

## Stratégies de différenciation par l'origine des huiles d'olive en Méditerranée

Ouassila Lamani<sup>1</sup>  
Hélène Ilbert<sup>1,2</sup>  
Bouchaib Khadari<sup>3</sup>

<sup>1</sup> CIHEAM-IAMM  
3191, route de Mende  
34093 Montpellier Cedex 5  
France  
<ouassilamani@yahoo.fr>  
<ilbert@iamm.fr>

<sup>2</sup> UMR MOISA  
3191, route de Mende  
34093 Montpellier Cedex 5  
France

<sup>3</sup> INRA Montpellier  
Conservatoire botanique national  
méditerranéen de Porquerolles (CBNMed)  
UMR 1334 Amélioration génétique et  
adaptation des plantes (AGAP)  
Campus CIRAD  
Bât 3  
TA A 108/03  
Avenue Agropolis  
34398 Montpellier cedex 5  
France  
<khadari@supagro.inra.fr>

### Résumé

Nombreuses sont les initiatives pour différencier les segments spécifiques du marché oléicole. Produit emblématique de la Méditerranée, le marché de l'huile d'olive évolue avec le régime international de l'origine et de la qualité. Notre objectif est de réaliser une analyse comparée des politiques publiques oléicoles à partir de la littérature et d'études de cas de certains pays producteurs en Méditerranée. L'analyse nous renseigne sur les conditions possibles de mise en œuvre de politiques de différenciation, ainsi que les variations dans les modes de gouvernance des appellations d'origine protégée (AOP) ou des indications géographiques protégées (IGP). Les stratégies de défense de l'origine et de la qualité varient d'un pays à un autre, en fonction des choix gouvernementaux et du niveau de mobilisation des acteurs locaux.

**Mots clés :** gouvernance ; huile d'olive ; segmentation du marché ; région méditerranéenne ; politique commerciale.

**Thèmes :** qualité et sécurité des produits.

### Abstract

#### Differentiation strategies by origin of olive oil in the Mediterranean region

Many initiatives seek to differentiate specific segments in the olive oil market. Olive oil is a flagship product of the Mediterranean region, and its market is evolving with international legislation on origin and quality. Our objective is to analyze and compare public policies in the olive oil industry, from the literature and from case studies of some Mediterranean producer countries. The analysis demonstrates possible conditions for implementing differentiation policies as well as changing modes of governance of Protected Designation of Origin (PDO) or Protected Geographical Indication (PGI). Strategies to defend origin and quality vary from one country to another, depending on government decisions and the engagement of local actors.

**Key words:** market segmentation; governance; Mediterranean region; olive oil; economic policies.

**Subjects:** product quality and security.

L'huile d'olive est enracinée dans la culture alimentaire méditerranéenne depuis plusieurs siècles. Sa production, sa transformation et sa commercialisation se font à grande échelle. La production sous appellation d'origine, qui ne représente que 2 % de la production pour l'Italie et pour l'Espagne, a un fort potentiel de croissance (Annania et Pupo d'Andrea, 2011). Face à la concentration de l'industrie oléicole, apte à créer des gammes de

produits sous marques privées, les producteurs, coopératives ou petites entreprises d'huile d'olive, pourraient se positionner sur les marchés en optant pour des modes de gouvernance et des modes d'organisation spécifiques, s'ils étaient accompagnés par des politiques volontaristes qui garantissent la légitimité de leurs démarches. La diffusion, voire la prolifération des indications géographiques (IG), continue depuis le tournant des années 2000, atteste de l'attractivité

Tirés à part : O. Lamani

doi: 10.1684/agr.2015.0749

Pour citer cet article : Lamani O, Ilbert H, Khadari B, 2015. Stratégies de différenciation par l'origine des huiles d'olive en Méditerranée. *Cah Agric* 24 : 145-50. doi : 10.1684/agr.2015.0749

de cette option institutionnelle (Ilbert et Petit, 2009).

Se différencier sur un marché d'huile d'olive de masse repose sur un choix stratégique basé sur des ressources spécifiques liées à l'origine. Une origine géographique est justifiée indirectement par la qualité du produit, voire de façon directe en mettant en avant le sentiment d'appartenance à la région de production et d'autres aspects affectifs, tels que se conformer à des règles éthiques ou normatives (Van der Lans *et al.*, 2001). L'origine n'est pas seulement géographique, elle devient une émanation d'acteurs publics ou privés dont les actions de coordination ne peuvent être réduites à une politique publique au sens classique du terme, mais à une action publique (Leloup *et al.*, 2005).

L'analyse des formes de gouvernance et de construction de l'action publique locale met en évidence, d'après les travaux de Bertrand et Moquay (2004), les différents aspects de la dimension collective : collective par les différentes institutions publiques y participant, collective par l'implication d'acteurs économiques, collective enfin en réintégrant dans le processus l'initiative individuelle.

Dans cet article, nous examinons et analysons les démarches de différenciation par l'origine de l'huile d'olive de certains pays du pourtour méditerranéen, à travers les questions suivantes :

- Quelles stratégies d'organisation ?
- Par qui sont-elles pilotées ?
- Sont-elles appropriables par les producteurs et dans quelles conditions ?

L'objectif de ce travail est de faire l'analyse comparée des stratégies de différenciation oléicole de quatre pays en Méditerranée. Notre hypothèse est que les stratégies de différenciation par l'origine varient en fonction des choix juridiques, organisationnels et du niveau d'implication des acteurs.

## Méthodologie et choix des cas d'étude

Notre démarche se veut descriptive et comparative, afin de rendre compte des modes d'organisation et des stratégies de différenciation par l'origine de quatre pays méditerranéens : Espagne,

France, Maroc et Algérie. Le choix de ces pays se justifie par les critères historiques, car la durée préside à la construction des biens de réputation. Aussi avons-nous opté pour deux des pays de l'Union européenne (UE), dotés de règlements anciens (Espagne et France) et d'autres aux politiques nationales de différenciation plus récentes (Maroc et Algérie). L'analyse se centre sur l'action collective qui préside à la mise en place des IG dans ces quatre pays méditerranéens. Certains critères, tels que les types de gouvernance (*top-down* ou *bottom-up*, types de règlements), les modes de coordination (coopératives, comités, réseaux, etc.) et la gestion de l'information (cahiers des charges) ont été retenus, car cette grille analytique permet de fournir les éléments discriminants autorisant la comparaison.

Les ouvrages et les articles qui traitent de l'oléiculture en Méditerranée ont été systématiquement identifiés et les thèmes ont été classés et analysés afin de faire ressortir de la littérature les modes de gouvernance. Les données ont été collectées sur le site officiel de l'UE, ainsi que sur la base de données *Database of Origin and Registration* (Door) et les registres nationaux. Par ailleurs, des entretiens semi-directifs ont été effectués auprès d'opérateurs de la filière en Espagne, France, Maroc et Algérie. Ils ont été réalisés sur une période de deux ans au cours des campagnes oléicoles, durant des rencontres interprofessionnelles et pendant des séminaires scientifiques. Des producteurs, des responsables de la profession et de l'administration publique ont fait l'objet d'enquêtes afin de comprendre les conditions de mise en place des cahiers des charges et des stratégies de différenciation (voir le détail des enquêtes et du traitement des données dans la thèse de Lamani [2014]).

## Indications géographiques oléicoles enregistrées dans les pays méditerranéens

Depuis la réglementation 2081/92 du Conseil des Communautés européennes,

relative à la protection des IG et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, le nombre des appellations oléicoles enregistrées par l'UE a augmenté, passant de 24 IG enregistrées en 1996 à une centaine en 2013. La protection vaut pour tous les pays membres de l'Union européenne. L'Italie, l'Espagne et la Grèce détiennent plus de 90 % des appellations d'origine protégée (AOP) oléicoles méditerranéennes enregistrées. L'ensemble de ces pays représentent 96 % de toutes les AOP oléicoles méditerranéennes reconnues par l'UE (Door, 2013).

L'Italie détient le plus grand nombre d'AOP oléicoles enregistrées au sein de l'UE (42 AOP et une indication géographique protégée [IGP] pour près de 8 % de la surface oléicole sous appellation).

L'Espagne, producteur oléicole (46 % de la production mondiale et près de 50 % de la production oléicole méditerranéenne, selon les données de 2011 du Conseil oléicole international), fait partie des premiers pays à avoir mis en place les AOP oléicoles.

La Grèce multiplie la production des huiles d'olives sous appellation. Ces produits sont centralisés sous la responsabilité du ministère du Développement Rural et des Aliments. Une stratégie qui a pour objectif l'identification, la définition et l'étiquetage du produit conformément à un cahier des charges précis (Anthopoulou et Kaberis, 2013).

La France compte 22 % de sa production oléicole sous appellation, qui occupe 24 % de la surface cultivée avec seulement 7 AOP oléicoles. Ce choix de différenciation peut être interprété comme étant lié à une volonté politique d'exception, due pour partie à la très faible part de la France sur le marché mondial (seulement 0,1 % de la production oléicole méditerranéenne). Ce choix s'explique également par des stratégies de coûts de production ainsi que par l'existence d'un dispositif de protection permettant de mettre en valeur la diversité des variétés d'olives en fonction de leurs origines, des techniques, des savoir-faire locaux, et la volonté des milieux oléicoles de protéger leur production *via* une réglementation et des normes spécifiques.

Les autres pays de la Méditerranée comme la Turquie et les pays maghrébins sont loin d'être au même rang que les pays européens. Le nombre

d'AOP oléicoles est insignifiant, la démarche d'appellation commence à voir le jour : une seule appellation oléicole au Maroc (AOP Tyout-Chiadma), une indication de provenance en Tunisie (l'huile d'olive de Monastir parue au *Journal officiel de la République tunisienne* en décembre 2010) et deux IG en Turquie (les huiles d'olives du golfe d'Edremit et les huiles d'olives de l'Égée du Sud, qui ont obtenu respectivement la certification n° 87 du 29 août 2004 et n° 79 du 27 septembre 2004). Les stratégies de différenciation sont en cours de mise en place en Algérie. La protection est nationale et les demandes de reconnaissance sur le registre européen sont difficiles à obtenir, comme en témoigne la demande de protection de l'huile d'argan, qui n'a pas abouti en 2015 malgré une demande de protection introduite en octobre 2011.

Le développement des appellations d'origine n'est pas homogène. Cette asymétrie se confirme dans les études réalisées sur les modalités de différenciation entre les quatre pays producteurs étudiés.

## Importance des critères organoleptiques et rôle du Conseil de régulation : cas de l'Espagne

L'histoire des appellations d'origine officielles pour l'huile d'olive débute en Espagne dans les années 1970, lorsque la crise oléicole atteint un point critique. Selon Angles (2007), la première appellation d'origine oléicole est octroyée en octobre 1975 à une région catalane de la province de Lérida sous l'appellation *Borjas Blancas*. L'Andalousie, qui produit 70 % de l'huile d'olive espagnole, tarde à obtenir une appellation d'origine malgré des initiatives précoces. Ainsi l'appellation *Sierra de Segura* au nord-est de la province de Jaén est reconnue dès 1979, mais la ratification du règlement de la *Denominación de*

*Origen "Sierra de Segura"* n'est officielle qu'en 1993. À ce stade, et juste avant que la Communauté européenne n'institue en 1992 sa réglementation sur les AOP et IGP, l'Espagne possédait déjà quatre appellations d'origine pour l'huile d'olive avec un cadre législatif bien établi. En plus des 26 appellations déjà enregistrées avant septembre 2013, deux autres appellations ont été enregistrées. D'autres sont aujourd'hui en cours d'enregistrement sur le registre européen. Les critères de différenciation retenus en Espagne sont souvent très techniques et dépendent de modes de régulation spécifiques.

## Étude des cahiers des charges et gouvernance par le conseil de régulation

La gestion d'une AOP espagnole se fait dans le cadre d'un Conseil de régulation (*consejo regulador*) sous la surveillance de l'Autorité administrative régionale qui gère le secteur agricole (ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation). Un projet est décidé au niveau national à l'initiative d'un groupement de producteurs, puis le projet finalisé est ensuite avalisé soit par ordre des Autorités de tutelle régionales, puis par décret royal des pouvoirs publics nationaux, soit directement par décret du ministère.

Les conseils régulateurs des appellations d'origine sont impliqués pour promouvoir toutes les qualités des huiles d'olive locales. Ils sont également chargés de faire respecter les normes, les caractéristiques spécifiques locales, les conformités aux exigences de la Commission européenne (afin de garantir une qualité optimale des huiles d'olives commercialisées). Dans le cahier des charges de l'AOP « Estepa », comme exemple d'analyse, une place fondamentale est accordée aux caractéristiques de l'huile d'olive. Un descriptif précis de l'huile d'olive est préconisé en termes d'acidité et de critères organoleptiques. La reconnaissance d'une appellation d'origine se fonde donc sur des critères fixés par une réglementation et gérés par des organismes bien déterminés.

## Spécificités du terroir encadrées par un dispositif réglementaire : cas de la France

En France, la superficie oléicole est seulement de 35 000 hectares, dont plus de 80 % sont situés dans les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) et Languedoc-Roussillon. Selon les données de 2013 du Conseil oléicole international, la production française d'huile d'olive est estimée (lors de la campagne 2011-2012) à 3 200 tonnes. Elle ne représente qu'environ 0,1 % de la production mondiale et ne répond qu'à 3 % de la consommation nationale. Le reste est importé selon les provenances suivantes : 59 % d'Espagne, 29 % d'Italie et 4 % de Tunisie.

L'oléiculture française représente une production de niche caractérisée par un haut niveau qualitatif et des prix très élevés. La présence de logos « Huile d'olive de France » et « Olive de France » sur les emballages garantit que l'huile et les olives proviennent d'oliviers cultivés en France et d'un moulin ou d'une confiserie situés en France. Environ 1 100 à 1 300 tonnes d'huile d'olive (en moyenne) sont produites sous AOP. Il existe actuellement 7 AOP : Nyons, Vallée des Baux, Haute-Provence, Nice, Aix-en-Provence, Corse et Nîmes. Celle de la Provence est en cours d'obtention. Les AOP jouent un rôle particulier en France car elles constituent une référence délimitant clairement des aires géographiques et des types de variétés bien particuliers.

## Pratiques culturelles et mode de gouvernance

En France, la reconnaissance d'une AOP passe par l'intermédiaire d'une administration publique, l'Institut national des appellations d'origine (INAO), créé en 1935. Assisté d'un comité d'experts, il établit la procédure d'obtention et reconnaît la validité de l'AOP à la suite des délibérations du Comité national des produits agro-alimentaires de l'INAO. La reconnaissance finale est ensuite avalisée par les

pouvoirs publics sous l'égide des ministères de l'Économie et de l'Agriculture. L'INAO établit, avec les professionnels, les cahiers des charges et les projets de textes officiels définissant les conditions de production des produits sous signes d'origine. Le mode de gouvernance associée dynamique territoriale et contrôle strict des cahiers des charges. Il vise à favoriser l'emploi local, le développement territorial et l'obtention d'un *premium* de prix.

L'appellation Huile d'olive de Nyons est la première à être attribuée en 1994. Les principaux points du cahier des charges définissant l'huile d'olive de Nyons AOC portent sur les pratiques culturales et sur les processus de transformation. Le cahier des charges est très strict en termes de pratiques culturales : variété d'olive utilisée, plantation, densité et taille des oliviers, irrigation et rendement des vergers, ainsi que la période et le mode de récolte et de stockage des olives. Le but est d'offrir des garanties supplémentaires aux consommateurs en terme de qualité et de goût unique, mais aussi de donner confiance aux producteurs qui, par une démarche enrichissante et par une définition fine du produit, entretiennent leur savoir-faire et leur patrimoine paysager, culinaire et social.

## Structuration de l'offre et positionnement sur le marché mondial : cas du Maroc

La filière oléicole marocaine contribue à hauteur de 5 % au produit intérieur brut agricole national (MAPM, 2013). Elle occupe une place prioritaire dans le Plan Maroc vert (PMV), qui préconise le développement de débouchés dans une perspective de valorisation durable, accompagnée d'une plus forte intégration amont-aval. L'oléiculture marocaine utilise essentiellement la variété « Picholine marocaine », qui représente 96 % des oliviers cultivés.

## Émergence des politiques de qualité par les signes officiels de l'origine

La nécessité de mettre en place une politique de valorisation de la production du secteur oléicole est l'une des principales préoccupations des pouvoirs publics, compte tenu de la croissance du marché mondial. Dans cette perspective, le ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime marocain (MAPM) a voulu promouvoir la qualité des produits, préserver le patrimoine culturel en informant et en protégeant le consommateur par la mise en place d'un système fondé sur un cadre juridique permettant la reconnaissance et la protection des produits de terroir. Une loi (n° 25-06) relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques a été promulguée en 2008. Ce cadre juridique permet la valorisation des produits du terroir grâce à la reconnaissance des spécificités du produit et son origine géographique (Hamimaz, 2009).

Ce cadre juridique de protection par les signes de qualité est récent. Il est fondé sur le modèle juridique français et appuyé par des programmes de coopération bilatéraux. Le développement des appellations d'origine se fait progressivement. La demande d'obtention de l'AOP huile d'olive Tyout-Chiadma a été déposée en janvier 2009 et la démarche s'est déroulée en quatre phases :

- 2002-2003, une étude préliminaire dans la région sur la caractérisation chimique et organoleptique des huiles ;
- 2003-2004, un justificatif du choix du site ;
- 2005-2008, une élaboration du cahier des charges ;
- 2009, une demande d'agrément.

## Étude de cahier des charges de l'AOP Tyout-Chiadma : création d'un modèle répliquable

L'élaboration du cahier des charges de l'AOP huile d'olive Tyout-Chiadma a duré trois ans. Ce cahier des charges est très précis en termes de conduite à tenir et de méthode d'obtention du

produit (de la récolte des olives à la trituration). Ces conditions s'apparentent à celles composant le cahier des charges de l'AOP Nyons en France, que l'on ne retrouve pas dans les cahiers des charges des AOP espagnoles, où la réglementation des huiles se fait principalement en fonction des caractéristiques chimiques et organoleptiques.

La production d'huile sous l'AOP Tyout-Chiadma est très faible : elle est passée de 0,8 t en 2009 à 4 t en 2014, avec un prix pouvant atteindre 100 dirhams marocains/litre (9,08 euros). L'expérience de l'AOP de Tyout est conforme aux règlements internationaux. Elle est considérée comme un modèle susceptible d'être répliqué dans d'autres zones du Maroc. La coopérative de Tyout Chiadma est détentrice des droits tout en étant encadrée par le ministère de l'Agriculture. Dans le contexte politique du Plan Maroc vert, ce modèle de mobilisation d'attributs particuliers d'un territoire local est recommandé par l'ensemble du tissu institutionnel qui encadre les activités oléicoles.

## Politique publique et consommation informelle : cas de l'Algérie

La nécessité de redynamiser la filière oléicole est un objectif politique majeur depuis plus de quarante ans. En 1969, l'Office national algérien des produits oléicoles (ONAPO) est créé pour promouvoir la production, les techniques de trituration (transformation), la formation et la commercialisation des olives de table. L'approche n'est pas celle de la différenciation, mais plutôt celle de la structuration de la filière. Le ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MADR) a fait appel à des experts en 2011, dans le cadre du projet de jumelage P3A (Programme d'appui à la mise en œuvre de l'accord d'association avec l'Union européenne), portant sur la valorisation des produits agricoles de terroir par le système de qualité et par les IG, afin d'apporter un appui pertinent à l'élaboration et à la mise

en œuvre de reconnaissance de la qualité des produits agricoles du terroir, par des signes distinctifs liés à l'origine.

Un décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013 a été publié, dans le *Journal officiel de la République algérienne* n° 36, fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole. Ce décret récent fait suite aux décrets sur les vins de qualité et la reconnaissance du label VAOG (Vin d'appellation d'origine garantie) établi après l'Indépendance. Le cadre juridique et les outils techniques d'encadrement des démarches de valorisation existent aujourd'hui, mais les démarches en Algérie sont cependant plus récentes qu'au Maroc. Le soutien institutionnel pour qu'ils deviennent opératoires dépend des niveaux d'intervention et d'acceptation de ces mesures.

## La Kabylie à l'épreuve des signes de qualité et de l'origine

La Kabylie est une des régions pilotes du développement rural, une région connue pour l'oléiculture traditionnelle. L'huile d'olive de Kabylie est recherchée dans tout le pays pour ses qualités gustatives. La demande nationale, régionale et locale garantit l'écoulement de cette production réputée. Il n'est pas rare que les stocks ne soient pas suffisants pour répondre à la demande d'une année sur l'autre. La consommation nationale est peu sensible aux démarches de l'État et se fonde sur des habitudes de consommation traditionnelles. Elle passe par des circuits de vente informels, en vrac, *via* des réseaux de commercialisation directs. La régulation par la certification est perçue comme une contrainte. La réputation de l'huile d'olive ainsi que sa qualité spécifique dépendent des liens de confiance et des relations personnelles entre producteurs locaux et consommateurs. L'opportunité d'une labellisation de l'huile d'olive algérienne se heurte à de nombreux obstacles. Trois types d'obstacles ont été diagnostiqués :

- le mode de conduite agricole (zones montagneuses difficilement accessibles, verger morcelé, moyens de production limités) ;

- les modes organisationnels (manque de structuration de la filière, absence d'organisation collective dynamique) ;
- le modèle de consommation dominant (éloigné des exigences de mise en conformité internationale : l'arôme, la couleur, la texture de l'huile d'olive de Kabylie ne répondent pas aux standards du COI (Conseil oléicole international) mais ils répondent à l'attente des consommateurs locaux et algériens).

Ces obstacles montrent que les conditions d'adhésion à la mise en œuvre des signes de protection par les IG ne sont pas réunies. Le marché informel actuel écoule la production nationale sans qu'il soit nécessaire de construire de cahiers des charges. L'absence de vision commune entre les consommateurs, les opérateurs et le gouvernement pourrait, comme c'est déjà le cas dans certains pays, amener l'État à porter le projet de labellisation dans une démarche descendante. L'intervention en faveur de la création d'IG se transformerait alors soit en contrainte supplémentaire (cahiers des charges imposés, etc.), soit en incitation à la mise en cohérence avec les normes internationales (formations, soutiens indirects, etc.). En aucun cas, elle ne pourrait permettre un développement territorial assurant la gestion préservée et concertée de la ressource et de sa valeur symbolique.

## Discussion et conclusion

Le *tableau 1* compare les types de gouvernance, les acteurs mobilisés et leurs objectifs ; il fournit une vision synthétique de la différenciation par les signes d'origine dans le secteur de l'huile d'olive. Cette représentation schématique permet de visualiser les différences dans le mode de gouvernance, les conditions de mise en œuvre par les acteurs locaux et leurs principaux objectifs. L'analyse des différents modes de gouvernance des indications géographiques oléicoles en Méditerranée montre le développement parallèle de stratégies politiques imposées (une politique *top-down*), ou de stratégies construites par les acteurs locaux eux-mêmes (*bottom-up*).

Les plus anciens (Espagne, Italie et France) se sont dotés d'appellations d'origine à partir des revendications des oléiculteurs. La démarche est collective et volontaire, mais leurs expériences et leurs stratégies de défense de l'origine varient fortement. Les variations que l'on a pu constater par exemple dans les modalités d'appréciation de qualité de l'huile d'olive en Espagne ou en France proviennent de ces différents niveaux de négociations entre acteurs. Ainsi, en Espagne, les comités de régulation ont opté pour les critères huileurs (acidité et caractéristiques chimiques de l'huile d'olive), de même en Italie ou au Portugal, alors qu'en France, les comités d'organisation ont retenu des critères organoleptiques non quantitatifs, définis dans le cahier des charges de l'appellation.

Les pays plus récents se dotent de procédures administratives de gestion et de contrôle pour se conformer aux règles juridiques et aux standards internationaux. Dans le cas du Maroc, les stratégies sont pilotées par le gouvernement et les décrets facilitent l'adoption de signes officiels. Nous avons qualifié ces dernières stratégies de démarches "*top-down*", car ce sont les organismes publics qui impulsent le recours à des signes de qualité afin de valoriser des huiles locales potentiellement génératrices de valeur ajoutée. Si le Maroc conduit une politique tournée vers les terroirs depuis le tournant des années 2000, l'Algérie, quant à elle, vient de démarrer une politique de différenciation, où certains produits sont ciblés pour devenir des produits sous signes de qualité.

La différenciation par l'origine ne relève pas d'un modèle type que l'on pourrait multiplier, mais d'une recherche permanente de points d'équilibre entre les politiques, les marchés et les négociations entre acteurs impliqués dans la construction d'un bien de réputation. Les dynamiques de ces relations entre acteurs conditionnent l'émergence d'une réputation. Les choix ne sont donc ni statiques, ni univoques. L'existence de structures collectives indispensables à la coordination et à la construction de visions communes est une des clés de voute du système : la nouvelle dynamique du pilotage par les villes des routes de l'olivier est un exemple des nouvelles visions communes possibles. ■

## Tableau 1. Tableau comparatif des types de gouvernance et acteurs mobilisés dans la démarche IG

Table 1. Comparison of governance types and stakeholders involved in the GI method.

	Cahiers des charges	Type de gouvernance	Acteurs mobilisés	Objectifs
<b>Espagne</b>	Importance des critères organoleptiques et d'acidité de l'huile d'olive.	Gouvernance locale et territoriale gérée par le Conseil de régulation.	Coopératives et comité de régulation. Gouvernements régionaux et locaux.	Différenciation par une stratégie de qualité et d'innovation.
<b>France</b>	Importance des pratiques culturelles : variété d'olive, densité et taille des oliviers, mode de récolte et stockage des olives.	Démarche volontaire et collective encadrée par un dispositif national.	Gouvernements régionaux et locaux. Oléiculteurs, mouliniers, coopératives oléicoles et syndicat.	Différenciation par une stratégie territoriale. Répression des fraudes.
<b>Maroc</b>	Importance des pratiques culturelles et méthode d'obtention du produit.	Démarche participative basée sur une série de procédures <i>top-down</i> .	Ministère de l'Agriculture, Commission nationale des SDOQ + UE + FAO.	Valorisation du savoir-faire traditionnel. Préservation de la variété locale. Amélioration du niveau de vie de la population.
<b>Algérie</b>	En cours.	Volonté publique très déterminante.	Ministère de l'Agriculture, Institut de recherche et technique + DSA + CAW.	Valorisation des ressources naturelles. Amélioration des conditions socio-économiques des populations rurales.

SDOQ : signes distinctifs d'origine et de qualité ; UE : Union européenne ; FAO : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture ; DSA : Direction des services agricoles ; CAW : Chambre d'agriculture de *wilaya*.

Source : élaboré par les auteurs.

## Références

Angles S, 2007. Les appellations d'origine protégée (AOP) d'huile d'olive de l'Union européenne: une analyse comparative Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal. *Revue Méditerranée* 109:78-84.

Annania G, Pupo D'Andrea M, 2011. L'huile d'olive dans la région méditerranéenne: production, consommation et commerce. *La lettre de Veille du CIHEAM* 16:1-6.

Anthopoulou T, Kaberis N, 2013. Indications géographiques et dynamiques de développement territorial. Le difficile passage des coordinations tacites aux démarches collectives de valorisation patrimoniale. *Options Méditerranéennes* 104:61-76.

Bertrand N, Moquay P, 2004. La gouvernance locale, un retour à la proximité. *Économie Rurale* 280(1):77-95.

DOOR, 2013. *Database of origin and registration*. <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?local=fr>

Hamimaz R, 2009. Le développement des produits du terroir au Maroc: quelques préalables. *Options Méditerranéennes* 89:271-9.

Ilbert H, Petit M, 2009. Are geographical indications a valid property right? Global trends and challenges. *Development Policy Review* 27(5):503-28. doi: 10.1111/j.1467-7679.2009.00457.x

Lamani O, 2014. *Institutions et acteurs locaux dans la valorisation des produits de terroir. Quelle*

*démarche locale de valorisation de l'huile d'olive de Beni-Maouche en Kabylie*. Thèse en Science de gestion et science agronomique, Montpellier SupAgro et ENSA d'Alger.

Leloup F, Moyart L, Pecqueur B, 2005. La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale? *Géographie, Économie, Société* 7(4):321-32.

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime (MAPM), 2013. *Filière oléicole*. <http://www.agriculture.gov.ma/pages/acces-fillieres/filiere-oleicole>

Van der Lans IA, Ittersum KV, De Cicco A, Loseby M, 2001. The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products. *European Review of Agricultural Economics* 28(4):451-77. doi: 10.1093/erae/28.4.451