



3ème Forum de l'Economie Circulaire en Occitanie

24-27/11/2020

Atelier: [Modèles d'affaires circulaires dans le domaine agro-alimentaire](#)



Projet COLIVE - Des *business models* innovants pour une bioéconomie circulaire dans le secteur oléicole

Mechthild Donner (INRAE), Ivana Radic (INRAE),
Fatima El Hadad-Gauthier (CIHEAM-IAMM)





Projet COLIVE – Consortium

Début du projet: 01/09/2018 – Fin du projet: 28/02/2022

Budget total: 337 104,- €

Coordination: INRAE



This project has been funded through
ARIMNet2 (ERA-NET no. 618127)

INRAE



UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Agence Nationale de la Recherche
ANR

Royaume du Maroc



Ministère de l'enseignement supérieur de
la recherche scientifique et de la formation
des cadres





Problématique

Perte de l'héritage gastronomique dans la Région Méditerranéenne

< Libéralisation des marchés, compétition globale, changement des régimes alimentaires des consommateurs...

Quelles **stratégies de marketing / labellisation collectives** pour ajouter de la valeur aux produits agricoles locaux (l'huile d'olive)?

Quantités importantes de déchets et de sous-produits oléicoles, ressources naturelles limitées

< Eviter les externalités négatives sur l'environnement, besoin de produire plus avec moins de ressources

Quels **business models circulaires** pour valoriser localement les déchets et sous-produits de la production de l'huile d'olive?

L'huile d'olive
(= produit principal)



Feuilles et bois
(= déchets)

Grignons d'olive
(= sous-produit)

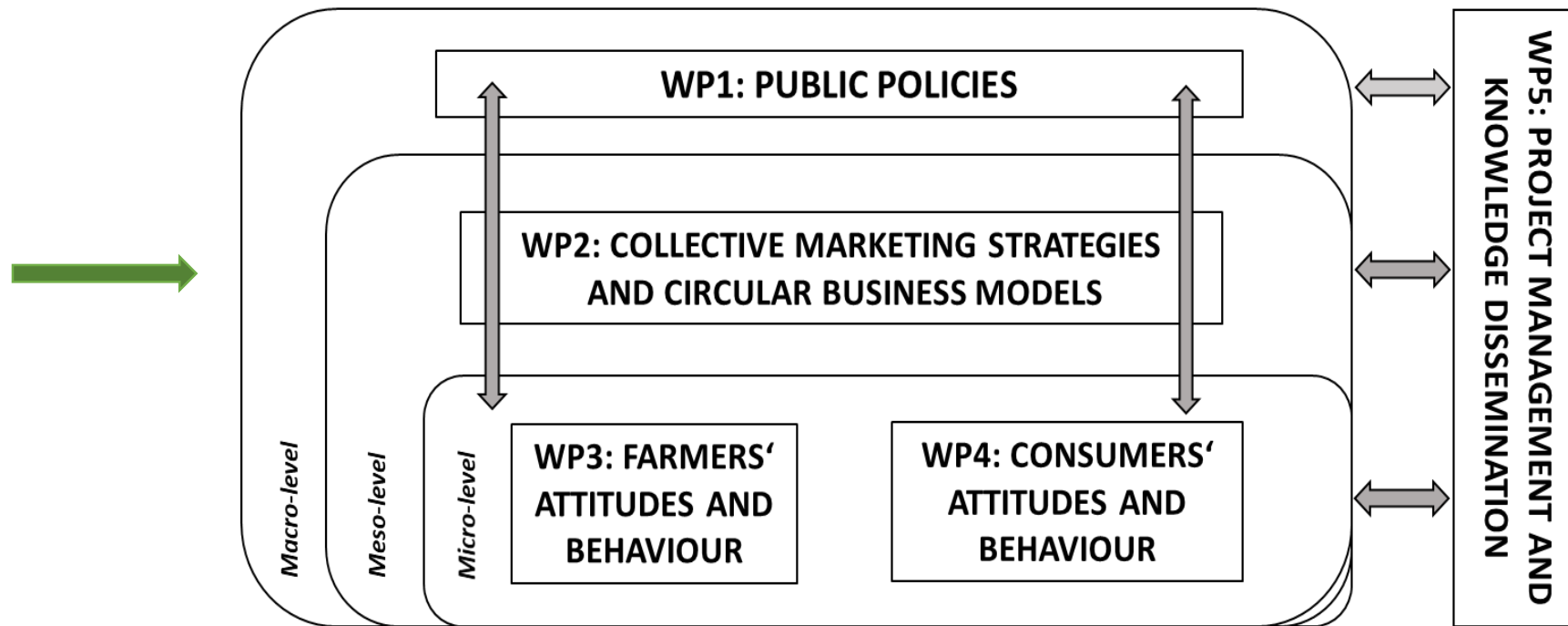


Margines
(= sous-produit)



Objectif et méthodologie

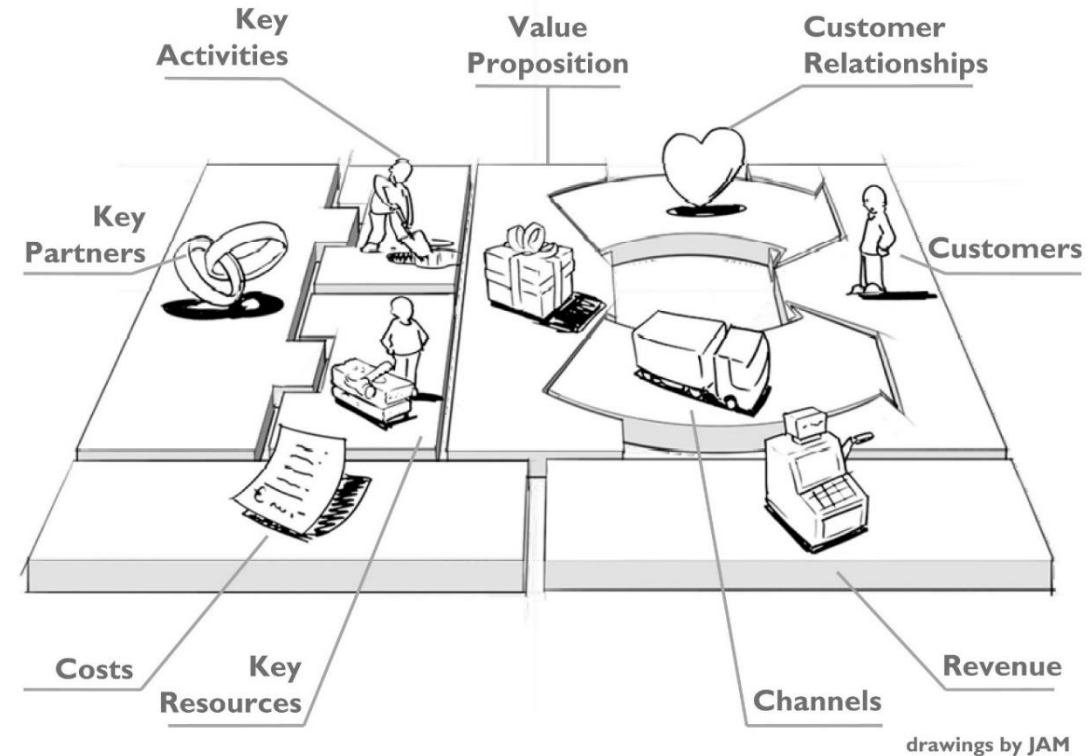
L'objectif global est de comprendre les conditions et processus socio-économiques de la valorisation de l'huile d'olive, des déchets et des sous-produits oléicoles.





WP2: Des *business models* circulaires dans le secteur oléicole – une revue des initiatives

→ **L'objectif** de la revue des initiatives est de comprendre quels modèles d'affaires circulaires existent *qui créent, délivrent et capturent de la valeur* basée sur des déchets et des sous-produits oléicoles

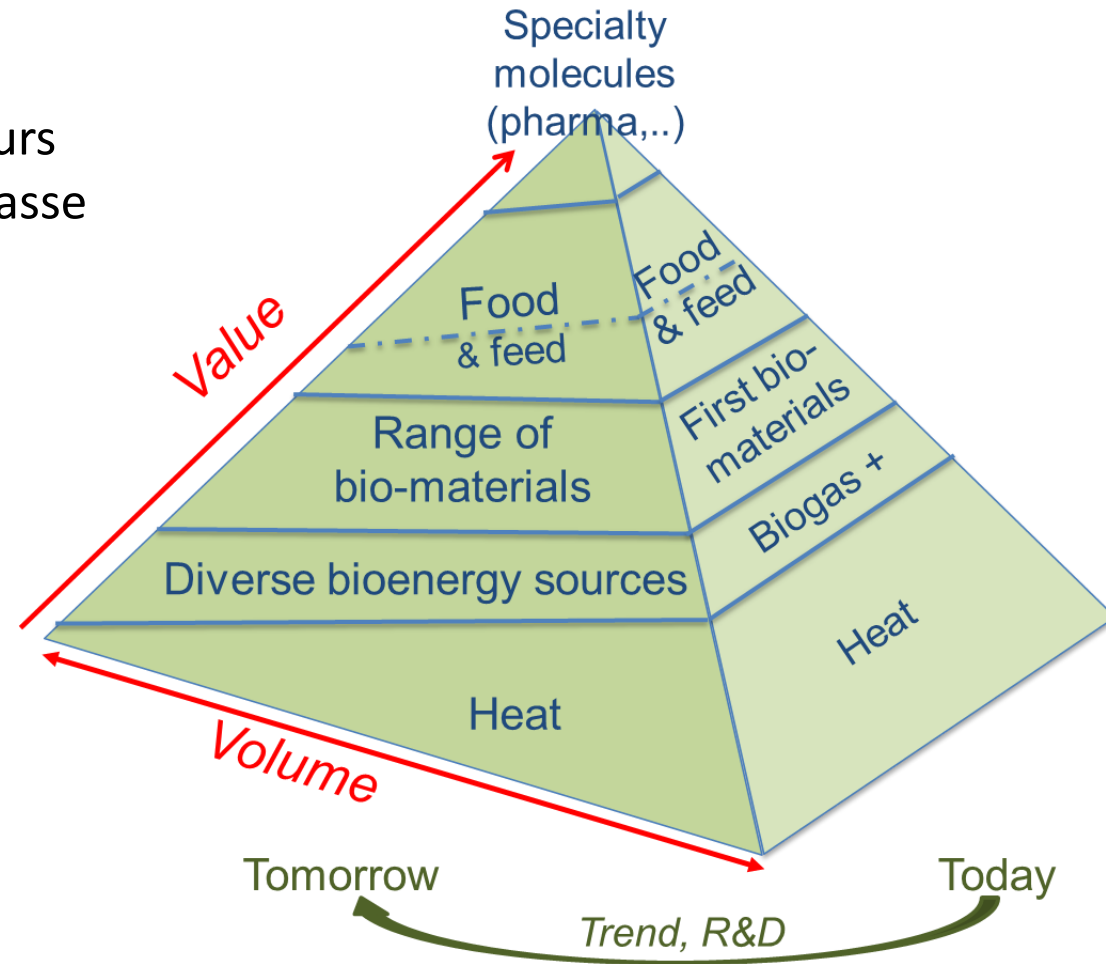




Valorisation des déchets et des sous-produits agricoles

Figure: Pyramide des valeurs de la valorisation de biomasse

- **Potentiel** de valorisation des déchets et coproduits agricoles et de conversion en produits éco-performants (bioénergie, biomatériaux, biomolécules...)



Source: Donner, Gohier, De Vries (2020)



Localisation géographique des 39 initiatives analysées





Tous types de ressources valorisées



Grignons d'olive



Margines



Noyaux d'olives



Branches



Bois



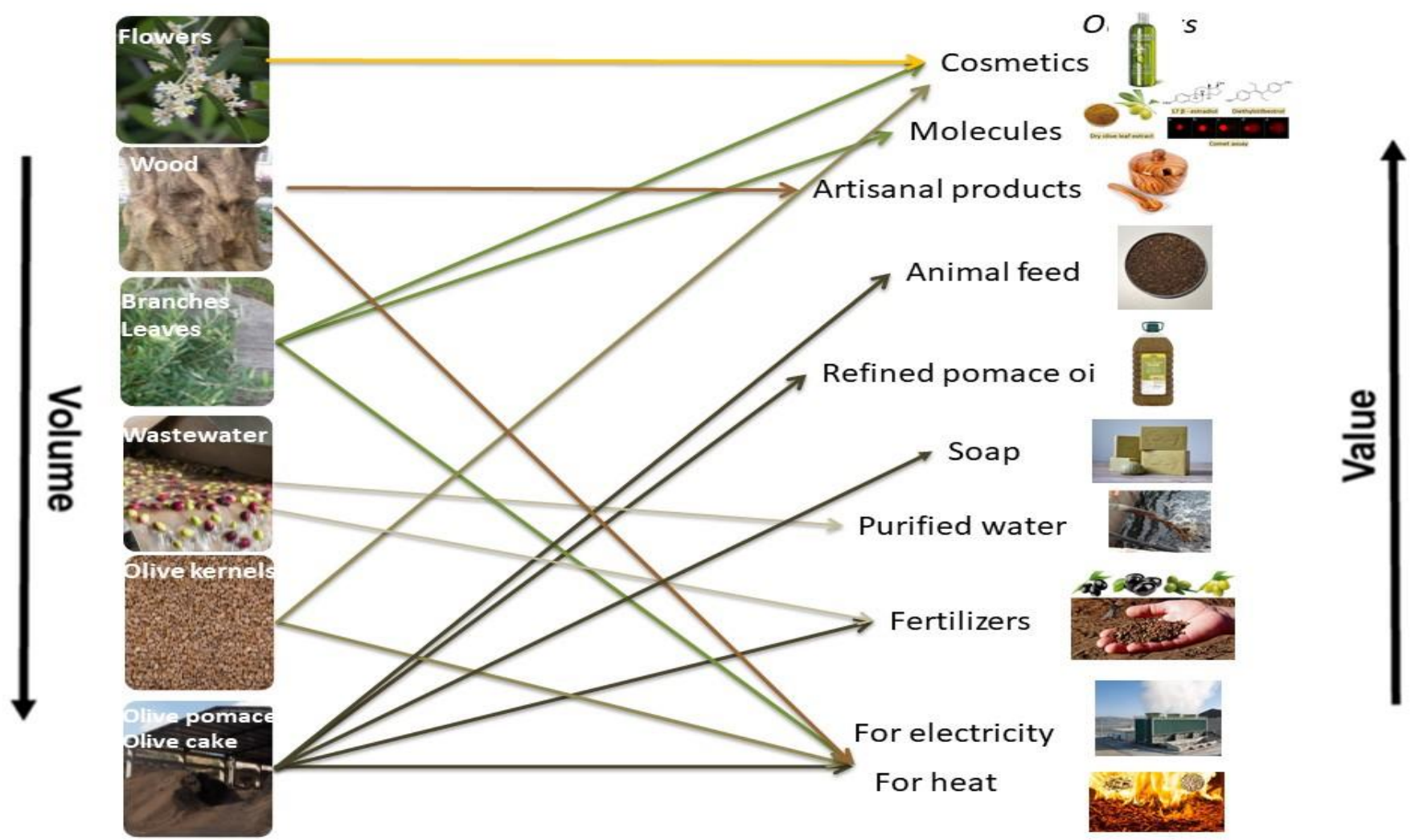
Feuilles



Fleurs



Parcours de valorisation





Exemples de *business models* & propositions de valeur innovantes, basées sur des sous-produits oléicoles

Olive Feed Corporation : **nouveau partenariat** pour la création d'une **valeur ajoutée élevée** par l'alimentation pour le bœuf Wagyu basée sur des sous-produits oléicoles



Un **nouveau marché** : terrain de foot écoresponsable à base de noyaux d'olives (La Ciotat, Société Méditerranée Environnement)



AVEO Energie : un **nouveau Business Model Circulaire** au Maroc, fournisseur de bioénergie pour des hôtels



Elayo Group : les graines d'olives comme base de **nouveaux produits** alimentaires

4. NUEVOS PRODUCTOS DEL OLIVAR



4.3. Semilla de olivo

■ Semilla de olivo entera

NUTRIENTES	Por 100 g de producto
Valor Energético	450 Kcal
Grasa	Máximo 60,00 %
Humedad	Máximo 8,00 %
Fibra Dietética	36-39 %
Cenizas	Máximo 4,00 %
Hidratos de Carbono	Máximo 1,80 %
Proteínas	12-15 %

- ✓ Sin Gluten.
- ✓ Nutritivo.
- ✓ Rica en fibra.
- ✓ Rica en proteínas.



- Uso como snack, topping en ensaladas, en panes, etc.
- Ingrediente para piensos animal y acuícola.



Sabra Olive Oil (Tunisie) : une **nouvelle activité** avec l'objectif « **zéro déchets** »





Zoom sur la France

Caractéristiques de la chaîne oléicole en France :

Production moyenne environ 5000 tonnes d'huile d'olive par an (25000 tonnes de déchets), nombreuses variétés (100), peu de professionnels dans le secteur et petites surfaces (84% moins de 2ha, souvent associé avec vin / fruits)

Haute valeur ajoutée pour l'huile d'olive par proximité (70% vente directe), qualité & 'terroir' (27% AOP) : prix 27 € / l

→ **Législation:** Seule la gestion des coproduits (grignons, margines) est réglementée, pas les déchets (branches, feuilles)! La pratique habituelle d'élimination des coproduits est l'épandage contrôlé sur le sol, car il n'y a que des petites quantités.

Quelques exemples de valorisation des sous-produits :

- Savon de Marseille : produit traditionnel à base d'huile de grignons d'olive (forte acidité)
- Coopérative oléicole de Clermont-l'Hérault : épandage (margines), chauffage (noyaux), composte (grignons)
- Municipalité de Levens (PACA) : utilise les noyaux d'olives d'une coopérative pour chauffer les bâtiments publics
- Grap'Sud : extraction des polyphénols des olives / margines pour des additifs alimentaires et des cosmétiques
- Une Olive en Provence : cosmétiques (savon, savon liquide, crème, tonique, élixir, parfums) fabriqués à partir d'extraits de fleurs et de feuilles d'olivier



Résultats de l'analyse des *business models* circulaires

- Dans la région méditerranéenne, le développement des modèles d'affaires circulaires dans le secteur oléicole est principalement motivé par les **grandes quantités de sous-produits** inutilisés et partiellement nuisibles à l'environnement
- Souvent, les entreprises sont **spécialisées** dans le domaine de valorisation des déchets / sous-produits
- Proposition de valeur: dans la plupart des cas, produits de **valeur plutôt faible** (bioénergie, fertilisants) car subventions et technologies plus simples
- La **logistique** (in & out) joue un rôle important
- **Communication** sur les activités de valorisation **plutôt faible**, souvent inexistante



Questions

- *Comment le **potentiel des déchets et sous-produits** oléicoles (la biomasse) peut-il être exploité **entièrement et localement**?*
- *Quels **types de politiques** (régionales) et de subventions sont nécessaires?*
- *Quelles **stratégies de marketing** (communication)? Comment améliorer la notoriété de l'économie circulaire et des produits bio-basés parmi les **consommateurs**?*
- *Quelles coopération et **interactions entre les différentes parties prenantes locales** pour la transition à une bioéconomie circulaire?*



Merci beaucoup pour votre attention!

mechthild.donner@inrae.fr; ivana.radic@inrae.fr

www.coliveproject.com