plusieurs passages, ça peut être des solutions mais il faut que d'une part que le matériel soit un peu plus fiable et facile à utiliser et aussi un peu moins cher » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

Toutefois, il existe des peignes pneumatiques ou électriques qui imitent le mouvement du peigne manuel. Pour utiliser cet outil, il faut disposer au sol des filets. Là encore, la topographie des vergers conditionne l'emploi d'une telle technique de ramassage. En effet, dans les vergers de coteaux, il est difficile de disposer des filets sous les arbres et les olives roulent dans le sens de la pente.

« les gens qui ont des vergers à peu près plat, ils ne ramassent plus comme ça à la main. Il commence à étaler sous l'arbre, même que ça dépasse l'arbre, un filet, et ils ont, ça s'appelle un râteau et ils font ça (figure le ratissage) au lieu de ramasser olive, olive comme ça, ils n'ont pas de panier, ils râtelent les branches et ça tombe sur le filet, il faut un filet assez grand. Lorsqu'ils ont fini, ils récupèrent les volumes et ils les mettent dans la caisse et puis ils changent d'arbres. Et puis maintenant, il y a eu, ils ont amélioré les râteaux, au lieu que ce soit des râteaux manuels comme ça, ce sont des râteaux qui sont mécanique (...) Le bonhomme, il a comme une genre de gâchette et puis il ne fait plus que présenter le râteau à la branche et de, comment je pourrais dire, le ratissage se fait mécaniquement » (parole d'oléiculteur familial)

Dans les vergers de coteaux, la récolte se fait généralement manuellement avec un panier. Cependant, certains disposent parfois au sol des filets et ratissent les rameaux à l'aide d'un peigne manuel mais *« on passe une demi-heure à mettre le filet parce qu'il faut mettre des piquets et accrocher le filet »* (parole d'oléiculteur familial).

Pour réduire les coûts de production, des progrès ont été faits dans les techniques de taille.

« en terme de taille, on était passé, dans les années, on était dans les années 90, 90-92 par là, on était aux environs en gros de 15 minutes par arbres et là on est, bon allez à moins de 5 minutes, donc c'est vrai qu'on peut guère faire mieux quoi bon, même si on arrive peut être avec du matériel ou des sécateurs un peu plus performants, mais on va gagner 1 minute peut être mais c'est tout » (parole de responsable oléicole)

Une diminution des coûts de production doit donc être possible mais dans une faible proportion qui n'autoriserait qu'une baisse relative des prix de vente de l'huile.

« on a des prix de revient qui sont, qui sont quand même assez élevés donc on peut pas, faire bien différemment » (parole de responsable oléicole)

D'autre part, lors de la restitution des résultats aux oléiculteurs des Alpes de Haute Provence, il est ressorti le fait que les producteurs ne veulent pas forcément vendre moins cher.

« si on est fier de ce qu'on fait, pas de raisons de brader sa production » (parole d'oléiculteur familial)

« moi je rouspète quand on me dit que mon produit est cher, parce que je trouve pas » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

La diminution des coûts de production est d'autant plus difficile qu'il faut prendre en compte l'existence de nouveaux coûts.

14 DES COÛTS SUPPLEMENTAIRES

Des coûts supplémentaires liés au réchauffement climatique et à la hausse des prix des ressources énergétiques viennent s'ajouter aux coûts de production existants.

14.1 LE RECHAUFFEMENT CLIMATIQUE

La sécheresse est une des conséquences du réchauffement climatique. Le dernier rapport, du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec), publié en 2007, atteste l'existence de ce phénomène. Le réchauffement climatique et ses conséquences futures commencent à être prises en compte par les pouvoirs publics, avec notamment le Grenelle de l'environnement au cours du mois d'octobre 2007.

Lors de la journée de lancement de la nouvelle campagne oléicole 2007/2008 organisé par l'Afidol, J.P. Ramel du Centre d'Information Régional Agrométéorologique (Cirame) a exposé les manifestations et les conséquences probables du réchauffement climatique pour l'oléiculture. Le Cirame, association loi 1901, analyse les conséquences du climat sur l'agriculture, l'environnement et le paysage. L'observation faite au niveau régional montre une augmentation des normales de températures et une fréquence plus réduite des précipitations pour les dernières années. Les conséquences probables pour l'oléiculture sont une phénologie fortement modifiée (durée, avancement de la floraison) ; problème du gel et adaptation des variétés conditions de pollinisation ; modification des conditions de la maturation ; recours à l'irrigation.

Des oléiculteurs perçoivent déjà les conséquences du changement climatique.

Oléiculteur a : Mais cette année, il n'a pas plu en décembre si ?

Oléiculteur b : non, il a plu ouai, mais enfin je veux dire, bon cette année, là, cette année...

Oléiculteur a : C'est particulier

Oléiculteur b : Enfin particulier non, ce serait comme c'était avant

Oléiculteur a : oui

Oléiculteur b : C'est depuis 4 ou 5 que c'est particulier

(parole d'oléiculteurs familiaux – entretien de groupe)

Un bulletin d'information Agrométéo publié par le Cirame confirme cette observation : « Pour la cinquième année consécutive, 2007 est une année de sécheresse. Si l'on cumule les pluies enregistrées depuis le 1er janvier 2003 jusqu'au 15 septembre 2007, le déficit pluviométrique représente souvent une année entière (normale) de précipitations » (Bulletin d'information Agrométéo n°597, 2007).

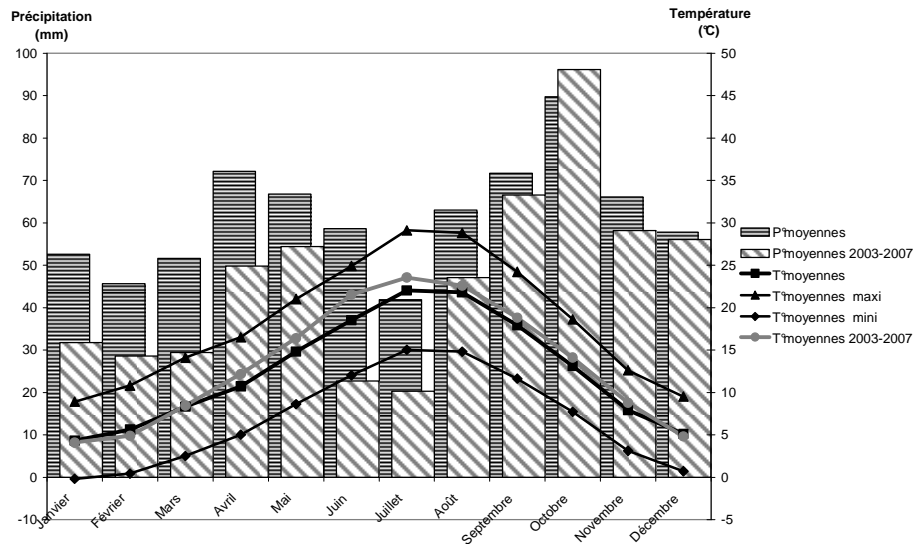


Figure 35 : Comparaison du diagramme ombrothermique avec les moyennes mensuelles de précipitations et de températures des cinq dernières années (Source Météo France – Station de St Auban)

Pour matérialiser ces cinq années de sécheresse, nous avons superposé les moyennes de précipitations et de températures relevées ces cinq dernières années avec les normales de précipitations et de températures (établies sur 30 ans) à la station Météo France de St Auban dans les Alpes de Haute Provence (figure 35). Le diagramme ombrothermique fait à partir des moyennes des cinq dernières années, montre une augmentation de la période de déficit hydrique. Elle passe d'une durée d'un mois sur juillet à une durée de trois mois, étalée de juin à août. Nous observons une diminution générale des précipitations, plus marqué pour le mois de juin et de juillet. Seul le mois d'octobre a une moyenne de précipitation supérieure à sa normale. Il a fait en moyenne 1,78 ° C plus chaud et 24,5 mm de pluie en moins au cours de juin, juillet et août.

Comme nous pouvons le voir sur la figure 36, la période de déficit hydrique se localise juste après la floraison au moment de la nouaison. Le manque d'eau favorise l'avortement des jeunes fruits « *C'était la sécheresse, il y avait pas plu donc les olives elles se sont formées, alors, il y avait le grain de blé puis il a séché et il est devenu noir et ensuite le peu d'olives qui restaient, elles étaient, c'était 2 grains de blé mais pas plus, elles n'avaient pas grossi* » (parole d'oléiculteur familial). Cela se répercute également sur le développement du fruit. « *si tu veux, une olive contrairement à ce qu'on croît, il faut pas quelle souffre, c'est comme la lavande. Il faut que, pour que la lipogenèse se fasse correctement, il faut qu'elle se développe correctement* » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

Cela occasionne une baisse de production. « *une année comme cette année, où quand même la sécheresse va faire des dégâts je pense, et bien je suis sûr qu'on va rentrer dans une année où on risque de manquer d'huile* » (parole d'oléiculteur responsable).

Diagramme ombrothermique 2003/2007
(Source Météo France - Station de St Auban)

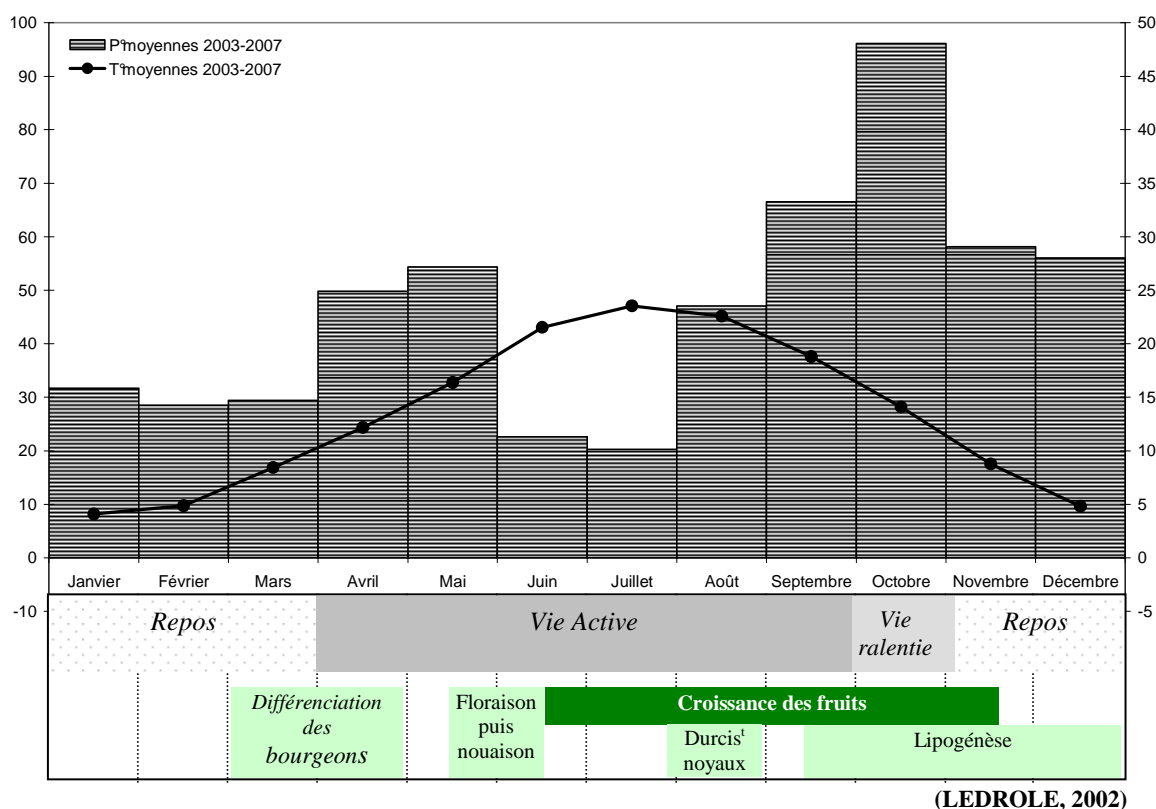


Figure 36 : Comparaison du cycle biologique de l'olivier avec le diagramme ombrothermique établi sur les cinq dernières années. (Source Météo France – Station de St Auban)

▪ Les nouvelles conditions climatiques de productions sont donc problématiques car elles entraînent une diminution des rendements et une augmentation des coûts de production. D'autre part, la diminution des quantités d'huiles produites entraîne un manque à gagner pour les oléiculteurs et les mouliniers. Cette situation est néfaste commercialement car elle peut entraîner des ruptures d'approvisionnement qui se soldent souvent par une perte des clients « *il est plus facile de perdre des clients que d'en gagner* » (parole d'oléiculteur responsable). D'autre part, cette situation renforce les inégalités de potentiels de production entre les oléiculteurs qui cultivent en sec et ceux qui peuvent irriguer.

14.2 « PRIX DU PETROLE : LES PAYSANS DEGUSTENT »

Ce titre issu d'un communiqué de presse de la F.N.S.E.A. (novembre 2007), résume l'impact des évolutions du prix de pétrole sur les activités agricoles. Le prix du pétrole a très fortement augmenté depuis 2003 (figure 37). Sur la période 1990/2005, le prix moyen du baril a doublé, passant de 20 \$ dans les années 90 à plus de 40 \$ pour 2004/2005. Actuellement, cette hausse du prix du baril se poursuit avec en janvier 2008, le dépassement de la barre des 100 \$.

L'évolution récente des prix du pétrole

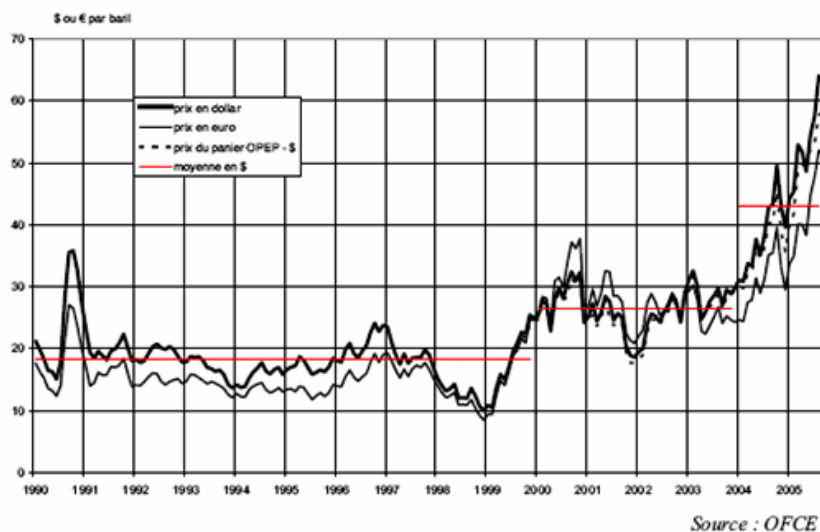


Figure 37 : Evolution récente des prix du pétrole sur la période 1990/2005 (OFCE, in rapport d'information du sénat n°105, 2005)

« les exploitants agricoles sont des gros utilisateurs professionnels de produits pétroliers. Ils subissent donc de plein fouet la flambée de l'Or noir (...) En effet, pour la première fois, le prix du gasoil agricole vient de franchir un record historique, à près de 720 €/1000 litres (soit 4,70 frs le litre) (...) Les intrants dérivés du pétrole ou indexés sur son prix subissent la même tendance. Le prix de l'azote valait 150 € la tonne en novembre 2006. Un an plus tard, le prix est de 200 € soit une hausse de 33 € sur un an. » (Communiqué de presse, F.D.S.E.A. 62, 2007, Annexe 6).

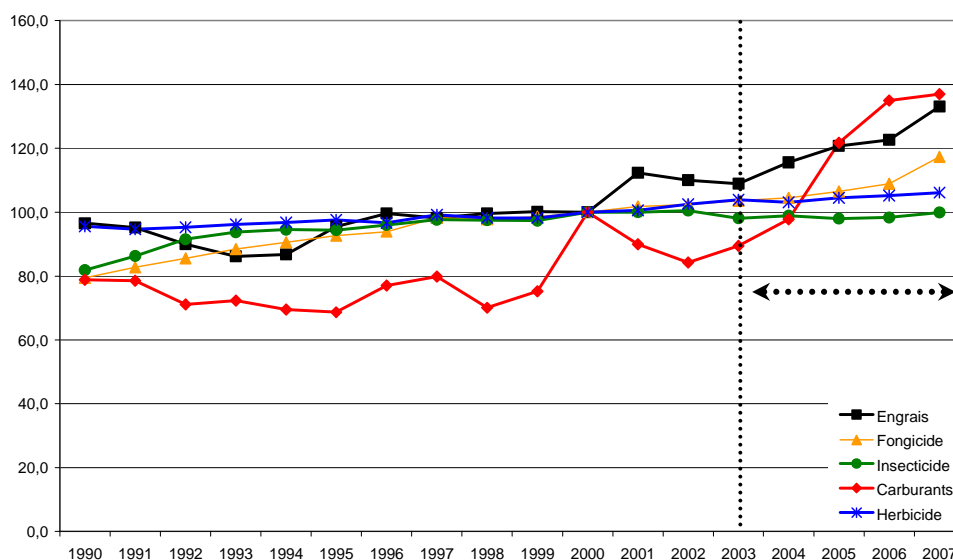


Figure 38 : Evolution des indices des prix d'achat des moyens de production agricole de 1990 à 2007 Engrais/Fongicide/Insecticide/Carburants (Base 100 en 2000, source Insee 2007)

Nous avons représenté (figure 38) l'évolution des indices des prix d'achat des moyens de production agricole¹² (Ipampa). Mis à part les insecticides relativement stables sur la période

¹² Les indices de prix des engrais et pesticides de ce graphique correspondent aux produits employés pour les cultures fruitières et ne sont pas spécifiques aux produits utilisés dans l'oléiculture.

1990/2007, tous les indices augmentent. La forte progression des indices Ipampa est concomitante à la hausse considérable du prix du pétrole depuis 2003. Produire des olives coûte donc de plus en plus cher aux oléiculteurs.

Ces hausses des cours du pétrole et leurs répercussions sur les coûts des intrants entraînent une remise en cause du modèle agricole productiviste.

« Parce que moi je suis issu de la grande famille des lycées agricoles où pendant 50 ans on nous a fait croire que la panacée c'était mettre des engrais, mettre des désherbants pour faire des rendements, on y a crû parce que c'était bonnard, y a des années c'était bonnard de faire des rendements et tout, aujourd'hui on s'aperçoit, économiquement ça ne vaut plus le coup, faire des rendements à tout prix, parce qu'on s'aperçoit que les prix des intrants ont augmenté d'une manière démesurée, que les prix des, des engrais, les désherbants, le gazole, et qu'il faut réfléchir pour revenir à une agriculture raisonnable et que le bio c'est une solution sans être un utopiste » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

15 DE NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Les temps changent également car les consommateurs ont de nouvelles attentes et exigences.

15.1 QUI SONT LES CONSOMMATEURS DE VOTRE HUILE D'OLIVE

Nous avons cherché à caractériser la clientèle des oléiculteurs rencontrés. Nous pouvons classer leurs clientèles en en deux catégories : les clients en vente directe et les intermédiaires qui font de la revente d'huile.

- La clientèle en vente directe est composée notamment de touristes *« des touristes ou des curistes et qui en remontant vers leurs brumes habituelles, prennent un peu de soleil en achetant quelques bouteilles d'huile d'olive pour passer l'hiver, ce sont des gens qui, qu'est-ce qu'ils ont en commun, d'aimer les bonnes choses, heureusement y en a encore pas mal en France »* (parole d'oléiculteur familial) ; de gens du pays *« j'ai une clientèle locale, qui vient en début d'année, eux ils achètent de l'huile en janvier, février par 5 litres, 10 litres, 15 litres »* (parole d'oléiculteur/agriculteur), des amis, des connaissances. C'est également des gens qui recherchent des produits biologiques, des fins gourmets *« ce sont des gens qui aiment la bonne, qui aiment retrouver la saveur, qui aime les bons légumes frais, qui aiment le poisson de qualité, ce sont des gourmets on va dire de façon générale »* (parole d'oléiculteur pluriactif)
- Les intermédiaires sont des supermarchés, Olivier & Co, l'écomusée, la maisons de pays *« les maisons de pays tout ça, ça fournit aux touristes »* (parole d'oléiculteur pluriactif).

15.2 SENSIBILITE DES CONSOMMATEURS

Pour les 18 oléiculteurs rencontrés (en entretien avec questionnaire), les consommateurs de leur huile d'olive sont notamment sensibles :

- à sa qualité,

« La porte de sortie tout secteur confondu mais c'est aussi vrai dans le secteur agroalimentaire et c'est vrai aussi dans l'huile d'olive, la porte de sortie ça ne peut que être que du qualitatif ensuite quand vous avez un produit de qualité, le reste suit. Mais le pire ensuite, si vous avez pas un produit de qualité, le prix se posera pas parce que vous le vendrez pas votre, mais déjà si les gens trouvent votre huile bonne, ils pourront toujours vous dire ah je la trouve un peu chère par rapport à etc certe mais la porte de sortie c'est le qualitatif. Donc il est important d'être très vigilant sur les produits qui sont estampillés AOC pour que ça soit des produits de qualité » (parole d'oléiculteur pluriactif)

- à son goût

« Écoute c'est facile, je leur en file un litre, et ben après ils m'en redemandent et puis ils me disent combien c'est après bon c'est clair, et puis je vois en Champagne j'en distribue non mais j'ai plein de potes qui en ont pris bon ben, ils te rachètent, après ils ont été dans les supermarchés pour acheter de l'huile haha et bon ils ont compris la différence, c'est (...) des gens qui aiment bien manger et qui connaissent un peu de goût, je les vends très vite, c'est vrai qu'il y a, c'est meilleur... le goût même le gras est différent, les arrières goûts, c'est vrai qu'il y a un peu plus de parfums quoi, une texture » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

Les attributs complémentaires énoncés de cette qualité sont le fruité de l'huile d'olive, ses arômes, son caractère, sa saveur, sa texture. « Justement ceux qui aiment ils aiment du fait que, d'abord, ils sentent l'olive, vraiment le fruit » (parole d'oléiculteur/agriculteur).

Pour eux, les consommateurs sont sensibles aux vertus pour la santé « sur la santé, ça c'est évident aussi, je veux dire même la télé commence à en parler, ça commence à se savoir que c'est bon l'huile d'olive » (parole d'oléiculteur pluriactif) et aux modes de cultures notamment en Agriculture biologique.

Ces données recueillies vont dans le sens des études réalisées par le Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie (Crédoc). En effet, l'enquête sur les comportements alimentaires des français (LOISEL 2001) montre notamment que les français ont cité en première position le goût comme critère de qualité (figure 39). Les aspects liés aux apports nutritionnels et d'absence de risques sanitaires sont également des préoccupations de qualité pour une partie des français. Nous pouvons remarquer que la garantie sur origine est citée. Ce résultat pose la question de la perception d'un produit labellisé A.O.C. qui est par définition une garantie d'origine.

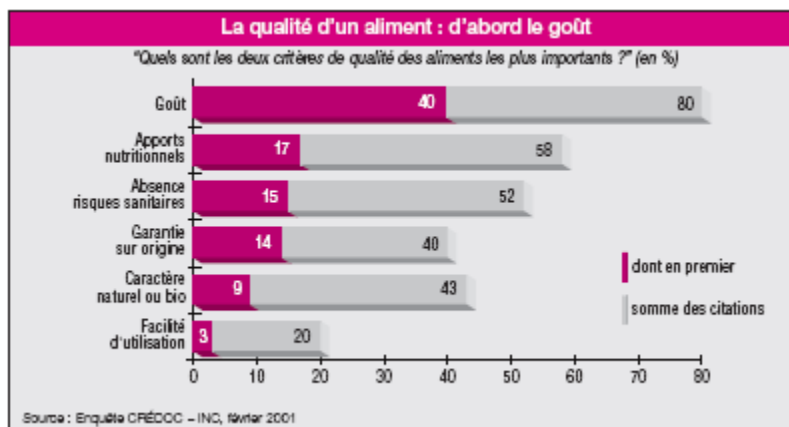


Figure 39 : Résultat d'une enquête menée sur les comportements alimentaires des français (LOISEL, 2001)

16 DE NOUVEAUX ACTEURS EN AVAL DE LA FILIERE

16.1 LA REFORME DE L'INAO

Depuis le 1^{er} janvier 2007, l'Inao est devenu l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (Inao – son acronyme est inchangé). En plus des labels A.O.C. et I.G.P. (Indication Géographique Protégée), le nouvel Inao prend en charge trois labels supplémentaires : la Spécialité Traditionnelle Garantie (S.T.G.), le Label Rouge et l'Agriculture Biologique (A.B.). L'objectif affiché est de renforcer la transparence et la crédibilité des labels. L'un des aspects fondamentaux de cette réforme est le changement du système de contrôle des labels.

16.1.1 Fonctionnement du nouveau système de contrôle

Avant la réforme, le contrôle était réalisé par l'Inao en partenariat avec le syndicat de défense de l'appellation. Avec la réforme, l'Inao est chargé de superviser le dispositif de contrôle. Il ne réalise plus lui-même de contrôles directs. Ceux-ci sont effectués par des organismes de contrôles, accrédités par le Cofrac (Comité français d'accréditation) et agréés par l'Inao.

Le syndicat de défense doit être reconnu par l'Inao pour devenir l'Organismes de Défense et de Gestion (O.D.G.). En plus de ses missions de valorisation et de défense du label, l'O.D.G. est chargé de réécrire le décret d'obtention de son appellation en cahier des charges et définir des points de contrôles. Ces points de contrôles sont élaborés en collaboration avec l'organisme de contrôle, préalablement choisi par l'O.D.G. Ce plan de contrôle doit être validé par le Conseil d'Agrément et Contrôle (C.A.C.) de l'Inao. Le C.A.C. est une nouvelle instance décisionnelle dans lequel siège des professionnels, des experts et des représentants de l'administration (Annexe 7).

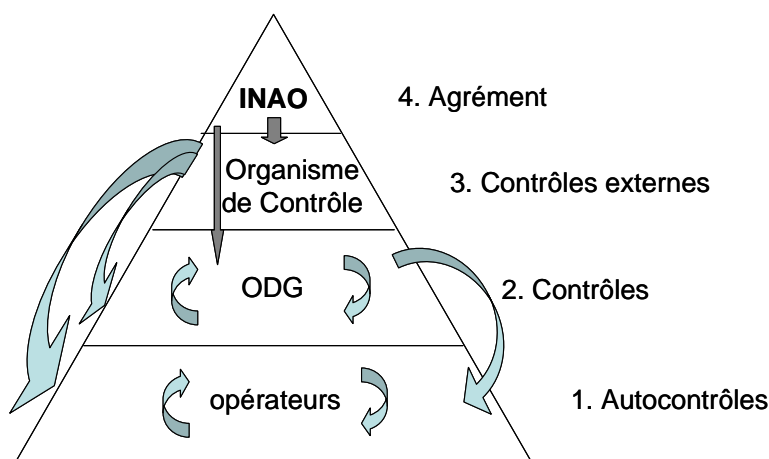


Figure 40 : organisation du contrôle (source : réforme des modes de valorisation des produits agroalimentaires, power point de RICHER C., chef de centre INAO Chambéry)

En plus de l'agrément par l'Inao de l'organisme de contrôle et du plan de contrôle, le nouveau système contient trois niveaux de contrôles (figure 40) :

- L'autocontrôle, réalisé dans notre cas par les oléiculteurs. Par exemple, cela peut consister dans la tenue à jour d'un cahier de culture sur lequel est noté toutes les dates et la nature des interventions culturales.
- Le contrôle interne, mis en œuvre par l'O.D.G. pour vérifier l'application du cahier des charges du label.
- Le contrôle externe, effectué par un organisme de contrôle ou d'inspection¹³. Dans le cas du l'A.O.C. huile d'olive de Haute Provence, le conseil d'administration a opté pour l'organisme d'inspection Origine.

16.1.2 « un organisme associatif »

L'organisme d'inspection Origine est une association, créé en 2007 par le regroupement d'une quinzaine de syndicats A.O.C. du quart sud est de la France (syndicats oléicoles + syndicats d'autres produits) . Aujourd'hui, Origine compte une quarantaine d'appellations.

¹³ La différence entre ces deux organismes est liée au mode d'application des sanctions en cas de non respect du cahier des charges. Si le contrôle révèle le non respect du cahier des charges, l'organisme de contrôle prononce directement la sanction. Dans un même cas, l'organisme d'inspection fait un rapport à l'Inao et c'est l'Inao qui applique la mesure prévue.

« Origine est un organisme d'inspection, (...) on a pour mission de mettre en place les plans de contrôle des appellations dont celui de l'appellation Haute Provence. » (parole de responsable oléicole).

La filière oléicole française a été très impliquée dans la création de cette association. Le président d'Origine est aujourd'hui Olivier Naslès, président de l'Afidol.

16.2 LA CREATION DE L'A.O.C. PROVENCE

L'appellation A.O.C. huile d'olive de Provence (figure 41) est obtenue le 14 mars 2007. Elle regroupe 464 communes dans 7 départements différents : les Alpes de Haute Provence, les Alpes-Maritimes, les Bouches du Rhône, La Drôme, le Gard, le Var et le Vaucluse. « l'idée elle est venue des trois présidents des trois AOC en 1999, c'est-à-dire Baux, Aix et Haute Provence qui quand on a eu fini de faire nos trois appellations, on s'est réuni à Aix avec l'Inao et on a dit qu'est-ce qu'on fait pour le Var et le Vaucluse » (parole de responsable oléicole)

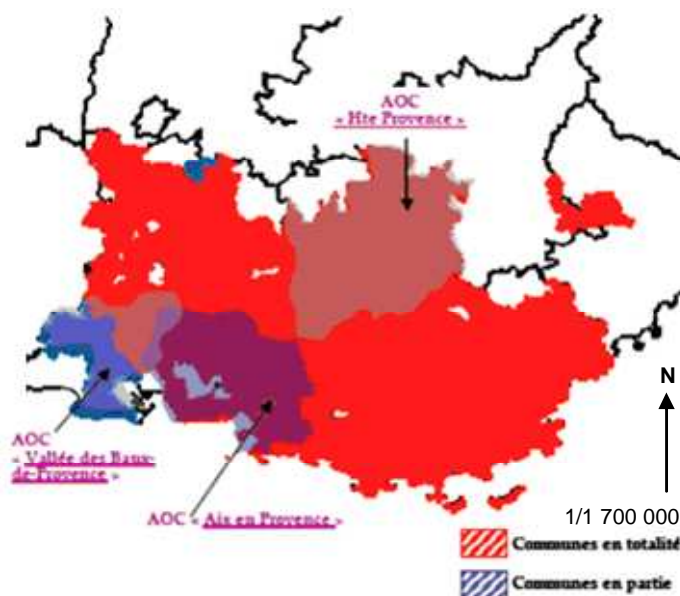


Figure 41 : Carte de localisation de l'A.O.C. huile d'olive Provence (Groupement des oléiculteurs varois, 2007)

Le rôle des responsables oléicoles dans les institutions de régulation a été déterminant pour l'obtention de cette appellation qualifiée de générique.

« il faut savoir aussi que au début l'Inao était pour les AOC de territoire, donc c'est pour ça qu'ils refusaient parce qu'ils étaient pas, y avait pas la possibilité de faire, (..) y avait trop de différence de variétés enfin etc. et après l'Inao a plutôt, pour des raisons, c'est les politiques, les politiques de fonctionnement, a plutôt accepté les AOC génériques » (parole de responsable oléicole)

16.2.1 Pourquoi une AOC Provence ?

« l'idée de départ ça a été de protéger l'accès à toute la région au mot provence. La deuxième idée qui menait cette, la démarche, ça a été d'offrir ben de faire que le Vaucluse et au Var qui n'avaient pas accès à l'AOC est un accès à l'AOC. » (parole de responsable oléicole)

Une des raisons est également de regrouper sous une même appellation des volumes d'huile d'olive de différents bassins. « Cette nouvelle AOC va nous permettre d'avoir un volume plus important et donc de s'attaquer au marché national mais aussi international tout en valorisant notre AOC Haute-Provence » (André Pinatel, président de la Chambre d'agriculture et oléiculteur aux Mées, article de la Provence, publié le 19 mars 2007) L'A.O.C. huile d'olive de Provence s'inscrit dans cette volonté de « créer des réseaux commerciaux capables de rassembler une offre atomisée et mieux la

valoriser en France et à l'exportation » (NASLES O., 2004, in L'olivier en Méditerranée, du symbole à l'économie, p 101).

La stratégie affichée par ces responsables oléicoles est de commercialiser tous les volumes excédentaires des appellations oléicoles existantes sous une appellation A.O.C huile d'olive de Provence. « avec l'apparition de l'AOC Provence, c'est que il va rester une niche Haute Provence pour la vente des moulins sur cette appellation et puis je dirai tout le volume qui va au-delà passera en AOC Provence » (parole de responsable oléicole)

16.3 TERROIRS OLEICOLES DE FRANCE

Terroirs oléicoles de France est une société à responsabilité limitée au capital de 324 000 €. Elle regroupe 14 actionnaires (Annexe 8) parmi lesquels, les principaux moulins à huile qui représentent à peu près le tiers de la production française. Cette société est destinée principalement à commercialiser des olives et des huiles d'olives françaises.

« la seule vocation de Terroir, c'est de, à la fois de favoriser les communications, les échanges, le cas échéant de compenser les manques d'huile chez les uns ou chez les autres et puis surtout, c'est aussi, c'est d'aller vendre en GMS » (parole d'un responsable oléicole)

17 DE NOUVEAUX ACTEURS DANS LA TRITURATION

Depuis la campagne charnière de 2003/2004 et contre toutes attentes¹⁴, le nombre de moulins présents sur le territoire de l'A.O.C. huile d'olive de Haute Provence a bien évolué. Nous dénombrons sept moulins supplémentaires (figure 42) dont cinq nouveaux dans le département des Alpes de Haute Provence. Hormis la création d'un moulin traditionnel avec meules et scourtins en système discontinu¹⁵, les six nouveaux sont tous des moulins en système continu à 2 phases. Ils diffèrent du système continu à 3 phases utilisé par les 5 moulins antérieurs.

14 Le rapport final de l'étude « les chemins de l'olivier, une démarche de développement local » (LANGEVIN, 2004) envisageait seulement la création d'un moulin à huile sur le plateau de Valensole.

15 La différence entre système discontinu et continu vient de la reprise manuelle ou non de la pâte par le moulinier. Le système discontinu est la méthode traditionnelle. Les olives sont écrasées avec des meules, la pâte d'olive est reprise par le moulinier qui la dispose en couche sur des scourtins. L'huile est obtenue par pressage de la pâte, puis centrifugation du moût. Pour le système continu, les olives ne sont pas reprises manuellement par le moulinier. Les olives sont rentrées en début de chaîne et l'huile d'olive coule en sortie.

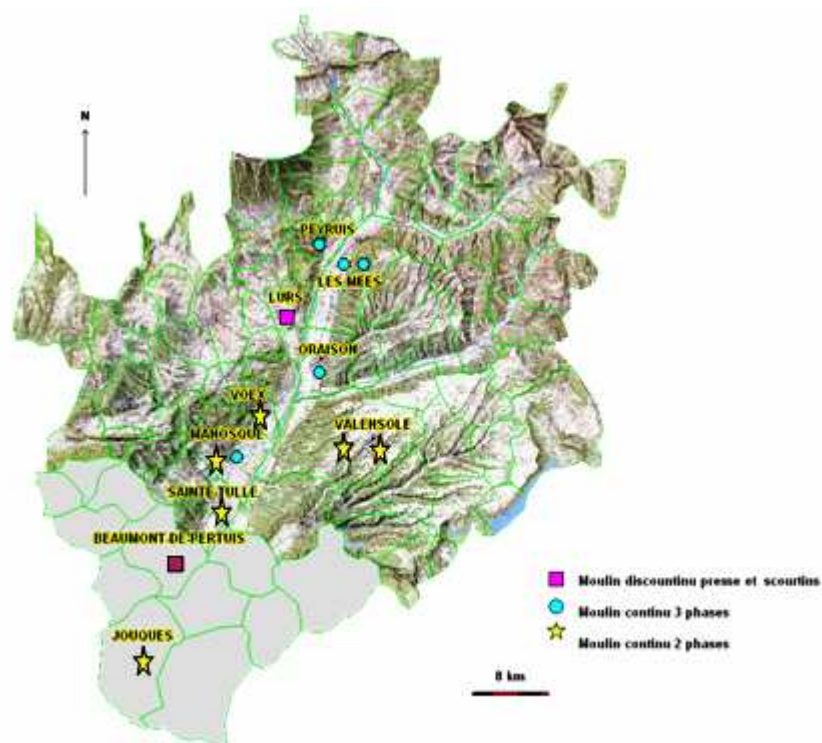


Figure 42 : Carte de localisation des moulins du territoire A.O.C. huile d'olive de Haute Provence en 2007 (CLAVÉ, 2007)

17.1 COMPARAISON DES SYSTEMES CONTINUS A 3 PHASES ET A 2 PHASES

Nous allons présenter les opérations de trituration et identifier les différences existantes entre le système à 3 phases et le système à 2 phases (figure 43).

Après le lavage et l'effeuillage des olives à l'entrée du moulin, le processus de trituration comporte trois étapes principales : le broyage des olives lavées, le malaxage et la centrifugation.

- Le broyage permet d'obtenir une pâte d'olive plus au moins liquide. Généralement les olives sont broyées entières. Cependant, il existe aujourd'hui de nouveaux types de broyeurs qui permettent de produire une huile d'olive dénoyautée.
- Le malaxage est une opération de brassage continu et lent de la pâte d'olive. Il permet de rassembler les gouttelettes d'huile en gouttes plus grosses et d'homogénéiser ainsi la pâte d'olive. A ce stade, le rajout d'eau en système à 3 phases est une première différence avec le système à 2 phases, pour lequel il n'y a pas d'addition d'eau ou très peu.
- La dernière étape de la trituration fonde la principale différence entre le système à 3 phases et à 2 phases. Elle se fait par centrifugation et permet la séparation des phases solides et liquides de la pâte d'olive.

↳ En système à 3 phases, cette opération se fait en deux temps. La première centrifugation permet de séparer la pâte en deux produits : le moût d'huile et les grignons (matière sèche des olives). Le moût contient l'huile et les eaux de végétation présentes dans les olives plus l'eau rajoutée pendant la phase de malaxage. La deuxième centrifugation consiste à séparer l'huile de l'eau. Le système est dit trois phases car en fin de trituration, nous obtenons trois produits : l'huile, les grignons et les margines (eaux de végétation plus eau rajoutée).

↳ En système à 2 phases, l'extraction se déroule en une seule centrifugation. Elle sépare directement l'huile de la pâte d'olive. Les deux produits obtenus sont l'huile d'olive et les grignons humides (matière sèche + eaux de végétation).

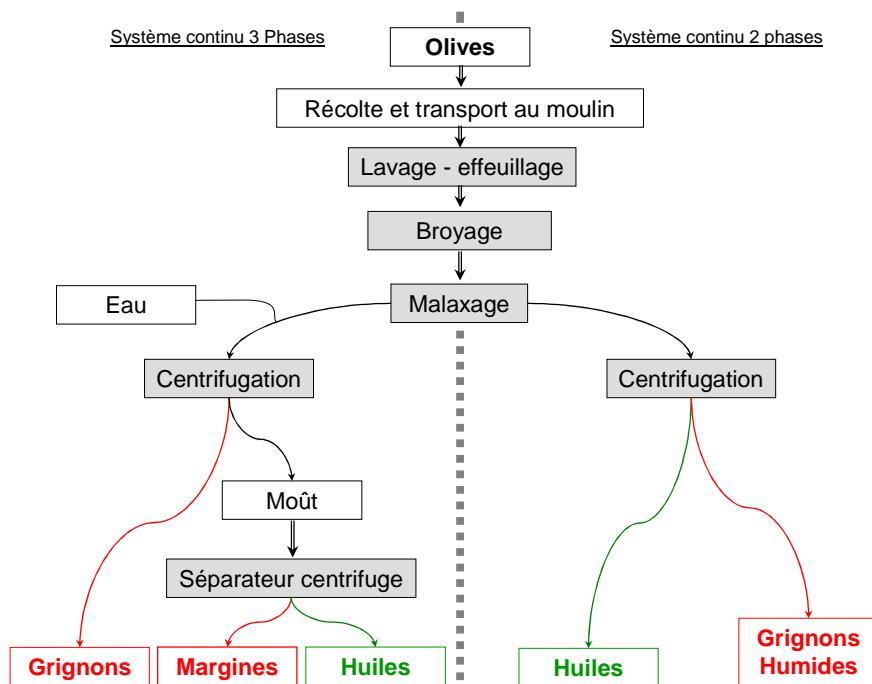


Figure 43 : Comparaison des étapes de trituration en système continu 3 phases et 2 phases.

17.2 LES ATOUTS TECHNIQUES DU SYSTEME A 2 PHASES

17.2.1 Le problème des margines

Le système à 3 phases présente le gros problème de produire des volumes importants de margines (eaux de végétation + eau rajoutée pendant le malaxage).

« il faut compter à peu près, poids pour poids parce qu'on rajoute de l'eau des fois, le nettoyage et tout donc, peut être pas poids pour poids mais bien 80 %. » (parole de moulinier).

En raison de la présence de résidus huileux et de fortes teneurs en matières organiques et polyphénols, les margines sont très polluantes. L'élimination des margines est très problématique pour les moulins équipés de moulins 3 phases. Les stations d'épuration refusent de retraiter les margines. La solution autorisée par la loi est l'épandage de ces margines sur des terrains agricoles, dans le cadre d'un plan d'épandage validé par les représentants de l'agence de l'eau.

- Le système à 2 phases présente l'avantage décisif de ne pas produire de margines. En effet, la nouvelle technologie de centrifugation permet d'obtenir directement l'huile de la pâte d'olive. D'autre part, dans ce procédé de trituration, le moulinier rajoute très peu d'eau ce qui limite l'humidité des grignons à la quantité d'eau végétale contenue dans les olives. Les grignons humides sont étendus dans les champs. L'élimination des grignons humides pose bien moins de problèmes de retraitement que les margines.
- L'addition de quantités importantes d'eau au cours de l'extraction se répercute sur les propriétés chimiques de l'huile. Ainsi, en système d'extraction 3 phases, une baisse des teneurs de composés antioxydants tels que les composés phénoliques est observée (DI GIOVACCHINO, 1996).

« quand on travaille avec des moulins qui utilisent beaucoup d'eau, ça risque de diminuer fortement les quantités de substances intéressantes puisque ces substances en général sont à la fois soluble dans l'huile et dans l'eau, donc on a une plus grande quantité qui part ... dans l'eau » (parole d'expert)

L'absence d'addition d'eau dans le système à 2 phases, permet de produire des huiles riches en substances naturelles de conservation tels que les polyphénols. Ces substances favorisent une meilleure conservation de l'huile dans le temps (CHIMI, 2006) et ont des vertus bénéfiques pour la santé.

Le système à 2 phases possède donc l'intérêt de préserver les propriétés chimiques de l'huile d'olive et de ne pas produire de margines.

17.2.2 Le succès « des moulinettes »

Le succès de cette innovation technique du 2 phases repose également sur un large choix de moulins. Les constructeurs offrent toute une gamme de machines caractérisées par des capacités de trituration différentes. Ils proposent notamment des petites unités mobiles dont les débits sont de l'ordre de la centaine de kilos d'olives par heure. Les acheteurs d'un moulin peuvent ainsi adapter la taille de leur équipement à l'échelle de leur production d'olives, ou des objectifs de trituration dans le cas d'un service de trituration à façon. Il est à noter que l'ensemble des nouveaux moulins installés sur le territoire de l'A.O.C huile d'olive de Haute Provence sont tous des moulins de petites capacités ce qui contraste avec les capacités de trituration des moulins préexistants, comprises entre 1000 et 2000 kilos par heure (figure 44).

En fonction de la puissance de l'installation et des capacités de production journalière d'huile, les moulins sont soumis à un régime de déclaration ou d'autorisation au titre des Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (Code de l'environnement, ordonnance n°2000-914 du 18 septembre 2000). Les moulins de petites capacités présentent l'avantage d'être exonérés de toute démarche administrative. Ils sont uniquement soumis au règlement sanitaire départemental, valable pour tous moulins. Ce règlement précise les règles à respecter sur l'élimination des résidus de trituration, l'épandage des grignons et margines et l'élimination des feuilles.

Moulin à 3 phases
 (Capacité : 2000 kg d'olives/heure)

Effeuilage, lavage, broyage, malaxage



Centrifugation



Moulin à 2 phases
 (Capacité : 200 kg d'olives/heure)



Figure 44 : Illustration des deux types de moulins présents dans le département des Alpes de Haute Provence (Groupement des oléiculteurs, 2004 ; Oliomio 2008)

17.2.3 Qui sont les nouveaux mouliniers ?

Les propriétaires de ces nouveaux moulins sont des oléiculteurs agriculteurs, spécialisés ou pluriactifs. L'achat d'un moulin (machine) représente un investissement financier conséquent. Le prix des machines est très variable selon les marques et les capacités de trituration. Il faut compter environ 20 à 25 000 € par tranche de 100 kg/heure¹⁶. A cela, il faut ajouter l'investissement dans des cuves, dans du petit matériel et parfois même dans un bâtiment (estimé aux alentours de 150 000 €).

L'investissement dans un moulin est un choix stratégique important. Toutefois, derrière ces catégories d'oléiculteurs, les capacités de financement sont très variables en fonction des acteurs réels considérés. En effet, les enjeux de réussite sont plus ou moins vitaux pour la pérennité de l'entreprise. D'autre part, parmi ces nouveaux mouliniers, certains amortissent leur investissement en assurant une prestation de trituration à façon. Ce service constitue un complément de revenu.

17.2.4 Pourquoi installer un moulin ?

(Toutes les citations de cette partie sont extraites de propriétaires de nouveaux moulins)

Hormis les raisons techniques évoquées précédemment, l'acquisition d'un moulin constitue un projet d'entreprise basé sur des diagnostics de la situation

- « j'ai la maîtrise totale de la chaîne »

La possession d'un moulin permet de produire soi-même l'huile de ses olives « *on est sûr de la faire dans de bonnes conditions, à bon moment* » et de pouvoir garantir au consommateur le suivi de toutes les opérations de l'olive à l'huile.

« Avoir la chaîne, pour pouvoir dire ce sont mes olives, c'est mon huile et l'huile que vous goûtez c'est moi qui est traité, je peux en parler, j'ai la maîtrise totale de la chaîne. Donc ça me donne une crédibilité commerciale ».

Pour certains, l'objectif est de pouvoir revendiquer la fabrication d'un produit fermier.

- Les pratiques des moulins existants

Les pratiques des moulins existants ont contribué à l'extension du nombre de petits moulins. La politique d'approvisionnement de certains moulins et le projet de quota développé précédemment (paragraphe 11.4) en est l'exemple flagrant.

« Un jour il t'envoie une lettre, moi pourquoi j'ai fait le moulin par rapport à ça, je reçois une lettre au mois d'août comme quoi cette année les olives ils en voulaient pas, ils en avaient trop que, à bon, putain tu te rends compte un peu la merde »

Les quantités minimales, requises pour faire une « passe » (trituration à façon), définies par les moulins, constituent pour certains oléiculteurs une contrainte technique. En effet, pour repartir avec l'huile de ses olives, une quantité minimale d'olives est nécessaire. Cette quantité est étroitement dépendante de la main d'œuvre disponible. La possession d'un moulin permet de se soustraire de cet impératif.

« pour avoir l'AOC il faut que la trituration se fasse dans les 48 heures du ramassage, donc on peut pas porter tant qu'on ramasse familialement, on fait 500-600 kilos dans le week-end, il faut pouvoir triturer au plus tard le mardi. Or, si on a plus de 500 kilos ça va, si on a moins que 500 kilos ça passe dans le tout venant du moulin, donc on a fait notre propre moulin qui est un moulin à 150 kilos à l'heure ».

¹⁶ Estimé à partir des prix payés par les nouveaux mouliniers. Pour un moulin d'une capacité de 400 kg/heure, les machines représentent un investissement d'environ 100 000 €.

Dans cet extrait le délai de trituration est erroné. Le décret d'obtention de l'appellation A.O.C. huile d'olive de Haute Provence stipule que le délai de livraison des olives au moulin après récolte doit être maximum de quatre jours. Toutefois, les experts sont d'avis que plus la trituration est faite rapidement, moins les olives risquent de s'abîmer et plus la qualité de l'huile d'olive est préservée.

« y en a qui travaillent un peu à l'ancienne, qui pensent que trois-quatre jours c'est un stockage très court, mais ceux qui ont envie de vendre des huiles plus chères et qui progressent, sont plus tôt, ils ont des stockages de trois-quatre heures » (parole d'expert)

Des doutes sont émis sur l'appréciation de la qualité des olives à l'entrée du moulin.

« Je trouve que les moulins, y a certains moulins qui sont pas forcément très exigeants au niveau des olives, moi je connais des gens qui par exemple vont amener des olives, par exemple l'année dernière, qu'on a pas pris dans un moulin parce qu'il y avait de la mouche, trop de mouches et qu'on a pris dans un autre moulin, pour en faire de la bonne huile. Si elle est pas bonne pour un moulin, elle est pas bonne pour aucun moulin. ».

Comme nous l'avons vu précédemment, la mouche de l'olivier occasionne de gros dégâts sur la qualité des huiles produites. Les lots d'olives sont donc inspectés lors de leurs réception au moulin et *« normalement ils tolèrent pas plus de 10 % de piqûres »* (parole d'oléiculteur/agriculteur).

17.2.5 Des installations futures

(Toutes les citations de cette partie proviennent d'oléiculteurs projetant de faire un moulin)

Cette augmentation du nombre de moulins va très probablement se confirmer dans l'avenir. Nous avons rencontré, au cours de l'étude, d'autres oléiculteurs qui réfléchissent aussi à construire un moulin.

« Moi j'aimerais bien faire mon moulin, (...), parce qu'il y a, les italiens commencent à sortir des petits moulins vachement intéressants ».

Ces projets reposent sur des diagnostics formulés sur l'augmentation de la production d'olives dans les Alpes de Haute Provence.

« Moi je pense que les moulins vont être complètement engorgés avec les nouvelles productions du coin, ça va être des trucs à trois semaines, les olives vont traîner dans les caisses, ça va être, c'est pas très bon ».

L'objectif est donc de pouvoir transformer ses olives et garantir la qualité de son huile d'olive *« moi si j'ai un petit moulin ici, je peux m'en occuper, je peux faire cueillir mes olives je presse tous les soirs et basta, je suis tranquille, j'ai pas le transport, j'ai pas le stockage et je fais de la très bonne huile ».*

Les moulins créés récemment constituent un exemple *« le jour où il a marqué moulin à huile sur la route, les gens sont venus chez lui (...) l'idée, ce serait d'avoir un grand panneau moulin à huile ».* En plus de sa fonction technique, le moulin est perçu comme un outil commercial efficace pour attirer la clientèle. Parmi les probables créateurs d'un moulin, certains possèdent des jeunes plantations qui rentrent progressivement en production. A terme, ils ne projettent pas forcément de triturer toute leur production *« Le prochain ce sera le mien, mais y a toujours une partie que je ferai triturer »*

Nous voyons au travers de ces projets de moulins que l'appropriation de l'innovation du système à 2 phases par certains oléiculteurs modifie profondément l'organisation de la production.

4^{ème} Partie : « La croisée des chemins »

Aujourd'hui, la production oléicole des Alpes de Haute Provence est à la croisée des chemins. Comme nous avons pu le voir, les quantités d'huiles d'olives produites ont fortement progressé et sont amenées dans le futur à très probablement continuer d'augmenter. Les diagnostics exprimés face à cette nouvelle situation et les propositions faites par les différents acteurs n'ont pas les mêmes implications pour l'avenir des oléiculteurs et le type d'oléiculture proposée.

18 QUELLES QUANTITES ?

« Si on allait monter à 5000 tonnes dans les 5 ans, je vous dirai il n'y a pas d'inquiétude on l'absorbera mais passer si demain, l'année prochaine, de la récolte de cette année qu'on a estimé à 4000 tonnes on passe à une récolte de 7000 ou même de 6000, les 2000 tonnes que vous faites en plus vous trouvez pas preneurs, et si les prix s'effondrent de toute façon comme le système il est très peu margé, moi si demain l'huile d'olive de France se vend à 8 € ou à 7 €, les producteurs ils arrachent les oliviers, ils perdent de l'argent » (parole de responsable oléicole)

Cet extrait évoque les quantités d'huile d'olive produites à l'échelle du bassin oléicole français. Il montre que le problème des prévisions dépasse le cadre des Alpes de Haute Provence. Ce problème est lié au manque de données fiables sur les caractéristiques du verger oléicole telles que le nombre d'arbres en production, leurs âges, si ils sont irrigués ou en secs, en plaine ou en coteaux. Il est amplifié par les phénomènes d'alternance de l'olivier qui provoquent de fortes irrégularités de production d'une année sur l'autre et les conséquences du réchauffement climatique.

Les questions des évolutions de la production se posent en terme des conditions requises et de moyens à mettre en œuvre pour : mesurer l'évolution de la production et améliorer la régularité de la production ; anticiper les conséquences du réchauffement climatique.

18.1 MESURER ET PREVOIR L'EVOLUTION DE LA PRODUCTION

Dans les chapitres précédents, nous avons pu voir en quoi l'absence de mesure et de prévision des quantités d'olives produites était problématique pour définir des stratégies commerciales adaptées.

▪ **Quels outils mettre en place pour mesurer et prévoir les évolutions du verger oléicole des Alpes de Haute Provence ? Géré par qui ? Avec quels moyens ?**

18.2 AMELIORER LA REGULARITE DE LA PRODUCTION :

La très forte irrégularité des productions d'une année sur l'autre est également très néfaste car elle peut entraîner des ruptures d'approvisionnement et mettre en échec des relations commerciales entre clients et vendeurs.

18.2.1 Comment réduire l'alternance ?

La taille constitue déjà une solution pour remédier à l'alternance.

« quand on fait ce genre de taille avec, en coupant de grosses branches et allant un peu plus vite, on enlève plus de bois à la limite que ce qu'on faisait avant et ça permet d'avoir des récoltes tous les ans, (...) on a une légère alternance suivant les morceaux mais c'est pas des alternances comme on a pu connaître du simple au double (...) on a des récoltes qui sont à peu près à 10 % près les mêmes tous les ans, donc c'est vrai qu'on a bien rationalisé » (parole de responsable oléicole).

Dans ces conditions : **Qui organise ces formations ? le Syndicat A.O.C. ? le Groupement des oléiculteurs ? Quels conseillers ou techniciens ? Payés par qui ?**

18.2.2 Quelle gestion de stocks ?

Quels moyens mettre en œuvre pour avoir des reports de stocks de qualité ?

« si tu maintiens une huile de très bonne qualité si tu l'as maintenue dans une fourchette de 8 – 12°, (...) tu vas pouvoir conserver la fraîcheur des produits, tu peux conserver ça pendant 2 ans, 3 ans sans problème c'est-à-dire que dans ces cas là tu vas pouvoir gérer la trésorerie non pas sur une année mais pouvoir la gérer sur plusieurs et écrêter ces problèmes d'alternance qu'on subit nous aussi de la même manière, on peut aussi, un pépin climatique quand ça arrive de temps en temps, une pluie sur la fleur et donc dans ces cas là il n'y a pas de récolte » (parole de technicien/expert)

Une des propositions est la maîtrise des températures de stockage par l'aménagement de locaux adaptés (isolation et à air conditionné). Il existe également des procédés de conservation des huiles sous azote.

Peut-on envisager des financements publics, subventions, prêts bonifiés pour une mise aux normes des locaux et du matériel de stockage des vendeurs d'huiles d'olive ?

18.3 ANTICIPER LES CONSEQUENCES DU RECHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Aujourd'hui, les conséquences du réchauffement climatique conduisent à une situation de pénurie qui implique des coûts nouveaux de production et de commercialisation. L'anticipation des conséquences du réchauffement climatique passe par des programmes de recherches sur les variétés et leur comportement à la sécheresse. Ces programmes pourraient être associés aux différents projets de conservatoires de variétés anciennes réalisés ou en cours de réalisation par des oléiculteurs et des associations tels que le syndicat A.O.C. ou le Groupement des oléiculteurs.

« moi j'ai un projet qui me tient à cœur (...) pour faire un truc un peu plus technique, faire une recherche sur les variétés locales anciennes, bon la recherche c'est bon c'est recherche, classification, bon classification agronomique et puis classification au niveau du goût aussi qu'est-ce qu'elle peut valoir cette variété là parce que ça peut être un truc intéressant, ça veut dire les rendements, les arômes qu'elle peut se, qu'elle peut dégager, et puis bon la production » (parole de responsable oléicole)

Quels financements pour de tels projets ? Qui pilote ces recherches ?

19 QUELS SEGMENTS DE MARCHES ?

« on ne peut pas exister sur un marché quantitatif ça c'est clair, par contre on peut exister sur un marché qualitatif » (parole de technicien/expert)

19.1 LE MARCHE LOCAL

▪ Une des hypothèses admise par tous est que le marché local ou régional ne va pas permettre à lui seul d'absorber toutes les productions supplémentaires issues des nouvelles plantations. Pourtant, jusqu'à présent la demande en huile d'olive croît et les prix se maintiennent. Depuis les années 60, la production oléicole des Alpes de Haute Provence a plus que triplé de volumes. Il y a une élasticité de la demande locale et régionale mais l'interrogation demeure sur les limites de cette élasticité.

A partir de quelles quantités d'huile d'olive, les marchés locaux et régionaux peuvent-ils être saturés ? A quelles échéances ?

▪ D'autre part, les nouveaux moulins installés sur des exploitations agricoles constituent de nouveaux lieux de vente. **Leur clientèle est-elle la même que celle des moulins antérieurs ? Constituent-ils de nouveaux segments du marché local ?**

19.2 LES MARCHES NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

Aujourd'hui, avec l'augmentation de la production d'huile d'olive, les responsables oléicoles visent les marchés des Grandes et Moyennes Surfaces (G.M.S.).

« vous savez le marché de l'huile il est vite vu, vous n'avez pas 36, 36 endroits. Vous avez le marché épicerie fine, restauration haut de gamme, etc. et j'estime moi qu'il est saturé aujourd'hui d'offre, de toutes parts, françaises et étrangères, donc il est largement satisfait. Le, 80 %, il faut jamais oublier que 75 % ou 80 % de l'huile d'olive en France elle est vendue par la GMS » (parole de responsable oléicole)

Pour conquérir ces marchés, il faut des quantités importantes d'huiles d'olive, il faut avoir la « *taille critique pour rentrer* » (parole de responsable oléicole). Les responsables oléicoles ont donc créé des outils tels que l'A.O.C. huile d'olive de Provence et la société Terroirs Oléicoles de France pour permettre de regrouper et valoriser de telles quantités d'huiles d'olive.

« l'AOC Provence va nous permettre de tirer du mieux possible des quantités et puis après c'est à nous de faire que les petites quantités que nous on voudra vendre, faire de la très bonne huile et pouvoir se placer sur des marchés de niche. » (parole de responsable oléicole)

La stratégie affichée est de valoriser des petites quantités sur des marchés de niche et les quantités excédentaires d'huiles d'olive sur des marchés de masse type G.M.S.

Dans cette configuration de segmentation de marchés, **quels marchés sont privilégiés en cas de mauvaise récolte ? A quels prix les huiles d'olive sont-elles négociées sur les marchés de la G.M.S. ?**

D'autre part, les prix d'achat d'huile d'olive pratiqués par Terroirs oléicoles de France sont relativement bas.

« Aujourd'hui, si on travaille dans du commerce normal quand vous produisez, on a un prix de revient à 10 €, on ne devrait pas vendre un litre d'huile d'olive en dessous de 14 €, hors je vous l'ai dit tout à l'heure, on vend entre 11,80 € je parle en AOC et 12,5 €, donc ça veut dire quoi ça veut dire que ben le, comment dire, ça veut dire que le différentiel quoi, entre guillemet la marge faite par le producteur est pas suffisante pour lui permettre de bien gagner sa vie » (parole de responsable oléicole)

Quels sont les oléiculteurs capables de vendre à de tels niveaux de prix ? Quelles implications techniques ces niveaux de prix induisent-ils pour les oléiculteurs ?

Ces questions sont cruciales par rapport aux propositions de diminution des coûts de production pour passer par un intermédiaire.

20 QUELLES QUALITES D'HUILE D'OLIVE ?

20.1 LES QUALITES ORGANOLEPTIQUES

Comme nous avons pu le voir, le goût est un des attributs de la qualité organoleptique recherchée par les consommateurs. Une innovation décisive des techniques d'analyse chimique et sensorielle permet aujourd'hui de caractériser précisément l'huile d'olive A.O.C. des Alpes de Haute Provence. Ce nouvel outil développé notamment par un expert en dégustation d'huile d'olive de l'Afidol, permet de visualiser ces caractéristiques sur un morphogramme (figure 45). Le morphogramme constitue une véritable « empreinte digitale » de l'huile d'olive A.O.C. de Haute Provence (OLLIVIER, 2007). Cet outil permet une fonction de contrôle très utile en raison des nombreuses fraudes qui existent en la matière.

« le plus gros souci que moi je rencontre bon la concurrence des marchands d'huile qui vendent de la fausse huile française donc de la vrai Espagne souvent quoi, et qui font passer ça pour de l'huile française à 10 ou 12 € le litre maximum voire 9 » (parole d'oléiculteur responsable)

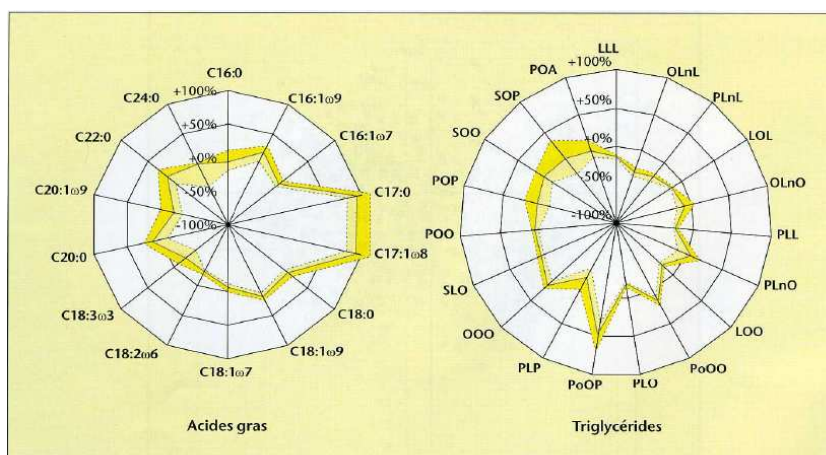


Figure 45 : Morphogramme des acides gras et triglycérides de l'huile A.O.C. de Haute Provence (OLLIVIER, PINATEL, DUPUY, GUERERE, ARTAUD, 2007)

Cet outil peut servir également d'outil dans la démarche commerciale auprès des clients (directs et intermédiaires) pour garantir l'authenticité de leur huile d'olive.

- Comment faire pour rendre plus accessible l'analyse sensorielle et chimique ? Plus de laboratoires ? Aides spécifiques à ces types d'analyses ?
- Formation à l'analyse sensorielle et chimique et son utilisation dans la production et dans la démarche commerciale ?

Qui organise ces formations ? pour quels publics visés ?(prescripteurs, oléiculteurs vendeurs, acteurs de la vente)

20.2 LES QUALITES D'ORIGINE ET D'ORIGINALITE

Comme nous avons pu le voir dans les nouvelles attentes des consommateurs, les appellations d'origines sont considérées comme des attributs de la qualité d'un produit.

« il vous faut à un moment donné arriver à bâtir un outil, au moins qui permette d'identifier, de différencier le produit donc ça a été la construction des appellations d'origine parce que une appellation d'origine ça ne fait pas vendre, (...), c'est un outil de support à la vente » (parole de responsable oléicole)

Les démarches d'obtention de ces labels reposent sur une reconnaissance de la spécificité du produit liée à son origine.

« l'AOC est indispensable pour éviter les contrefaçons, ce sont des barrières qui permet d'établir des contrôles, des contrôles des autorités mais est-ce qu'une AOC valorise une qualité » (parole d'expert)

Dans la pratique, l'A.O.C. est largement reconnue comme un label de qualité notamment de part ces commissions de labellisation.

« on fait des démarches d'AOC, donc c'est à nous de faire reconnaître des qualités de niveaux plus élevés » (parole d'expert)

« l'idée première du syndicat AOC c'est valoriser cette huile à l'extrême sur l'image de ces villages extraordinaires, mais aussi je pense qu'il faut qu'il y ait une démarche qualité derrière » (parole d'oléiculteur familial)

Faut-il aller dans ce sens ? avec quels outils ?

21 QUELS PRODUITS ?

Aux nouvelles demandes correspondent de nouveaux produits

- Produits simples de filière : huile de pays, huile AOC
- Produits complexes de filière : exemple de l'offre conjointe de plusieurs crus d'huile d'olive proposée par Terroirs Oléicoles de France.

« notre marque qui s'appelle Provençae. c'est (...) une gamme complète avec les sept appellations pour l'instant puis la huitième qui va arriver, Provence » (parole de responsable oléicole)

- Produits complexes de territoires :

Les Alpes de Haute Provence sont le territoire avec la plus forte concentration européenne de produits labellisés. Elle compte pas moins de huit labels :

Label Rouge « Agneau de Sisteron » ; AOC « Coteaux de Pierrevert » ; AOC « Huile essentielle de lavande de Provence » ; AOC « Huile d'olive de Haute Provence » ; AOC « Banon » ; IGP « Miel de Provence » ; IGP « Petit épeautre de Provence » ; IGP « Pommes des Alpes de Haute Durance » et des produits réputés type Truffe, Safran, plantes aromatiques

Comment tirer bénéfice de cette rente de « qualité territoriale » ? (MOLLARD, 2000)

Un support de promotion commun de six labels du territoire de Haute Provence, dont l'A.O.C. huile d'olive, a déjà été réalisé. **Comment faire pour traduire cette promotion en une offre commune d'un panier de produits labellisés avec garantie d'origine et de qualité ? Quelle organisation pratique pour le faire ?**

22 QUELLE VALORISATION ?

« le problème de notre filière c'est qu'on a un prix de revient qui est entre 3 et 4 fois supérieur au prix de revient du prix mondial, marché mondial » (parole de responsable oléicole)

Cet extrait illustre l'enjeu fondamental de la commercialisation des huiles d'olives et leur valorisation.

« toutes les manifestations oléicoles dans toute la région, sont des manifestations où en fait qu'est-ce qui se passe, on retrouve, on retrouve derrière des hommes et des femmes qui parlent de leur produit et qui parlent de leur histoire (...), c'est comment le transmettre, comment, quand vous êtes à Moustiers St Marie que vous rencontrez le producteur c'est génial, quand vous êtes à Paris ou à Lyon, vous l'avez pas devant vous, c'est comment impliquer un consommateur lointain américain ou n'importe belge ou parisien à voilà à un producteur, comment créer cette relation et que tout ça c'est un travail marketing qui est, qui est complexe et délicat » (parole d'expert)

« c'est pas que la qualité d'un produit qui est importante, c'est l'histoire que raconte ce produit et il faut que l'histoire soit forte et on y arriverait » (parole d'expert)

En effet, la qualité n'est pas le seul attribut à valoriser. Nous avons rencontré des oléiculteurs qui dans leur vente d'huile d'olive vendent bien d'autres choses.

« on vend toute la Haute Provence qu'il y a derrière, c'est pour ça que je pense pas qu'on puisse aller vers l'appellation Provence, c'est vrai que c'est un créneau quand on a trop d'olives on balance là-bas dans, mais nous on est en Haute Provence, on a nos oliviers, on a nos oliviers au milieu des lavandes, on a nos garrigues, on a nos bancaous, c'est ça qu'on vend, c'est ça en fait qu'il faut vendre, parce que l'huile d'olive, on la vend avec sa typicité et son goût » (parole d'oléiculteur pluriactif)

« on vend aussi l'**image**, on vend le **territoire**, on vend les **gens**, on fait du, quand on reçoit les touristes, à travers ce produit là, on les incite à apprécier notre département c'est clair et l'olivier ici, il a une très **belle image**, en plus c'est un **arbre mythique** l'olivier, c'est la culture agricole mais c'est aussi de la **culture** au sens **culturel** du terme » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

« on vend toute une **image**. Ben l'image de ce département, **climatiquement rude**, où nous sommes peu nombreux, on vend, comme tout produit **sincère** de ce département, on vend l'image qu'il y a derrière, nos **traditions**, notre **culture** propre » (parole d'oléiculteur familial)

« on vend notre **département**, oui, c'est vrai, parce que c'est une **rencontre** et les clients sont vraiment très sensible à rencontrer les gens du **territoire**, **parler**, **échanger**, pouvoir poser des questions qu'ils ont envie, ça c'est vraiment très important » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

« on vend une part de **rêve**, une part d'**évasion**, des **saveurs** et des **senteurs** qui sont bien bien **typiques** à la Provence, et on vend aussi une partie de soi même, c'est-à-dire que l'olivaison c'est une **fantastique rencontre** entre tous les producteurs qui se retrouvent sur leurs oliviers et on vend une partie de soi même quand on vend une bouteille d'huile de Haute Provence, parce que le **climat** est bas-alpin, parce qu'on est confronté à un **terroir** un peu plus rude, parce que la **nature** nous joue des défauts, on vend c'est vrai les **saveurs enivrantes** de la Provence mais on vend une partie de soi même » (parole d'oléiculteur familial)

Comment transformer cette richesse immatérielle en valeur ajoutée ? et en composante du prix de vente de l'huile d'olive ?

Des propositions existent,

« si la façon de la vendre, le packaging tout ça le met en valeur, t'en fait un produit hors du commun » (parole de responsable oléicole)

« l'identité encore une fois passe par le visuel et que c'est une solution, c'est une idée de solution qu'une bouteille soit un moyen de se regrouper pour diffuser pour mieux diffuser en masse parce que le consommateur s'y perd aussi il faut pas l'oublier, il faut comment reconnaît-on une huile voilà une huile d'olive de Haute Provence, de Provence ou de Haute Provence je sais pas » (parole d'expert)

23 QUELLE OLEICULTURE ?

▪ Des nouvelles formes d'entreprises, recensées sur le territoire des Alpes de Haute Provence, concentrent toutes les opérations de la filière (production, transformation, conditionnement et vente)

« A l'heure actuelle, le producteur il faut qu'il vende son huile (...) et sa marge elle est là, c'est-à-dire en vente directe » (parole d'oléiculteur/agriculteur)

Les marges dégagées en intégrant toutes les fonctions de la filière sont-elles suffisantes pour compenser la charge supplémentaire de travail et les qualifications que ces différentes fonctions requièrent ? Ces modèles sont-ils viables ? à quelles conditions ?

▪ D'une part l'extension urbaine accroît la pression foncière sur les olivettes de coteaux périurbaines « si on va à Villeneuve, ça intéresse personne, les oliviers ils disparaissent les uns après les autres » (parole d'oléiculteur familial) et d'autre part il y a des olivettes de coteaux qui se libèrent et qui ne trouvent pas facilement preneurs. « Y en a beaucoup qui se sont découragés parce que ça fait 3 ans qu'il y avait pas pas une olive, cette année ils en auront peut être, peut être pas » (parole d'oléiculteur familial)

Quel avenir pour cette oléiculture de coteaux ? Y-a-t-il de la relève ? Quelles mesures mettre en œuvre ?

▪ Les demandes en produits biologiques sont en forte expansion et les préoccupations environnementales et santé sont croissantes.

Va-t-on vers un développement de ces pratiques agricoles ?

CONCLUSION

Cette étude nous a permis de mettre en évidence le rôle fondamental des acteurs et des institutions dans la construction de la relance de l'oléiculture en France et en particulier dans le département des Alpes de Haute Provence. Comme nous avons pu le démontrer, il existe au sein de la filière oléicole des diagnostics et des propositions dominants relatifs aux évolutions de la production et des réseaux de commercialisation. Ces diagnostics et ces propositions dominants nous posent des questions sur leur signification et la direction qu'ils indiquent pour l'avenir de l'oléiculture et sur les risques et les chances de chacun à supporter les coûts sociaux du changement.

La multiplicité des domaines de l'étude, la découverte des outils et méthodes d'analyses des entretiens, ne nous a pas permis de fouiller plus l'analyse des entretiens avec questionnaires. En effet, il aurait été intéressant d'étudier les relations entre les pratiques de production et les représentations que les oléiculteurs rencontrés possèdent. D'autre part, l'estimation des coûts de production présente plusieurs limites inhérentes aux caractéristiques des vergers étudiés. Le relatif jeune âge des plantations entraîne des biais dans l'évaluation des rendements d'olives par hectares, dans les temps de taille et de récolte.

Au niveau des exploitations agricoles, il serait intéressant d'étudier la place et la façon de raisonner l'oléiculture par rapport aux autres cultures et d'aborder les trajectoires et les projets de succession des différents oléiculteurs. Ceci est d'autant plus important compte tenu des conséquences du réchauffement climatique sur les cycles biologiques.

La critique récurrente de la concurrence des ventes de surplus d'autoconsommation par les oléiculteurs « amateur » mériterait d'être étudiée pour déterminer les types de réseaux commerciaux sur lesquels se font les ventes ainsi que caractériser leurs clientèles pour établir si oui ou non, ces ventes constituent réellement une concurrence pour les oléiculteurs.

Bibliographie

ANONYME (1968), « Procès verbal de constitution du syndicat des oléiculteurs », document interne.

ANONYME (2002), « Evaluation des impacts des principales mesures de l'O.C.M. dans le secteur de l'huile d'olive », Société Aide à la Décision Economique (A.D.E.), 192 p.

ANONYME (2002), « L'oléiculture en Haute Provence en 2001 et en début d'année 2002, évolution depuis les années 1994/95 et perspectives », **Syndicat Des Oléiculteurs et de l'A.O.C. huile d'olive de Haute Provence**, 21 p.

ANONYME (2002), « Le secteur de l'huile d'olive dans l'Union Européenne », Commission européenne, **Direction générale de l'agriculture**, 6 p.
(http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/oliveoil/2003_fr.pdf) (site consulté le 22 mars 2008).

ANONYME (2003), « Le secteur l'huile d'olive et des olives de table », Document de travail de la **Direction Générale de l'Agriculture et du Développement Rural**, 51 p.
(http://ec.europa.eu/agriculture/markets/olive/reports/rep_fr.pdf) (site consulté le 22 mars 2008).

ANONYME (2005), « Le secteur de l'huile d'olive et des olives de table », Commission européenne, **Direction générale de l'agriculture**, 4 p.
(http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/infosheets/olive_fr.pdf) (site consulté le 22 mars 2008).

ANONYME (2006), « L'huile d'olive », Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, Direction des affaires financières et de la logistique, Compte rendu, 9p.
(http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/huileolive_04.pdf) (site consulté le 22 mars 2008).

AVERSENQ, S. PINATEL C. et REBOULET, J-N. (2002) « Guide de protection intégrée contre les ravageurs et les maladies du verger d'oliviers », Brochure éditée par l'Afidol, 32 p.

BORNAND, C. FLECHE, A. GUYON, A. (2001), « Carte pédologique de France à 1/100 000 », INRA, 256 p. ISBN 2-7380-0957-3.

BOUDON R., BESNARD P., CHERKAOUI M., LECUYER B-P. (1993), « Dictionnaire de la Sociologie », Références Larousse, Sciences de l'Homme, ISBN-13: 978-2037202275.

CHABOT C. (2007), Communications personnelles. La petite Colle.
charles.chabot@valensole.com

CHIMI H. (2006), « Technologie d'extraction de l'huile d'olive et gestion de sa qualité », Bulletin d'information et de liaison du Programme National de Transfert de Technologie en Agriculture, Royaume du Maroc, 4 p. (<http://www.vulgarisation.net/141.pdf>) (site consulté le 22 mars 2008).

CIVAM, Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural
Site internet : <http://www.civampaca.org> (site consulté le 22 mars 2008).

DI GIOVACCHINO L. (1996), « L'influence des systèmes d'extraction sur la qualité de l'huile d'olive », in OLIVAE n°63 Octobre 1996, pp 52 – 63.

LANGEVIN P. (2004), « Les chemins de l'olivier, une démarche de développement local », rapport final d'étude, Société d'études, de stratégies, de conseil et de coopération pour le développement ESC² Associés, 84 p.

LEDROLE R. et les artisans du renouveau (2002), « L'olivier en Haute Provence », Edisud, Aix-en-Provence, 127 p. ISBN 2-7449-0208-X.

LOISEL J.P. (2001), « Manger est perçu comme présentant davantage de risque », Consommation et Modes de vie n°148, Crédoc, 4 p. ISSN 0295-9976

MOLLARD (2000) in PECQUEUR B. (2001), « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », Economie Rurale n°261, Janvier-Février 2001, 13 p.

MOUTIER N., PINATEL C., MARTRE A., ROGER J-P., KHADARI B., BURGEVIN J-F., OLLIVIER D., ARTAUD J. (2004), « Identification et caractérisation des variétés d'olivier cultivées en France (tome 1) », Naturalia Publications, 245 p. ISBN 2-909717-43-7.

OLLIVIER D., PINATEL C., DUPUY N., GUERERE M., ARTAUD J. (2007), « Caractérisation sensorielle et chimique d'huiles d'olive vierge de 6 A.O.C. françaises », revue O.C.L., vol 14 n°2, Mars-Avril 2007, p 116 à 129.

PROLEA, Filière française des huiles et protéines végétales
Site internet : <http://www.prolea.com/> (site consulté le 1 mars 2008)

REPARAZ A. (2000) « Les campagnes de l'Ancienne Haute Provence vues par les géographes du passé 1880-1950 », Les Alpes de Lumière, Mane, 180 p. ISBN 2-9061-6253-1.

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Cartes de localisation et du relief des Alpes de Haute Provence (BD carto 2004 ; Insee 2007)	2
Figure 2 : Localisation et population des plus grandes unités urbaines des Alpes de Haute Provence (Insee 04, 2007)....	3
Figure 3 : Carte de localisation du territoire A.O.C. huile d'olive de Haute Provence.....	3
Figure 4 : Evolution de la population rurale par rapport à la population totale des Alpes de Haute Provence (Insee).....	4
Figure 5 : Evolution de la population active agricole par rapport à la population active totale des Alpes de Haute Provence (Insee).....	5
Figure 6 : Evolution comparée du nombre d'exploitations agricoles des Alpes de Haute Provence et de la Surface Agricole Utile entre 1988 et 2003, (Mémento Agreste 2005)	5
Figure 7 : Répartition des personnes par catégories socioprofessionnelles des personnes interviewées.	7
Figure 8 : Localisation des principaux moulins du territoire de l'AOC jusqu'à 2004.....	10
Figure 9 : Diagramme ombrothermique (Source Météo France - Station de St Auban-Alpes de Haute Provence)	12
Figure 10 : Carton pluviothermique issu de la carte pédologique de France à 1/100 000 de Digne.....	13
Figure 11 : Carton Géomorphologique issu de la carte pédologique de France au 1/100 000 de Digne	14
Figure 12 : Carton lithologique issu de la carte pédologique de France au 1/100 000 de Digne	14
Figure 13 : Sols et paysages dans les formations sablo-gréseuses des collines molassiques des bassins de Forcalquier. (BORNAND, 2001).....	15
Figure 14 : Sols et paysages dans les faciès calcaires et marneux de l'oligocène (Stampien) nord de Forcalquier. (BORNAND, 2001).....	15
Figure 15 : Sols et paysages dans le faciès calcaréo-marneux du Burdigalien et de l'Helvétien (secteurs de Lurs) – (BORNAND, 2001).....	16
Figure 16 : Organisation des sols dans les plaines d'alluvions récentes de la Durance (BORNAND 2001).....	16
Figure 17 : Sols et terrasses dans les niveaux d'alluvions anciennes de la Durance (BORNAND, 2001)	17
Figure 18 : Coupe schématique dans les formations du plateau de Valensole. Bordures orientales du plateau. (BORNAND, 2001).....	17
Figure 19 : Journée de formation de greffage, association oléicole « Entrevennes le village des oliviers »	24
Figure 20 : Schéma récapitulatif des institutions de régulation	25
Figure 21 : schéma récapitulatif des mesures et programmes oléicoles.....	28
Figure 22 : Evolution des quantités d'huile d'olive totale des Alpes Haute Provence et des quantités labellisés en A.O.C (campagnes 1966/1967 à 2006/2007).....	29
Tableau 1 : Evolution de la classification des huiles d'olive vierge de 2003 (Règlement CEE n°2568/91).....	30
Figure 23 : Identification de quatre catégories d'oléiculteurs.....	33
Figure 24 : Comparaison du nombre d'oliviers des Alpes de Haute Provence, campagne 2004/2005 (O.N.I.G.C. 2004, D.R.A.F. 2007).	37
Figure 25 : Evolution des surfaces en oliviers (D.R.A.F. 2007 et Agreste 2006).....	37

Figure 26 : Comparaison des surfaces en oliviers des Alpes de Haute Provence, campagne 2005/2006 (D.R.A.F. 2007, D.D.A.F. 2007, Agreste 2006).....	38
Figure 27 : Extrait du recensement des surfaces oléicoles, commune des Mées. Comparaison entre les parcelles recensées par la D.D.A.F. (photo de gauche, parcelles rouges et jaunes) et celles recensées en plus par photos aériennes par l'auteur (photo de droite, parcelles oranges) (Clavé 2007 ; BD carto V2 IGN 2004).....	38
Figure 28 : Comparaison des surfaces oléicoles déclarées à la P.A.C. et recensées sur 3 communes des Alpes de Haute Provence (D.D.A.F 2006, Clavé 2007).....	39
Figure 29 : Reproduction du graphique dressé par l'ancien technicien oléicole du S.D.O. qui représente l'évolution du verger de Haute Provence depuis 1994/1995 et des tendances possibles à partir de 2001/2002 (S.D.O., 2002).....	40
Figure 30 : Schéma simplifié de la filière huile d'olive des Alpes de Haute Provence	42
Figure 31 : Evolution de la quantité totale d'huile produite dans les Alpes de Haute Provence et de l'indice du prix d'achat du litre d'huile à l'oléiculteur sur la période 1997/2005 (Draf, 2008)	42
Figure 32 : Composantes des coûts de production de la culture d'oliviers de coteaux en sec.	48
Figure 33 : Composantes des coûts de production de la culture conventionnelle d'oliviers au plat et en sec.	48
Figure 34 : Composantes des coûts de production de la culture biologique d'oliviers au plat et en sec.....	48
Figure 35 : Comparaison du diagramme ombrothermique avec les moyennes mensuelles de précipitations et de températures des cinq dernières années (Source Météo France – Station de St Auban).....	51
Figure 36 : Comparaison du cycle biologique de l'olivier avec le diagramme ombrothermique établi sur les cinq dernières années. (Source Météo France – Station de St Auban)	52
Figure 37 : Evolution récente des prix du pétrole sur la période 1990/2005 (OFCE, in rapport d'information du sénat n°105, 2005)	53
Figure 38 : Evolution des indices des prix d'achat des moyens de production agricole de 1990 à 2007 Engrais/Fongicide/Insecticide/Carburants (Base 100 en 2000, source Insee 2007)	53
Figure 39 : Résultat d'une enquête menée sur les comportements alimentaires des français (LOISEL, 2001).....	55
Figure 40 : organisation du contrôle (source : réforme des modes de valorisation des produits agroalimentaires, power point de RICHER C., chef de centre INAO Chambéry).....	56
Figure 41 : Carte de localisation de l'A.O.C. huile d'olive Provence (Groupement des oléiculteurs varois, 2007).....	57
Figure 42 : Carte de localisation des moulins du territoire A.O.C. huile d'olive de Haute Provence en 2007 (CLAVÉ, 2007).....	59
Figure 43 : Comparaison des étapes de trituration en système continu 3 phases et 2 phases.	60
Figure 44 : Illustration des deux types de moulins présents dans le département des Alpes de Haute Provence (Groupement des oléiculteurs, 2004 ; Oliomio 2008)	62
Figure 45 : Morphogramme des acides gras et triglycérides de l'huile A.O.C. de Haute Provence (OLLIVIER, PINATEL, DUPUY, GUERERE, ARTAUD, 2007).....	68

SOMMAIRE

Table des Matières	0
Introduction	1
1 Le département des Alpes de Haute Provence.....	2
1.1 Un relief très hétérogène	2
1.2 Le territoire oléicole des Alpes de Haute Provence.....	3
1.3 Caractéristiques démographiques	4
2 Problématique de l'étude	6
3 Méthodologie utilisée.....	6
3.1 L'utilisation de méthodes d'entretiens	6
3.2 une étude réalisée en deux temps.....	7
3.3 un échantillon d'acteurs	7
3.4 Traitement et Analyse des paroles des acteurs.....	8
4 « Un pays d'oliviers »	9
4.1 « vous savez l'olivieraie, c'était familial »	9
4.2 « des oliviers en coteaux »	9
4.3 « nous, on a que l'Aglandau »	9
4.4 « il y avait déjà une déprise à partir du gel de 1872 »	10
5 Un territoire physique	11
5.1 Un relief contrasté.....	11
5.1.1 « on est haut en altitude »	11
5.1.2 « des versants très pentus ».....	11
5.2 « à la limite, c'est pas le même climat »	12
5.3 « c'est pas les mêmes sols »	13
5.3.1 Les sols du bassin de Manosque, Forcalquier.....	14
5.3.2 Les sols des plaines alluviales de la Durance et de ses affluents.....	16
5.3.3 Les sols du plateau de Valensole	17
5.4 Des caractéristiques pédoclimatiques diversifiées.....	17
6 L'émergence d'institutions	18
6.1 Les institutions internationale et européenne.....	18
6.1.1 Le conseil Oléicole International	18
6.1.2 l'Organisation Commune de Marché de l'huile d'olive	18
6.2 Les institutions nationales.....	20
6.2.1 Les Offices Nationaux Interprofessionnels.....	20
6.2.2 L'Institut National d'Appellation d'Origine.....	20
6.2.3 Les associations interprofessionnelles	20
6.3 Les institutions départementales et locales	22
6.3.1 Les moulins	22
6.3.2 Le syndicat des oléiculteurs	22
6.3.3 Le Syndicat A.O.C Huile d'olive de Haute Provence.....	23
6.3.4 Le groupement des oléiculteurs	23
7 Le redéploiement de la production oléicole.....	26
7.1 De la sortie de la seconde guerre mondiale aux années 80.....	26
7.2 Des années 80 aux années 2000.....	26

8	Une période charnière	29
8.1	Une production record	29
8.2	« <i>la fin du plan de relance</i> » et des aides directes.....	29
8.3	« les règlementations sont de plus en plus strictes ».....	30
8.4	La fédération des acteurs de l'oléiculture	31
8.5	La disparition du Syndicat des oléiculteurs	31
9	Les oléiculteurs d'aujourd'hui	33
9.1	Les oléiculteurs familiaux	33
9.2	Les agriculteurs	34
9.2.1	Les oléiculteurs/agriculteurs	34
9.2.2	Les oléiculteurs spécialisés	34
9.3	Les oléiculteurs pluriactifs	34
9.4	« <i>une passion collective</i> »	34
9.5	Quatre catégories supplémentaires.....	35
9.5.1	Les responsables oléicoles	35
9.5.2	Les mouliniers.....	35
9.5.3	Les techniciens et les experts	35
10	Le verger oléicole des Alpes de Haute Provence.....	36
10.1	La collecte des données oléicoles	36
10.2	La comparaison des données recueillies	36
10.2.1	Comparaison du nombre d'oliviers.....	36
10.2.2	Comparaison des données de surface du verger oléicole.....	37
10.2.3	Estimation du verger oléicole de 3 communes témoins.....	38
10.3	Evaluation de la situation	39
10.4	« <i>ça nous sert à quoi de savoir combien il y a d'oliviers</i> ».....	40
11	« <i>les volumes vont augmenter</i> »	41
11.1	« <i>Un problème de surproduction</i> » ?	41
11.2	Les fondements de ce diagnostic	42
11.3	Une baisse du prix moyen des olives	42
11.4	Une mesure de quotas	43
12	Pratiques et représentation sociale du prix de vente des huiles	43
12.1	Les pratiques et représentations du prix de vente par les oléiculteurs	43
12.1.1	Oléiculteurs/agriculteurs	43
12.1.2	Oléiculteurs spécialisés	44
12.1.3	Les oléiculteurs pluriactifs	44
12.1.4	Les oléiculteurs familiaux	45
12.2	Diagnostic du prix de vente et propositions des techniciens, des experts et des responsables oléicoles.....	45
12.2.1	« <i>pour moi les prix sont excessifs de l'huile</i> »	45
12.2.2	On est dans les limites du prix	46
13	L'estimation des coûts de production	47
13.1	L'oléiculture en sec	47
13.2	Méthode employée	47
13.3	Les résultats obtenus	47
13.3.1	Les coûts de production des vergers de coteaux en sec	47
13.4	Les coûts de production des vergers au plat et au sec.....	48
13.5	« <i>on peut pas, faire bien différemment</i> ».....	48

14	Des coûts supplémentaires	50
14.1	Le réchauffement climatique	50
14.2	« Prix du pétrole : les paysans dégustent »	52
15	De nouvelles attentes des consommateurs	54
15.1	Qui sont les consommateurs de votre huile d'olive	54
15.2	Sensibilité des consommateurs	54
16	De nouveaux acteurs en aval de la filière	55
16.1	La réforme de l'Inao	55
16.1.1	Fonctionnement du nouveau système de contrôle	56
16.1.2	« <i>un organisme associatif</i> »	56
16.2	La création de l'A.O.C. Provence	57
16.2.1	Pourquoi une AOC Provence ?	57
16.3	Terroirs oléicoles de France	58
17	De nouveaux acteurs dans la trituration	58
17.1	Comparaison des systèmes continus à 3 phases et à 2 phases	59
17.2	Les atouts techniques du système à 2 phases	60
17.2.1	Le problème des margines	60
17.2.2	Le succès « des moulinettes »	61
17.2.3	Qui sont les nouveaux mouliniers ?	63
17.2.4	Pourquoi installer un moulin ?	63
17.2.5	Des installations futures	64
18	Quelles quantités ?	65
18.1	Mesurer et prévoir l'évolution de la production	65
18.2	Améliorer la régularité de la production :	65
18.2.1	Comment réduire l'alternance ?	65
18.2.2	Quelle gestion de stocks ?	66
18.3	Anticiper les conséquences du réchauffement climatique	66
19	Quels segments de marchés ?	66
19.1	Le marché local	66
19.2	Les marchés nationaux et internationaux	67
20	Quelles qualités d'huile d'olive ?	67
20.1	Les qualités organoleptiques	67
20.2	Les qualités d'origine et d'originalité	68
21	Quels produits ?	69
22	Quelle valorisation ?	69
23	Quelle oléiculture ?	70
	Conclusion	71
	Bibliographie	72
	Liste des figures	74
	Sommaire	76
	Table des annexes	79

TABLE DES ANNEXES

- Annexe 1 : Questionnaire qui associe des questions ouvertes et fermées**
- Annexe 2 : Note de l'A.G.P.O à propos du projet de création d'une coopérative de commercialisation**
- Annexe 3 : La description des huiles d'olive**
- Annexe 4 : Lettre d'information d'un moulin à ses apporteurs d'olives**
- Annexe 5 : Projet de Procès-verbal de l'Assemblée Générale du Syndicat départemental des Oléiculteurs des Alpes de Haute-Provence**
- Annexe 6 : Communiqué de presse de la FDSEA 62**
- Annexe 7 : La Commission d'Agrément Contrôle**
- Annexe 8 : extrait des statuts de Terroirs Oléicoles de France**

Annexe 1 : Questionnaire qui associe des questions ouvertes et fermées

Questionnaire n°

24 L'EXPLOITATION

1. Quelle est la date de votre installation ?

2. Quel type d'installation ?

Reprise d'exploitation agricole familiale

Autre :

Installation Hors cadre familial

3. Le statut juridique de l'exploitation

individuel

EARL

Société

SCEA

GAEC

4. La SAU :Ha

5. Le nombre d'UTH :

Le nombre de stagiaires :

6. La main d'œuvre :

- Permanente :

- temporaire (récolte et/ou taille) :

7. Est-elle déclarée ?

8. Quelles sont les 4 principales productions

Nature Production	Surface	Mode de faire Valoir*	% Chiffre d'Affaire	Destination de la production

* Modes de faire valoir : propriété, fermage, métayage

25 LA CULTURE DES OLIVIERS

9. Pourquoi cultiver des oliviers ?

10. Comment avez-vous eu vos olivettes ?

Héritage

Achat

Location

Métayage

Travail pour
d'autres

Nbre d'arbres

Variétés

Côteaux/plaine

Type olivette*

*Vieux arbres / Plantation(**subvention ou pas**) / Réhabilitation + âge

11. *Et le terroir pour vous ?*

.....
.....
.....

12. *Quel est le mode de culture des oliviers ?*

Conventiennelle Raisonnée Biologique Agriculture Durable

13. *Et le bio ?*

.....
.....
.....

14. *Après de qui prenez-vous conseils ?*

- Production (traitements, fertilisations, récolte) :.....

.....

- Vente :

.....

- Autres :

.....

15. Avez-vous souscrit des CTE, CAD ou autres ? Oui Non Combien ?

.....

16. *Faites-vous des enregistrements techniques (ex : numérotation des arbres, traitements, rendements des arbres, cahier de traitement...)*

.....
.....
.....

17. *Et pour la comptabilité ?*

.....
.....
.....

18. *Et pour la gestion ?*

.....
.....
.....

19. *L'olivier, pour vous, c'est un revenu ?* Oui Non

20. *Si oui, c'est un revenu...* Principal D'appoint

26 LES PRODUITS DES OLIVIERS...

... Les olives

21. *Combien avez-vous produit d'olives les 5 dernières années ?*

2003 2004 2005 2006 2007

quantités

Variété

Rendement

Production maximale : minimale :

22. Dans l'avenir, vous souhaitez :

Conserver les mêmes niveaux de production Diminuer la production

Augmenter la production, comment ?

.....

23. Vendez-vous des olives ?

Oui

Non

24. Si vente,

A qui ?

Où ?

Année

AOC ou de
pays

Quelle
quantité ?

Quel prix ?

Déclaré ?

25. Et à l'avenir, vous comptez en vendre ?

.....

.....

26. Comment avez-vous connu ces acheteurs ?

.....

.....

27. Y a-t-il pour vous un prix minimum de vente des olives ? Oui Non

28. Et pour vous, le prix raisonnable, c'est combien ?

.....

29. Comment le déterminez-vous ?

.....

.....

30. Et à l'inverse achetez-vous des olives ? Oui Non

Quantités

Prix d'achat

Déclaré ?

AOC ou de Pays

Producteur

**Producteur
moulinier**

... L'huile d'olive

31. A quel(s) moulin(s) faite-vous triturer vos olives ? (totalité ou partie)

.....
.....

32. Est-ce que vous reprenez l'huile de vos olives ?

.....
.....

33. Est-ce que vous le souhaiteriez ?

.....
.....

34. Coûts de la trituration ?

.....
.....

35. Dans l'avenir, pensez-vous changer de moulin ? Oui Non

Pourquoi ?

.....
.....
.....

36. *Quelle est la destination de l'huile ?*

Consommation
personnelle

Cadeau

Vente huile de
pays

Vente huile
AOC Hte
Provence

Quantité

Prix

37. Pour les 5 prochaines années, (si on laisse de côté les accidents toujours possibles), quelle quantité d'huile d'olive prévoyez-vous de vendre ? (mini/maxi)

.....
.....
.....
.....

38. *Et actuellement pour la vente, où vendez-vous votre huile ?*

Quantité

Prix (TTC)

Sur le lieu d'habitation

**Dans un point de vente
aménagé**

Sur les marchés, les foires

Dans les GMS

A des grossistes

Par expédition

Par une boutique internet

**Par l'intermédiaire d'un
moulin**

Magasins spécialisés

Autre :

.....

39. Dans l'avenir, pensez vous changer votre politique de vente ?

.....
.....
.....

40. *Et d'ailleurs, pour trouver de nouveaux marchés, comment faites-vous ?*

.....
.....
.....

41. *Comment fixez-vous les prix de vente de votre huile d'olive ?*

.....
.....
.....

42. *Et vos coûts de production, vous les connaissez ?* Précisément Vaguement Pas du tout

43. *Si oui, combien ?*

.....

44. *Y a-t-il pour vous un prix ... ?*

L'huile de pays : Minimum : Maximum :
Souhaitable :

L'huile AOC Haute Provence : Minimum : Maximum :
Souhaitable :

45. *Pensez-vous être en mesure de satisfaire la demande quantitative ?*

.....
.....
.....
.....

46. *Et qualitative ?*

.....
.....
.....
.....

47. *Vendez-vous d'autres produits que l'huile ? lesquels ?*

.....
.....
.....

48. *Et pour les atouts de votre huile d'olive ?*

- AOC :

.....

- Huile de pays :

.....

49. *Et pour les défauts, elle en a ?*

- AOC :

.....

- Huile de pays :

.....

50. *Qui sont les clients de votre huile d'olive ? A quoi sont-ils sensibles (qualités, défauts) ? Font-ils la différence entre une huile d'olive AOC et une huile d'olive de pays ? Sur quoi ?*

Clients	Sensibilités (Qualité/Défauts)	Différence AOC/Pays	Sur quoi
---------	-----------------------------------	---------------------	----------

51. *Consommez-vous d'autres types d'huiles ?* Oui Non

52. *Si oui, lesquelles ?* :

53. *Et des huiles d'autres producteurs, est-ce que vous en goûtez ?* Oui Non

27 L'AOC HUILE D'OLIVE DE HAUTE PROVENCE

54. *Vos vergers sont-ils identifiés en AOC Haute Provence ?* Oui Non

Pourquoi ?

.....
55. *Etes-vous adhérent de syndicat AOC ?* Oui Non

56. *Si oui, assistez-vous aux Assemblées Générales ?* Oui Non

57. *Quelle est votre place au sein du syndicat ?*

Adhérent Membre du Conseil d'Administration Membre du bureau

58. *« Certains disent qu'en vendant de l'huile d'olive de Haute Provence, on vend bien d'autres choses », qu'en pensez-vous ? (si oui, quoi donc)*

.....
.....
.....
59. *Quelles actions pratiques le syndicat AOC peut-il mettre en route ?*

.....
.....
.....
60. *Dans quel domaines est-il le plus urgent d'organiser des formations ?*

Sur les techniques de culture, la gestion, le choix d'une politiques commerciale, techniques de vente, le packaging, les atouts de la Haute Provence...

.....
.....
.....
61. *Pour affirmer l'identité Haute Provence, certains souhaitent une contre-étiquette commune, qu'en pensez-vous ?*

.....
.....
.....
62. *Et pour une bouteille commune ?*

.....
.....
.....
63. *Voyez-vous d'autres actions qui renforceraient l'image commune ?*

.....
.....
.....
64. *Comment le syndicat peut-il soutenir les initiatives collectives ?*

.....
.....
.....
65. *Le syndicat AOC peut-il appuyer des projets de groupe ?*

.....
.....
.....

28 L'AOC PROVENCE

66. *Avez-vous entendu parler de cette nouvelle appellation ?* Oui Non

67. *si oui, avez-vous été associé à la démarche d'obtention ?* Oui Non

68. *Pourquoi cette AOC Provence ?*

.....
.....

69. *Avez-vous en projet d'y adhérer ?* Oui Non

Pourquoi ?

.....

29 DONNEES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES

70. **Genre :** Femme Homme

71. **Catégorie d'âge :**

18 - 25 ans 26 - 35 ans 36 - 45 ans 46 - 55 ans 56 - 65 ans Plus de 65 ans

72. **État civil :** marié, célibataire, concubinage, Pacs...

73. **Nombre de personnes** dans le foyer

74. **Les études :**Bepc Bac Bac+...

75. **Type de profession**

vous _____

/___/

conjoint _____

/___/

Agriculteurs exploitants

Artisans, commerçants et chefs d'entreprise

Cadres et professions intellectuelles supérieures

Employés

Ouvriers

Retraités

sans activité professionnelle

Étudiant

76. **Originaire de la région :** Oui Non

77. **Appartenance et responsabilités syndicales, associations**

Adhérents Responsables :

Annexe 2 : Note de l'A.G.P.O à propos du projet de création d'une coopérative de commercialisation

N O T E

Concernant la création d'une Coopérative Agricole de transformation, de conservation et de vente des olives et huiles d'olive métropolitaines.

1° BUT

Par une révalorisation du cours de l'huile d'olive vierge Métropolitaine obtenue grâce à un "Label d'appellation de qualité" et par l'utilisation de tous moyens économiques, permettre aux Oléiculteurs et Coopératives Oléicoles d'écouler leur production aux meilleurs prix auprès des Consommateurs, en se libérant de l'entremise onéreuse des Intermédiaires.

Par suite des méthodes commerciales rudimentaires utilisées jusqu'ici par la plupart des Oléiculteurs et des Coopératives de la Métropole, leur production d'huile d'olive vierge de France, malgré sa réputation et sa qualité indiscutable, a toujours été à la merci du Négoce et subi, de ce fait, les effets désastreux de la concurrence des huiles d'importation.

Indépendamment de tous autres moyens qui pourront être mis en oeuvre, dans le domaine cultural notamment, pour assurer la rentabilité naturelle de la Production Oléicole Métropolitaine, la nécessité s'impose d'un Organisme groupant les efforts des Oléiculteurs et des Coopératives Oléicoles pour:

- redonner à l'huile d'olive vierge obtenue dans la Métropole sa réputation de produit de qualité
- faire connaître et apprécier cette qualité aux Consommateurs et leur permettre de la distinguer, par un "Label d'appellation de qualité" et une "Marque Commerciale", des autres huiles d'olive se trouvant sur le marché
- organiser et réaliser la vente directe de la production au détail.

2° Activité de la Coopérative:

L'activité de la Coopérative projetée s'appuiera sur les réalisations suivantes:

- l'organisation commerciale de vente
- la garantie de qualité
- la propagande et la publicité

Cela nécessite :

1° - l'installation d'un Etablissement qui soit en mesure :

- d'assurer le stockage de tout ou partie de la production d'huile des Sociétaires
- d'effectuer le conditionnement de ces huiles (filtration, clarification etc...)
- de réaliser la mise en bouteilles, en estagnons, l'étiquetage, l'emballage et l'expédition.

.../...

Annexe 3 : La description des huiles d'olive



La description des huiles d'olive

La palette **aromatique** et **gustative** des huiles d'olive est d'une très grande richesse, influencée par le **terroir**, la variété des **olives**, la **maturité**, et la **méthode d'extraction**.

L'huile d'olive se définit par deux composantes principales :

- Le **fruité**, dont on peut décrire la composition (artichaut, pomme, etc.) et l'**intensité** (léger, moyen, intense). Le fruité est l'ensemble des **sensations aromatiques** (hors défauts).
- La **structure**, composée de l'**amertume** et de l'**ardente**. L'amertume est un goût, au sens physiologique, et c'est le seul que peut comporter l'huile d'olive. L'ardence est une sensation tactile. Les variations de ces deux caractères ne sont perceptibles que sur le plan de l'intensité. On parle d'huiles douces lorsqu'il n'y a ni ardence ni amertume, mais ce qualificatif manque de précision car certains l'associent à des arômes de fruits très sucrés...

On distingue trois grandes familles de fruités, le fruité étant l'ensemble des sensations aromatiques :

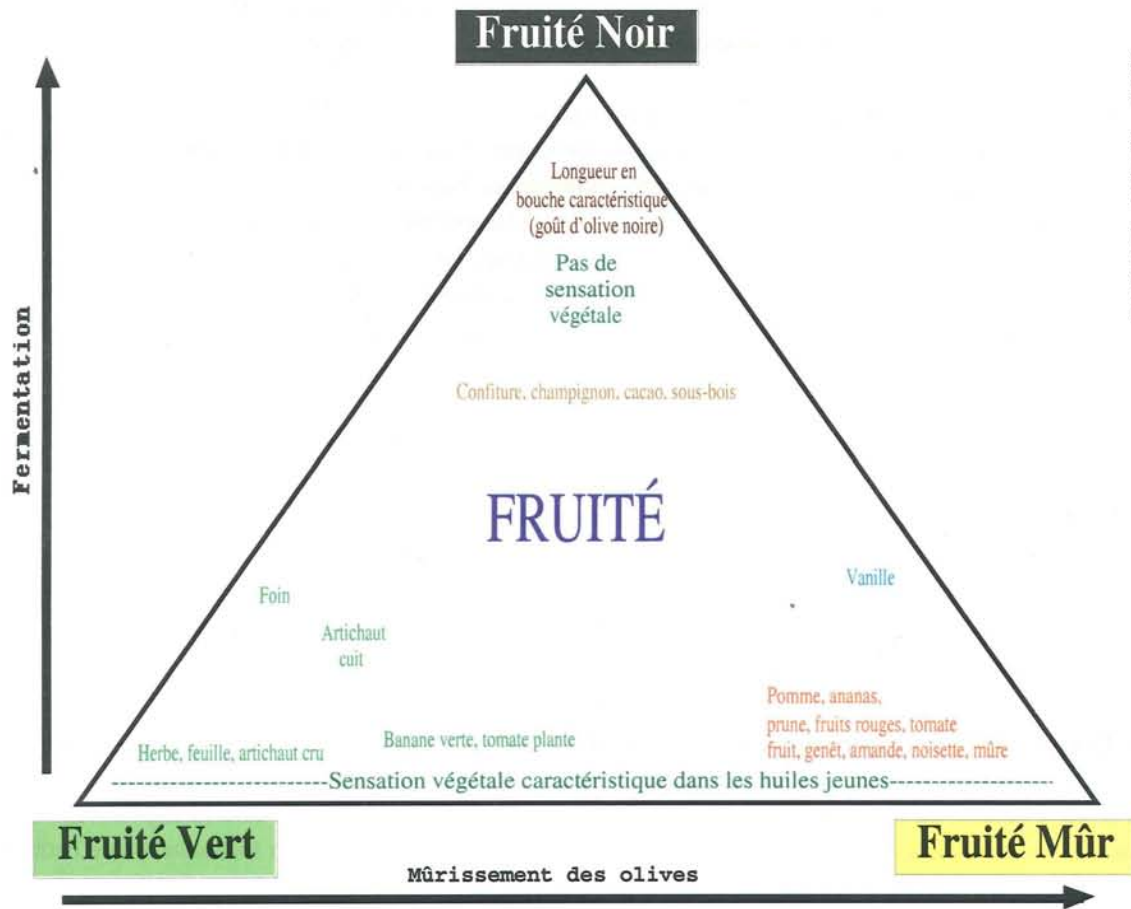
Le Fruité Vert : les arômes des huiles d'olive « Fruité Vert » sont dominés par les sensations herbacées. On peut y trouver des arômes d'artichaut cru et de divers fruits verts. D'un point de vue structure, ces huiles peuvent présenter de l'amertume ou/et de l'ardence (piquant de l'huile) qui témoignent de la bonne fraîcheur des olives au moment de la trituration. Certaines variétés comme la Lucques donnent des huiles au Fruité Vert léger sans amertume ni ardence.

Le Fruité Mûr : les huiles au « Fruité Mûr » proviennent d'olives récoltées plus tardivement. On y trouve des arômes d'amande, des arômes de fruits jaune ou rouge : prune, fruits exotiques, pomme mûre, des arômes floraux, de tilleul, de fruits rouges. Ces huiles sont généralement peu amères et peu ardentes, mais il existe des huiles au Fruité Mûr intense qui sont amères, comme les huiles de Picholine, ou de Petite-noire.

Le Fruité Noir se distingue des deux premiers car il ne présente aucun caractère de fruits frais, ni d'aspect végétal. Ceux-ci ont cédé la place à des sensations plus évoluées au cours d'une étape de fermentation contrôlée des olives (stockage en grenier par exemple) associée au processus de trituration, conformément à certaines pratiques traditionnelles. Cette opération confère au fruité des notes de cacao, de champignon, de vanille, de fruits confits et fait disparaître l'amertume. Une très légère ardence peut cependant subsister. Suivant les variétés utilisées et leur potentiel aromatique, on aura un Fruité Noir plus ou moins intense.

Le passage du Fruité Vert au Fruité Mûr se fait par une **variation** de la **maturité** des **olives** au moment de la récolte. Il existe donc tous les intermédiaires possibles, suivant les préférences des oléiculteurs et les traditions locales. Les arômes herbacés sont spécifiques des Fruités Verts, mais l'« aspect végétal », caractère essentiellement perçu à l'olfaction, est présent du Fruité Vert au Fruité Mûr car il est un signe d'absence de fermentation des olives et de jeunesse de l'huile.

Par contre, le Fruité Noir se distingue catégoriquement des deux autres par l'insertion volontaire d'une étape de **fermentation** entre la récolte et la trituration.



C. Pinatel - AFIDOL - 2004

Exemples de description correctes:

- Huile au fruité vert intense, très herbacé avec des notes de banane verte. Ardence moyenne et amertume très faible.
- Huile au fruité mûr intense dominé par des notes de fruits jaunes, ananas, prune. Ardence et amertume intenses.
- Huile au fruité noir léger, avec de notes de cacao, et une pointe d'ardence.

Exemples de description inutiles, incomplètes ou incorrectes:

- Huile forte.
- Huile douce.
- Huile très bonne mais un peu grasse.
- Huile qui a du fruité.

C. Pinatel - C. Petit - AFIDOL - 2004

Annexe 4 : Lettre d'information d'un moulin à ses apporteurs d'olives

**Objet : Information prochaine campagne
oléicole 2005/06 et invitation Assemblée
Générale**

Cher(e) oléiculteur(trice),

A la veille de notre prochaine récolte, nous vous prions de bien vouloir noter les quelques points suivants :

Notre production moyenne d'olives a doublé en 7 ans et la récolte d'olives 2005/2006 s'annonce exceptionnellement abondante. Nos efforts de commercialisation, s'ils nous ont permis d'augmenter nos ventes d'huile, ne nous permettent cependant pas pour l'instant d'absorber la totalité nos très fortes augmentations de production. Aussi, sommes-nous contraints pour la **prochaine récolte d'appliquer le système de quota suivant sur les retraits et ventes huile :**

- **Nouveaux producteurs :** Pas d'achat d'huile. Reprise intégrale de l'huile avant le 30 septembre 2006. Paiement argent des frais de fabrication.
- **Apporteurs de 15 à 250 kg :** Pas d'achat d'huile. Reprise intégrale de l'huile avant le 30 septembre 2006. Paiement argent des frais de fabrication.
- **Apporteurs de plus de 250 kg :** achat maximum de 50% de l'équivalent de la production 2005/2006 (frais de fabrication par compensation compris) . Reprise minimum de 50% de l'équivalent de la production 2005/2006 avant le 30 septembre 2006. **En dessus 1000 kg d'olives apportées, la part d'huile devant être reprise devra être retirée au préalable de la livraison d'olives ou en même temps que celle-ci.**
- L'intégralité de l'huile pouvant être achetée correspond aux quantités ci-dessus mentionnées.

producteur : apports olives	exemples : Apport olives ou huile 2005/2006		Reprise totale minimum d'huile par le producteur		reprise huile avant livraison olives pour les apports supérieurs à 1000 kg		reprise huile avant le 30 septembre 2006		Achat maximum possible de la récolte 2005/2006		
	kg olives	ou litre huile	kg olives	ou litre huile	kg olives	ou litre huile	kg olives	ou litre huile	kg olives	ou litre huile	
de 0 à 250 kg			totalité				totalité				
exemple	200	40	40			0	40			0	
de 250,5 à 999,5 kg			moitié				moitié			moitié	
exemple	500	100	50			0	50			50	
1000 kg et plus			moitié			part supérieure à 1000 kg	part inférieure à 1000 kg			moitié	
exemple 1	1 600	320	800	160	300	60	500	100	800	160	
exemple 2	2 000	400	1 000	200	500	100	500	100	1 000	200	
exemple 3	5 000	1 000	2 500	500	2 000	400	500	100	2 500	500	
exemple 4	7 000	1 400	3 500	700	3 000	600	500	100	3 500	700	
exemple 5	10 000	2 000	5 000	1 000	4 500	900	500	100	5 000	1 000	
Achat maximum récolte 2005/2006			50%						Pour les producteurs ayant plus de 250 kg olives		
Reprise par le producteur			50% de la même catégorie apportée (AOC ou NORMALE)								
Reprise de l'huile préalable aux apports d'olives pour le volume supérieur à 1 tonne d'olives et reprise de la part restante avant le 30 septembre 2006											
Seul le volume correspondant au maximum à 50% de la récolte 05/06, compensation pour frais de fabrication inclus, pourra être mis en vente											
Aucun achat d'huile et paiement intégral des frais de fabrication									Pour les producteurs ayant moins de 250 kg olives		

Exemples sur le tableau ci-dessous :

Modalités des apports d'olives

Afin d'éviter que les derniers arrivés ne déchargent en premier leurs olives et afin de vérifier que l'apporteur d'olives récupère bien son quota d'huile avant livraison, il sera demandé à l'oléiculteur de passer au bureau pour

Annexe 5 : Projet de Procès-verbal de l'Assemblée Générale du Syndicat départemental des Oléiculteurs des Alpes de Haute-Provence

SYNDICAT DEPARTEMENTAL DES OLEICULTEURS
DES ALPES DE HAUTE-PROVENCE

Chambre d'Agriculture - Bd Gassendi - 04000 - DIGNE
Tél. 1185.

ASSEMBLEE GENERALE DU SAMEDI 24 JUIN 1972

PROJET DE PROCES-VERBAL

Le Samedi 24 Juin 1972 à 10 H. s'est tenue à la Maison des Jeunes à MANOSQUE, l'Assemblée Générale du Syndicat sous la présidence de M. René CARTIER.

Etaient présents :

M. J. de SAPORTA, Président d'Honneur;
MM. R. CARTIER - A. QUEYREL - E. BIENVENU - U. MATHON du Conseil d'Administration;
MM. A. PINATEL - ARRIZZI - F. TOUVAT - DAVIN - L. AUBERT - FAVA - H. GERMAIN.

Etaient représentés :

M. J. du CHAFFAUT - E. AILLAUD, du Conseil d'Administration;
Les Adhérents de la Coopérative Oléicole de Manosque (72);
Les Adhérents du Moulin Paschetta à Oraison (81).

Assistaient à la réunion :

M. P. BONNET, Expert Oléicole de la C.E.E.
M. R. MAILLARD, du Comité Technique de l'Olivier;
M. IMBERT, du Service Régional de l'Oléiculture;
M. BLANC, Secrétaire technique du C.D.J.A.
M. MAURIN, Chef du S.U.A.D. de la Chambre d'Agriculture, assurant le secrétariat de séance.

Etaient excusés :

M. le Directeur Départemental de l'Agriculture;
MM. J. du CHAFFAUT et E. AILLAUD, Administrateurs.

- - -

Le nombre des présents ou représentés étant suffisant, l'Assemblée Générale est ouverte.

M. J. de SAPORTA, nommé Président d'Honneur lors de la réunion du Conseil d'Administration du 15 Mars 1969, titre qui est confirmé à l'unanimité par tous les présents, fait part à l'Assemblée de son état de santé qui ne lui permet plus à son grand regret, de continuer son activité en faveur de la profession et il souhaite que les jeunes prennent des responsabilités au sein des Organisations agricoles.

L'Ordre du jour est ensuite abordé.

./.

RENOUVELLEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION.

Le Syndicat a été créé en Janvier 1968. Son Conseil d'Administration de douze Membres est renouvelable en entier.

Sont élus :

MM. Jean de SAPORTA - GREOUX les BAINS
René CARTIER - DABISSE - LES MEES
GIRAUD-TELME - LURS, en tant que Membre de la Coopérative Oléicole de MANOSQUE, en remplacement de M. MINOS, PRÉSIDENT, décédé;
André QUEYREL - PEYRUIS
Jean du CHAFFAUT - GREOUX les BAINS
Eugène BIENVENU - LES MEES
Edmond AILLAUD - VILLENEUVE
D'ESMINY D'AURIBEAU - PIERREVERT
Emile ROUMIEU - MALIJAI
Lucien VILLECROZE - RIEZ
André PINATEL - DABISSE - LES MEES
Urbain MATHON - VALENSOLE.

ACTIVITE DU SYNDICAT.

Lecture est donnée de la situation financière, par M. René CARTIER. Elle est la suivante au 24.6.1972 :

<u>Recettes</u>		<u>Dépenses</u>	
Avoir au 30.II.1968	1.688.60	Facture cartes syndicales	80.45
Versements de l'A.G.P.O.....	300.00	Remboursement frais postaux (timbres, téléphone) papier, stencils	76.13
24.I2.68 : 150.00			
29.7.69 : 150.00			
Cotisations	115.80		
Vt M. Henry-Oraison le 31.I.69	55.00		156.58
Vt Coop.Oléicole Manosque le 22.3.69..	57.60	AVOIR AU 24.6.1972 :	1.947.82
Vt M.Teston- Oraison le 22.3.69.....	3.20		
	-----		-----
	2.104.40		2.104.40
	=====		=====

Cette situation très saine est approuvée à l'unanimité et quitus est donné aux Administrateurs sortants.

L'activité du Syndicat a été limitée ces deux dernières années; les cartes de MEMBRES ont été fournies aux adhérents par l'intermédiaire des Moulins en 1969; la cotisation individuelle est de 1 F. et 20 % de celle-ci est laissée aux Moulins en rémunération du travail fourni à cet effet avec établissement des listes.

Après discussion il est décidé :

- de porter la cotisation individuelle à 3 F. 20 % de cette somme sera laissée aux Moulins qui collecteront les cartes et établiront les listes des adhérents;
- d'informer les adhérents par l'envoi de documentation, brochures techniques diverses avec l'aide de l'A.G.P.O.
- de relancer l'action technique : Plantation, taille, traitement; récolte, et de faire désigner par le Conseil d'Administration deux producteurs qui travailleront dans ce but, en liaison avec M. MAILLARD.

LA SITUATION DE L'OLEICULTURE, par M. P. BONNET.

De l'exposé de M. BONNET - présenté auparavant en quelques mots par M. de SAPORTA - effectué sur le ton d'un entretien amical avec les assistants, il ressort que la production mondiale d'huile d'olive s'élève à environ 1.200.000 à 1.300.000 tonnes (Italie 400.000 - Espagne 400.000 - Grèce 120.000 - Portugal 80.000 - Turquie 80.000 - Tunisie 60.000 - Algérie 30.000 - Maroc 30.000 - France 4.000, plus quelques autres pays dont Israël où la recherche technique et scientifique est très poussée).

Dans le cadre du Marché Commun la position de l'Italie est prépondérante. L'huile d'olive est maintenant considérée avec intérêt. La tendance défavorable à ce produit qui se traduisait par suite de la politique de bas prix pratiquée en Afrique du Nord et en Espagne par des difficultés d'écoulement sur le marché mondial se renverse depuis un an. Il est envisagé, du fait de demandes nouvelles, d'inciter à une augmentation de la production de l'ordre de 20 %.

L'élément prix de revient reste cependant prépondérant; on estime en général que le prix de l'huile d'olive peut atteindre sans inconvénient une fois et demi le prix des huiles de graines; au dessus on risque une baisse de consommation.

Il est admis que par le simple fait d'une lutte bien menée et bien comprise contre les parasites, la production des vergers d'oliviers peut augmenter de l'ordre de 50 %.

L'olivier est un arbre fruitier et répond bien dans les bonnes terres. Il demande des terrains de qualité, des porte-greffes, des variétés, des fumures, des traitements, etc... appropriés. Cependant il craint le gel (1956). Dans de nouveaux vergers bien menés les premiers fruits apparaissent dès la 3^e année et il est permis d'espérer une petite récolte à la 5^e année.

Annexe 6 : Communiqué de presse de la FDSEA 62

FDSEA 62

Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants
Agricoles du Pas de Calais

54-56, avenue R. Salengro - BP 136

62054 St Laurent Blangy Cedex

Tél. 03.21.60.57.10 - Fax : 03.21.60.57.19

Email : chpolin-fdsea62@nordnet.fr

Communiqué de Presse

Lundi 5 novembre 2007

Pétrole :

Les agriculteurs attendent des mesures d'urgence

Comme les pêcheurs, les ambulanciers ..., les exploitants agricoles sont des gros utilisateurs professionnels de produits pétroliers. Ils subissent donc de plein fouet la flambée de l'Or noir, objet des plus folles spéculations, et le contingentement des livraisons devient une vraie menace.

En effet, pour la première fois, le prix du gasoil agricole vient de franchir un record historique, à près de 720 € /1000 litres (soit 4.70 frs le litre). L'année dernière au plus haut de la crise, le prix n'avait jamais dépassé la barre des 700 €.

Les intrants dérivés du pétrole ou indexés sur son prix subissent la même tendance. Le prix de l'azote liquide valait 150 € la tonne en novembre 2006. Un an plus tard, le prix est de 200 € soit une hausse de 33% sur un an. Où va-t-on à ce rythme ?

Ce week-end, Christine Lagarde, Ministre de l'Economie et des Finances a eu comme seule réponse à la crise d'inviter les Français à prendre leur vélo pour se déplacer et faire des économies de carburant...Ce n'est pas sérieux de la part d'un membre du Gouvernement !

La FDSEA du Pas de Calais invite Madame Lagarde à venir essayer de tirer une charrue ou un semoir à céréales, avec un vélib' de la ville de Paris! Elle tiendra peut-être des propos plus sérieux.

Depuis 2004, les exploitants avaient obtenu le remboursement de la TIPP à hauteur de 5 cts d'€ par 1000 litres. Bien que faible, cette compensation marquait néanmoins la volonté des Pouvoirs Publics de soutenir un secteur économique pénalisé par le prix du pétrole. A ce jour, le Gouvernement ne semble pas pressé de confirmer le maintien de cette mesure. Son abandon risquerait fort de mettre le feu aux poudres dans les campagnes.

Annexe 7 : La Commission d'Agrément Contrôle

11 février 2007

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Texte 48 sur 94

Décrets, arrêtés, circulaires

MESURES NOMINATIVES

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE

Arrêté du 8 février 2007 portant nomination au conseil des agréments et contrôles de l'Institut national de l'origine et de la qualité

NOR : AGRP0700211A

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le ministre de l'agriculture et de la pêche,
Vu le code rural, et notamment les articles R. 642-12 et R. 642-14 ;
Vu l'arrêté du 8 février 2007 fixant la composition du conseil des agréments et contrôles de l'Institut national de l'origine et de la qualité,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. – Sont nommés membres du conseil des agréments et contrôles pour une durée de cinq ans :

1^o En qualité de représentants des comités nationaux de l'Institut national de l'origine et de la qualité

M. Arnal (Jean-Pierre).
Mme Branco (Alexandra).
M. Boesch (Gérard).
M. Brisebarre (Philippe).
M. Cavalier (Jean-Benoît).
M. Chambon (Dominique).
M. Le Heurte (Serge).
M. Mancel (Jean-Paul).
Mme Miclo (Pascale).
M. Perraud (Charles).
M. Samalens (Pierre).
M. Schyler (Yann).
M. Teulade (Christian).
M. Valais (Albéric).
M. Vermot-Desroches (Claude).

2^o En qualité de représentants des organismes de contrôle

Mme Bosteau (Marielle).
M. Faure (Antoine).
M. Luquet (François).
M. Nasles (Olivier).
Mme Petit (Marianne).

3^o En qualité de personnalités qualifiées

Mme Caillet (Marie-Madeleine).
M. Dulimbert (Guillaume).
M. Herault (Frédéric).
M. Roose (Marc).
M. Sauvageot (François).
M. Sivardiere (Patrick).

M. Sylvander (Bertyl).
M. Talibart (Pierre).
M. Vivaroli (Jacques).

Art. 2. – Sont nommés membres du conseil des agréments et contrôles de l'Institut national de l'origine et de la qualité pour représenter les administrations :

Au titre du ministère chargé de l'agriculture

Le directeur général des politiques économique, européenne et internationale ou son représentant.
Le directeur général de l'alimentation ou son représentant.

Au titre du ministère chargé de l'économie

Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant.
Le chef du service de la régulation et de la sécurité ou son représentant.

Au titre du ministère chargé du budget

Le directeur général des douanes et droits indirects ou son représentant.

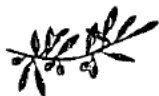
Art. 3. – Le directeur général des politiques économique, européenne et internationale et le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 8 février 2007.

Le ministre de l'agriculture et de la pêche,
DOMINIQUE BUSSEREAU

*Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,*
THIERRY BRETON

Annexe 8 : extrait des statuts de Terroirs Oléicoles de France



TERROIRS OLÉICOLES DE FRANCE
depuis 2001

- par la SCA du Nyonsais d'un montant total de 24 000 euros lequel a libéré sa souscription par compensation avec la créance liquide et exigible qu'il détenait sur la société.
 - par Olivier Nasles Domaine de Camaissette d'un montant total de 36 000 euros lequel a libéré sa souscription par compensation avec la créance liquide et exigible qu'il détenait sur la société.
 - par la SCA Coopérative Oléicole de Balagne d'un montant total de 12000 euros lequel a libéré sa souscription par compensation avec la créance liquide et exigible qu'il détenait sur la société.
 - par la SARL Moulin de la Brague d'un montant total de 12 000 euros lequel a libéré sa souscription par compensation avec la créance liquide et exigible qu'il détenait sur la société et en numéraire.
 - par la société SOFIPROTEOL d'un montant total de 12 000 euros lequel a libéré sa souscription en numéraire.
- Total égal au montant du capital social de TROIS CENT VINGT QUATRE MILLE EUROS.

ARTICLE 7 :

Le Capital social est fixé à la somme de TROIS CENT VINGT QUATRE MILLE (324 000) EUROS. Il est divisé en VINGT SEPT (27) parts égales d'un montant de DOUZE MILLES (12 000) EUROS chacune intégralement libérées, souscrites en totalité par les associés et attribuées à chacun d'entre eux dans la proportion de leur apports respectifs de la manière suivante :

- 1- A **SARL VITICOLE ET OLEICOLE DES RIVES DU RHONE**, Société à Responsabilité Limitée au capital de 7 500 Euros, dont le siège social est à MONTFRIN 30490, Château de Montfrin, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de NIMES sous le numéro B 441 431 509, représentée dans les présentes par son gérant en exercice, DEUX (2) parts sociales, numérotées de 1 à 2.
- 2- A **Monsieur Olivier NASLES Domaine Camaissette**, QUATRE (4) parts sociales, numérotées de 3 à 6.
- 3- A **Monsieur Jean Benoit HUGUES**, exploitant agricole, demeurant et domicilié aux BAUX DE PROVENCE Mas de l'Olivier, UNE (1) part sociale, numérotée 7.
- 4- A **DOZOL-AUTRAN MOULIN A HUILE**, Société à Responsabilité Limitée, UNE (1) part sociale, numérotée 8.
- 5- A **MOULIN SAINT MICHEL**, Société à Responsabilité Limitée, DEUX (2) parts sociales, numérotées de 9 à 10.
- 6- A **SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE DU NYONSAIS**, TROIS (3) parts sociales, numérotées de 11 à 13.
- 7- A **SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE DE SOMMIERES**, DEUX (2) parts sociales, numérotée 14 et 15.
- 8- A **SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE MOULIN DES PENITENTS**, DEUX (2) parts sociales, numérotées de 16 à 17.
- 9- A **SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE MOULIN DE LA FARE LES OLIVIERS**, TROIS (3) parts sociales, numérotées de 18 à 20.
- 10- A **SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE HUILERIE COOPERATIVE DE CLERMONT L'HERAULT**, DEUX (2) parts socialeq, numérotée de 21 à 22.

CM

AP H

JA 20
et JET

OW
BR



TERROIRS OLÉICOLES DE FRANCE
depuis 2001

- 11- A SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE MOULIN A HUILE D'OLIVE COOPERATIF DE MOURIES, DEUX (2) parts sociales, numérotées de 23 à 24
- 12- A MOULIN DE LA BRAGUE, Société à Responsabilité Limitée au capital de 60 000 Euros, dont le siège social est à OPIO 06650, 2 Route de Chateaneuf, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de GRASSE sous le numéro B 316 645 217 représentée dans les présentes par son gérant en exercice, UNE (1) part sociale, numérotée 25.
- 13- A SOCIETE COOPERATIVE AGRICOLE OLEICOLE DE BALAGNE société sui-generis à capital variable dont le siège social est à CORBARA 20256 représentée dans les présentes par son Président en exercice, UNE (1) part sociale, numérotée 26
- 14- A SOFIPROTEOL société anonyme au capital de 6 731 200 euros dont le siège social est à PARIS 75008 12 Avenue Georges V inscrite au Registre du commerce et des Sociétés de PARIS sous le numéro B 328 232 764 représentée dans les présentes par son Directeur Général en exercice, UNE (1) part sociale, numérotée 27.

Total du nombre de parts sociales composant le capital social : VINGT SEPT (27) parts.

Article 8.1 – Principe

Aucun associé ne pourra détenir plus de cinq parts sociales.

SEPTIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale des Associés, statuant extraordinairement, après avoir entendu la lecture du rapport de la Gérance, décide de modifier l'article 4 des statuts de la manière suivante :

Le siège social est fixé à AIX-EN-PROVENCE ^{13626 cedex 1.} ~~13090~~, Maison des Agriculteurs Avenue Henri Pontier.

HUITIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale confère tout pouvoir au porteur d'un extrait ou d'une copie du présent procès-verbal, à l'effet d'accomplir toutes les formalités afférentes aux résolutions ci-dessus adoptées.

Toutes ces résolutions, mises aux voix, sont adoptées à l'unanimité.

Plus rien n'étant à l'ordre du jour, et plus personne ne demandant plus la parole, la séance est levée à Seize heures trente.

De tout ce que dessus, il a été dressé le présent procès-verbal signé par le gérant après lecture.