

Analyses

L'huile d'olive dans la région méditerranéenne: production, consommation et commerce

Giovanni Anania

Université de Calabre, Italie

Maria Rosaria Pupo D'Andrea

INEA (Institut National italien d'Économie Agricole), Office régional de Calabre

L'huile d'olive est le seul produit consommé dans le monde entier qui soit indissociablement lié à la région méditerranéenne. La présente étude analyse les tendances en matière de production, de consommation, de pratiques et de politiques commerciales, avant de dégager les éléments qui nous paraissent être les facteurs clés pour l'avenir des marchés de l'huile d'olive.

Production

La production mondiale d'huile d'olive, qui frise 2,8 millions de tonnes (moyenne calculée à partir des chiffres 2008 et 2009), est en nette progression par rapport au début des années 2000 (+6,6%), même si elle augmente à un rythme moins rapide que dans les années 1990. Sa croissance dans les principaux pays producteurs est cependant inégale. Depuis 2000/2001, la production de l'Espagne, qui reste de loin le plus grand pays producteur d'huile d'olive, est caractérisée par des à-coups, avec une réduction sensible vers le milieu de la décennie, suivie d'une forte remontée qui a certes limité la baisse générale de la production à -5,5%, mais se traduit par une diminution de la part de marché du pays dans le monde (de 45,8% à 40,5%).

Il convient toutefois de resituer cette tendance dans le contexte général de la production espagnole d'huile d'olive, laquelle présente une courbe irrégulière depuis le début des années 1990. S'agissant des autres grands pays producteurs d'huile d'olive de l'Union européenne (UE), on notera la relative stabilité de la production italienne au cours de la dernière décennie et la légère diminution de la production grecque. L'évolution récente de la production d'huile d'olive de ces trois États (Espagne, Italie et Grèce) reflète le découplage total de l'aide à la production introduit par l'UE en 2006. Cette réforme radicale devait induire en quelques années une réduction de la production et une amélioration de la qualité de l'huile produite.

Si l'on compare les chiffres des quatre années 2002-2005 avec ceux des quatre années qui ont suivi l'entrée en vigueur du nouveau régime d'aide (2006-2009), on constate une augmentation de la production en Espagne, au Portugal et en France, et une réduction en Italie et en Grèce. Quant à l'impact de la réforme sur la qualité de l'huile d'olive produite, il est plus difficile à mesurer, à supposer qu'il se soit déjà manifesté. Dans la plupart des pays producteurs non membres de l'UE, la production d'huile d'olive a continué à augmenter à un rythme rapide et régulier. La part de marché de la Tunisie dans le monde, par exemple, est passée de 2,8% en 2000/2001 à 5,9% en 2008/2009 (même si elle demeure bien en deçà des 11% enregistrés au début des années 1990). Au cours de la même période, le Maroc est passé de 1,4% à 3,1% et la Syrie de 5% à 5,9% (encore que le rythme de croissance de la production syrienne soit aujourd'hui moins rapide que dans les années 1990). Les résultats de l'ensemble des autres pays producteurs d'huile d'olive de la région méditerranéenne sont également importants : la production a régulièrement augmenté en Algérie (qui réalise 40% de la production totale de ce groupe de pays), en Libye et au Liban, tandis que la Jordanie, les Territoires palestiniens, l'Égypte et Israël enregistrent une baisse. Enfin, le quota du reste du monde est passé de 0,4% à 1,3%, notamment grâce à la production de l'Argentine (qui réalise les 2/3 de la production totale de ce groupe de pays) et de l'Australie.

Au sommaire de ce numéro :

Dossier : Oléiculture et huile d'olive en Méditerranée

- Analyses

L'huile d'olive dans la région méditerranéenne : production, consommation et commerce, par Giovanni Anania (Université Calabre, Italie) et Maria Rosaria Pupo D'Andrea (INEA, Italie), p.1

Environnement et huile d'olive biologique en Grèce, par Charikleia Minotou (IFOAM, Grèce), p.6

Chine: un marché émergent pour l'oléiculture, par Yvette Lazzeri (Université Aix, France), p. 8

« L'Olio del Libano » : activités, résultats et perspectives du projet, par Enrico Azzone, Eustachio Dubla et Biagio Di Terlizzi (CIHEAM-IAMBar), p.11

Espagne: chaîne de valeur et la formation des prix de l'huile d'olive, par José Miguel Herrero Velasco (MARM, Espagne), p.13

Maroc : l'Agro-pôle Olivier de Meknès, par Noureddine Ouazzani (ENA Meknès, Maroc), p. 17

- Interview de Jean-Louis Barjol (COI), p.19

Activités dans les IAMs, p.21

Publications et Agenda méditerranéen, p.25

Dernières publications CIHEAM, p.26

CIHEAM

Secrétariat Général

11 rue Newton
75116 Paris
France

+33(0)153239100

www.ciheam.org

La Lettre de veille du CIHEAM

Directeur de la publication

Francisco Mombiela
Secrétaire Général
CIHEAM

Rédacteur en chef

Sébastien Abis
CIHEAM-SG

Assistante de rédaction

Karin Hartleib-Monnet
CIHEAM-SG

Comité scientifique

Elena Kagkou
CIHEAM-SG

Martine Padilla
CIHEAM-IAMM

Nicola Lamaddalena
CIHEAM-IAMB

Antonio Lopez-Francos
CIHEAM-IAMZ

Georges Baourakis
CIHEAM-MAICH

CIHEAM

Créé en 1962,
le CIHEAM
est une organisation
intergouvernementale
qui regroupe
treize États du Bassin
méditerranéen.

Le CIHEAM
se structure autour d'un
Secrétariat Général
(Paris) et de quatre
Instituts Agronomiques
Méditerranéens
(Bari, Chania,
Montpellier
et Saragosse).

Avec au cœur de sa
mission de coopération
trois grandes activités
complémentaires
(formations spécialisées
post-universitaires,
recherches en réseau et
animation du débat
politique régional), le
CIHEAM s'impose
comme une référence
dans son domaine
d'activité : l'agriculture,
l'alimentation et
le développement rural
durable en
Méditerranée.

Actuellement,
M. Abdelaziz Mougou et
M. Francisco Mombiela
sont respectivement
Président
et Secrétaire général
du CIHEAM.

Olive Oil (virgin) - Production (1000 tonnes) - Biennial Average									
	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09
Spain	1187.3	1124.5	1143.0	1227.3	912.4	956.0	1139.3	1114.8	1121.4
Italy	540.5	574.2	587.7	697.5	732.9	637.3	588.8	569.1	575.8
Greece	355.3	341.9	378.3	348.1	353.9	386.0	351.9	323.2	330.4
Syria	130.4	145.0	149.3	153.0	162.6	187.7	175.3	127.3	162.3
Tunisia	72.5	51.0	176.0	205.0	170.0	195.0	190.0	188.1	163.1
Turkey	125.0	112.5	120.0	112.5	130.0	126.0	139.9	121.1	121.6
Morocco	37.5	47.5	52.5	72.5	75.0	62.5	75.0	75.0	85.2
Others Mediterranean	97.8	93.6	94.1	113.0	113.6	96.2	90.8	92.2	109.7
Others Europe	41.3	48.1	47.8	55.6	55.4	56.6	56.9	53.8	64.0
Rest of the World	10.0	10.2	15.1	20.8	27.0	28.3	28.1	32.7	36.1
Tota	2597.4	2548.6	2763.7	3005.2	2732.7	2731.6	2835.9	2697.2	2769.5

Source: FAOSTAT

Nota bene : lorsqu' aucune information pour une année n'était disponible, le chiffre est celui de l'année pour laquelle l'information était disponible

Consommation

La consommation globale d'huile d'olive a continué à augmenter régulièrement au cours des dernières années. Entre 2000 et 2007, elle a augmenté en moyenne de 2,4% par an, soit à un rythme comparable à celui des années 1990. En 2007, la consommation mondiale a dépassé 2,8 millions de tonnes, contre 2,4 millions de tonnes environ en 2000 et 1,9 million de tonnes en 1990. Pour la période 2000-2007, parmi les pays les plus grands consommateurs figurent les USA, dont la hausse de la consommation (+32,6%) est nettement supérieure à celle de la consommation mondiale (+18,2%). En Italie et en Espagne, la hausse a été moins forte, mais elle demeure importante (+11,4% pour les deux pays). Dans ces trois pays, l'augmentation de la consommation globale est associée à une augmentation de la consommation *per capita*, plus forte aux États-Unis (où elle est passée de 0,7kg en 2000 à 0,85kg en 2007) et en Italie (de 13 à 14kg) qu'en Espagne (de 11,6 à 11,8kg). La consommation d'huile d'olive n'a pas beaucoup varié en Grèce, où la tendance à la baisse observée il y a plusieurs années a été récemment renversée (la consommation *per capita* est passée de 15,6kg à 15,9kg; elle était de 17,5kg en 1990).

On enregistre une augmentation très sensible en France (+26,3% entre 2000 et 2007), où la tendance à une plus forte consommation *per capita* observée dans les années 1990 s'est maintenue, et au Maroc (+109%). S'agissant des autres pays méditerranéens, on observe entre 2000 et 2007 une baisse de la consommation d'huile d'olive en Syrie, Tunisie et Jordanie, après une décennie de croissance. En revanche, depuis la fin des années 1990, la tendance à la baisse du Liban et de la Libye s'est inversée, tandis que, durant la même période, la consommation de la Turquie et de l'Algérie suit un schéma cyclique qui s'inscrit dans un contexte général de croissance modérée. La forte hausse de la consommation observée dans les années 1990 dans le reste de l'Europe, comme dans les autres pays consommateurs du monde, s'est maintenue. Dans le premier cas, la consommation est passée de 4,5% de la consommation mondiale en 1990 à 7,3% en 2000 et à 10% en 2007; dans le second, elle est passée de 3,5% en 1990 à 7,1% en 2000, pour atteindre 9,2% en 2007. L'augmentation de la consommation d'huile d'olive dans ces pays est essentiellement due à l'augmentation rapide de la consommation *per capita*, dans le prolongement, encore une fois, de la tendance observée au cours des années antérieures. Par exemple, durant la période 2000-2007, elle est passée de 0,7kg à 0,86kg au Royaume-Uni; de 0,4kg à 1,04kg aux Pays-Bas; de 0,8kg à 1,05kg au Canada; et de 1,4kg à 2,06kg en Australie.

Olive Oil - Consumption (1000)								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Italy	744.	751.	775.	780.	805.	830.	828.	829.
Spain	466.	475.	479.	493.	514.	518.	549.	519.
USA	198.	208.	216.	205.	234.	237.	239.	262.
Greece	170.	168.	177.	177.	176.	176.	166.	176.
France	82.	97.	96.	96.	99.	98.	100.	104.
Syria	132.	130.	135.	123.	119.	108.	116.	104.
Morocco	43.	44.	69.	58.	82.	25.	65.	90.
Others Europe	174.	180.	194.	219.	275.	251.	254.	281.
Others Mediterranean	201.	204.	178.	193.	273.	172.	235.	188.
Rest of the World	170.	175.	183.	181.	222.	231.	224.	259.
Total	2383.	2436.	2505.	2529.	2804.	2650.	2780.	2816.

Source: FAOSTAT

**Nouveau
Président du
CIHEAM**

Lors du dernier Conseil d'administration tenu le 20 décembre 2010 à Tunis, le Professeur Adel EL-BELTAGY a été élu Président du Conseil d'administration du CIHEAM.

A partir du 1^{er} avril 2011, il succédera à Abdelaziz MOUGOU pour une période de quatre ans à la présidence du CIHEAM.

Actuellement Président du Conseil de la Recherche Agricole et du Développement Égyptien (ARDC) et Professeur à la Faculté d'Agriculture de l'Université Ain Shams du Caire, Adel EL-BELTAGY a assuré les fonctions de Directeur général de l'ICARDA entre 1995 et 2006 et il a présidé le Forum mondial de la recherche agricole (GFAR) entre 2006 et 2010.

Internationalement reconnu pour ses travaux et publications scientifiques, il est membre de l'Institut d'Égypte.

Échanges commerciaux

Les exportations d'huile d'olive semblent être beaucoup plus concentrées que la production: en 2008, les trois plus grands pays producteurs, qui sont par ordre d'importance l'Espagne, l'Italie et la Tunisie, représentaient 84,5% du volume total des exportations d'huile d'olive, part qui a encore augmenté depuis. Nonobstant les fortes variations de ses exportations d'une année sur l'autre, la Tunisie conserve aisément son troisième rang; au cours de ces toutes dernières années, son volume d'exportation est presque deux fois celui de la Grèce.

Le commerce mondial d'huile d'olive a continué à croître régulièrement jusqu'en 2004, puis a légèrement fléchi. Les exportations sont passées de 994 500 tonnes en 2000 à 1 489 600 tonnes en 2004, pour retomber à 1 311 300 tonnes en 2008 (contre 562 300 tonnes en 1990). La baisse du volume total des exportations entre 2004 et 2008 est liée à la baisse de la production des trois premiers pays exportateurs (Espagne, Italie et Tunisie), tandis que les exportations des autres pays ont continué à augmenter, quoiqu'à des rythmes différents et plus ou moins régulièrement. Toutefois, malgré ce fléchissement, la valeur totale des échanges internationaux (calculée en prix courants et exprimée en dollars US) a continué à augmenter en dépit de la baisse des volumes, essentiellement (mais pas seulement) grâce à la bonne tenue de l'euro. La valeur des échanges internationaux d'huile d'olive a augmenté à un rythme moyen annuel de 12,9% entre 2000 et 2008, en raison de la forte augmentation de la valeur unitaire moyenne à l'exportation. La dynamique d'expansion de la quantité exportée a été soutenue par l'Espagne (+6%), la Tunisie et le Portugal (+5,1% pour les deux pays). Parmi les grands pays exportateurs, ceux qui ont vu décroître leurs exportations sont l'Italie et la Grèce, la première (-0,2% par an en moyenne) moins que la seconde (-3,7%). Les exportations des autres pays méditerranéens enregistrent une augmentation annuelle moyenne de 6,5% sur la quantité exportée au cours de la même période, mais leur part de marché, bien qu'elle soit généralement en hausse, demeure minime (3,1% en 2008). Il est intéressant de noter la performance très différente des deux pays les plus importants de ce dernier groupe, la Syrie et la Turquie.

Olive Oil (virgin) - Exports (1000 tonnes)									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Spain	400.1	453.5	567.5	513.8	648.7	528.3	495.9	620.8	636.6
Italy	307.3	272.2	290.2	277.4	427.3	430.9	394.1	291.1	303.1
Tunisia	113.9	94.5	22.5	39.9	211.2	109.4	272.8	172.6	169.0
Greece	104.1	178.2	74.2	96.7	43.3	98.8	105.6	96.1	77.3
Portugal	21.5	21.5	18.4	17.4	23.9	26.0	25.7	31.5	32.0
Others Europe	9.2	12.5	16.3	15.4	16.8	18.1	19.5	21.3	20.0
Others Mediterranean	24.7	96.7	31.5	114.2	98.8	175.1	124.2	125.5	40.9
Rest of the World	13.7	11.2	15.2	21.4	19.6	43.9	28.0	33.3	32.5
Tota	994.5	1140.2	1035.6	1096.2	1489.6	1430.4	1465.8	1392.2	1311.3

Source: FAOSTAT

Durant la période envisagée, la Syrie a enregistré une augmentation annuelle moyenne de 34%, tandis que l'augmentation annuelle de la Turquie n'a pas dépassé 2%. Si l'on compare l'évolution des exportations entre 2000 et 2008 à celle de la décennie précédente, dans le contexte général du ralentissement de la tendance à la hausse des exportations mondiales (+3,5% par an entre 2000 et 2008 contre 5,9% au cours des années 1990), parmi les grands pays exportateurs, seule l'Espagne a connu une accélération de la tendance haussière de ses exportations (+5% d'augmentation annuelle moyenne entre 1990 et 2000, puis +6% d'augmentation annuelle moyenne entre 2000 et 2008). Tous les autres grands pays exportateurs ont enregistré, soit une baisse du taux de croissance de leurs exportations, comme la Tunisie (de +8,6% à +5,1%), soit même une chute de leurs exportations, comme la Grèce (de +1,9% à -3,7%) et l'Italie (de +10,9% à -3,7%).

L'évolution des importations mondiales d'huile d'olive, qui reflète nécessairement celle des exportations, résulte de la dynamique de la production, de la consommation et, dans le cas de pays comme l'Italie, qui sont tout à la fois importateurs et exportateurs d'huile d'olive, des exportations. Tous les grands pays importateurs ont vu leurs importations augmenter entre 2000 et 2008, quoique de manière inégale. Les taux d'augmentation les plus forts s'observent en Espagne, bien que les volumes concernés soient minimes, ainsi que dans d'autres pays européens qui ne figurent pas parmi les grands pays importateurs. Les différences de taux d'augmentation ont déterminé des variations au niveau des parts de marché. Entre 2000 et 2008, l'Italie, de loin le plus gros importateur d'huile d'olive, a connu une baisse sensible de sa part des importations globales (de 41,3% à 34%), tandis que les pays européens qui ne figurent pas parmi les gros importateurs ont vu leur importation passer de 4,7% à 8,9%.



Olive Oil (virgin) - Imports (1000 tonnes)									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Italy	462.8	492.8	520.1	485.5	691.7	566.4	554.8	495.0	485.1
USA	194.3	205.6	215.2	206.8	237.1	248.0	232.1	253.6	243.6
France	82.7	97.7	96.6	95.8	99.2	97.1	100.6	105.2	109.4
Germany	31.8	36.9	39.8	38.2	44.6	47.3	48.0	58.6	51.6
Portugal	38.0	49.5	44.4	53.6	57.3	60.0	63.8	70.2	45.5
United Kingdom	43.8	35.8	34.0	51.3	91.4	53.5	52.6	54.9	61.0
Brazil	26.2	23.6	22.1	21.4	23.7	27.0	27.5	35.5	42.8
Spain	24.3	26.6	10.4	37.7	107.8	112.6	128.0	59.8	53.6
Japan	27.3	29.2	32.3	30.8	31.7	32.7	29.8	28.3	29.6
Others Mediterranean	16.7	25.0	27.6	16.0	6.8	4.9	5.2	11.8	11.7
Others Europe	52.8	66.7	76.0	82.0	97.2	99.4	107.8	125.4	127.3
Rest of the World	119.4	123.1	124.1	129.3	159.7	166.8	168.3	202.1	166.1
Total	1120.1	1212.4	1242.4	1248.3	1648.3	1515.6	1518.4	1500.3	1427.2

Source: FAOSTAT

Politiques commerciales

Les aides à l'exportation d'huile d'olive n'ont pas été utilisées par l'UE depuis 1998. Les importations d'huile d'olive en provenance de la plupart des pays méditerranéens jouissent d'un accès préférentiel, qui diffère d'un pays à l'autre, sous la forme de quotas d'importations en franchise de droits et de tarifs préférentiels. Néanmoins, ces politiques commerciales ne sont pas les seules à considérer, d'autant qu'elles ne suffisent pas à expliquer la géographie des flux commerciaux entre les deux côtés de la Méditerranée. En fait, une grande partie des importations de l'UE en provenance d'autres pays méditerranéens est soumise au RPA (régime de perfectionnement actif). Dans le contexte du RPA, il est possible d'importer de l'huile d'olive dans l'UE en franchise de droits, à condition que la même quantité (et qualité) d'huile soit ensuite réexportée après avoir subi une transformation au sein de l'UE, transformation qui, en l'occurrence, ne peut être que de l'embouteillage.

Le tableau 1 fait état des importations totales dans l'UE en 2008 et 2009 (données disponibles les plus récentes), pour chaque pays méditerranéen, des importations en régime de perfectionnement actif, et des quotas d'importations en franchise de droits et volumes d'importations dont on peut penser qu'elles obéissent au principe NPF (principe de la nation la plus favorisée). La Tunisie bénéficie d'un quota en franchise de droits de 56 700 tonnes pour l'huile d'olive vierge. Les importations de ce type d'huile d'olive ont atteint 127 900 tonnes en 2008 et 82 200 tonnes en 2009, dont 80% sous le régime de perfectionnement actif en 2008 et 72% en 2009. Pour les deux années envisagées, le quota d'importation en franchise de droits n'a donc été utilisé que pour environ 40% apparemment. En 2008, la Jordanie a bénéficié d'un quota de 7000 tonnes d'huile d'olive vierge. Au cours de cette même année, les importations de ce type d'huile se sont montées à 647 tonnes, dont 62% sous le régime de perfectionnement actif. En 2009, le quota est passé à 9 500 tonnes, mais les importations sont tombées à 220 tonnes, soit 2% seulement du quota (il n'y a pas eu d'importations sous le régime du perfectionnement actif cette année-là). Il convient d'ajouter que la Jordanie jouit d'un accès en franchise de droits pour d'autres types d'huile, qui n'ont cependant pas davantage fait l'objet d'importations au cours des deux années 2008 – 2009.

Même chose pour le Liban, qui bénéficie d'un quota en franchise de droits de 1000 tonnes pour certains types d'huile d'olive, tandis que d'autres types jouissent d'un accès en franchise de droits sans contingent. En 2008 et 2009, les exportations totales d'huile libanaise à destination de l'UE n'ont pas dépassé 105 tonnes. Le Maroc et les Territoires palestiniens constituent des cas analogues. La Syrie et la Libye, en revanche, ne jouissent pas de conditions d'accès préférentielles : les importations en provenance de ces deux pays sont soumises au NPF. En 2008, les importations en provenance de Syrie ont atteint 14 526 tonnes, dont 62% sous le régime de perfectionnement actif. En 2009, le volume total des importations est tombé à 1 291 tonnes, dont 9% seulement sous le régime de perfectionnement actif. La plupart des importations en provenance de Libye sont soumises au NPF. Ni l'Égypte, ni Israël n'ont bénéficié d'un accès préférentiel pour les deux années 2008 et 2009, et leurs exportations à destination de l'UE, qui sont de toute façon minimes, ont été soumises au RPA (Égypte) et au NPF (Israël). A compter de 2010, ces deux pays jouissent d'un accès en franchise de droits pour certains types d'huile d'olive, qui ne représentaient toutefois au cours des années précédentes qu'une petite fraction de leurs exportations d'huile d'olive déjà très faibles à destination de l'UE. Enfin la Turquie bénéficie d'un tarif préférentiel de 7,5% pour un quota de 100 tonnes d'huile d'olive vierge. Ce quota a été pleinement utilisé en 2008 et en 2009, mais la plupart des importations (1200 tonnes en 2008 et 4500 tonnes en 2009) concernaient d'autres types d'huile d'olive et ont été presque entièrement soumises au régime de perfectionnement actif.

Comité Scientifique Consultatif

La composition du Comité Scientifique Consultatif (CSC) du CIHEAM a été renouvelée en décembre 2010 pour assurer une rotation par pays membres de l'Organisation.

Les membres sortants, Foued CHEHAT (INRA, Algérie), Mohamad Talal FARRAN (AREC, Liban) et George ATTARD (Université de Malte), sont remplacés par le Prof. El Houssine BARTALI (IAV Hassan II, Maroc), Dr. Luís Lavadinho TELO DE GAMA (INIA, Portugal) et Sami Reda Saber SABRY (Agricultural Research Center, Égypte).

Le CSC se réunira les 11 et 12 avril 2011 à Zaragoza.

Il n'est donc pas évident du tout que l'accès préférentiel, même en franchise de droits, soit le régime d'importation le plus commode. Les conditions à satisfaire dans le cas d'un quota en franchise de droits et du régime de perfectionnement actif sont ce qui détermine les options et les choix des pays concernés. La plupart des importations d'huile d'olive en UE se font en franchise de droits, dans le cadre d'un quota préférentiel ou, plus fréquemment, sous le régime de perfectionnement actif, et seule une petite proportion (inférieure à 5% en 2008 et 2009) est assujettie à un tarif. Tandis que l'accès en franchise de droits affecte la compétitivité relative des importations en provenance de différents pays, le régime de perfectionnement actif affecte le volume d'huile d'olive importé par l'UE, la décision de la provenance n'étant prise que sur la base de considérations inhérentes à la compétitivité (prix et qualité).

Table 1- Olive oil. European Union. Imports from Mediterranean countries: preferential duty free quotas, imports under "Inward processing relief traffic" (IPRT) provisions and imports which apparently occurred at MFN conditions (t; 2008, 2009).

Imports in 2008												
	Total imports	Imports of refined olive oil (150990)	Imports of virgin olive oil (150910)	Imports of other olive oils (1510)	Duty free import quota, refined olive oil (150990)	Duty free import quota, virgin olive oil (150910)	Duty free import quota, other olive oils (1510)	Total imports under IPRT	Imports under IPRT, refined olive oil (150990)	Imports under IPRT, virgin olive oil (150910)	Imports under IPRT, other olive oils (1510)	Imports which apparently occurred under MFN conditions
Algeria	14		14		1000							
Egypt*	486		433	54				430		430		56
Israel**	64	36	29	0								64
Jordan ¹	649	0	647	2	7000			406		406		
Lebanon ²	101	29	72		1000							
Libya	1026		117	910				117		117		909
Morocco	1126	3	1123		3920			334		334		
Occ. Palest. T.	146		146		3000							
Syria	14526	271	8848	5407				8913	269	8644		5613
Tunisia	135859	7950	127909	0	56700			116513	7602	103304	5407	
Turkey ³	1438	1224	215	0	100			1212	1207	5		226

Imports in 2009												
	Total imports	Imports of refined olive oil (150990)	Imports of virgin olive oil (150910)	Imports of other olive oils (1510)	Duty free import quota, refined olive oil (150990)	Duty free import quota, virgin olive oil (150910)	Duty free import quota, other olive oils (1510)	Total imports under IPRT	Imports under IPRT, refined olive oil (150990)	Imports under IPRT, virgin olive oil (150910)	Imports under IPRT, other olive oils (1510)	Imports which apparently occurred under MFN conditions
Algeria	29	13	17		1000							
Egypt*	93	4	89	0				88		88		5
Israel**	31	2	29									31
Jordan ¹	222	1	220	2	9500							
Lebanon ²	66	22	44		1000							
Libya	1564	87	1476					87	87			1477
Morocco	1996	1538	458		3920			1506	1506			
Occ. Palest. T.	146		146	0	3000							
Syria	1291	1	139	1151				121		121		1170
Tunisia	85234	3049	82184	0	56700			64286	3409	59726	1151	
Turkey ³	4713	4489	224	0	100			4569	4468	101		144

1 EU imports of refined olive oil (150990) and other olive oil (1510) from Jordan are granted quota and duty free access.

2 EU imports of refined olive oil (150990) and other olive oil (15100090) from Lebanon are granted quota and duty free access.

3 EU imports of virgin olive oil (150910) from Turkey are granted on preferential tariff of 7.5%.

Notes

* Since 1/6/2010 the EU imports of olive oil (1509 and 1510) from Egypt are granted quota and duty free access.

** Since 1/1/2010 the EU imports of refined olive oil (150990) and other olive oil (1510) from Israel are granted quota and duty free access.

Source: EU Commission, COMEXT.

Facteurs clés pour l'avenir des marchés de l'huile d'olive

Les deux facteurs les plus importants dont dépendront à notre avis les marchés de l'huile d'olive à moyen terme sont, d'une part, l'évolution de la demande et, d'autre part, l'évolution des relations entre les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement. On peut s'attendre à ce que l'augmentation de la demande se poursuive au cours des années à venir, surtout dans les pays qui ne sont pas des consommateurs traditionnels, mais aussi dans les pays consommateurs, développés ou en développement. L'augmentation de la demande s'accompagnera d'une demande plus forte en qualités d'huile différentes (ex. huile d'olive extra vierge, huile d'olive avec appellation d'origine et huile d'olive biologique). L'augmentation de la quantité et de la variété d'huiles consommées, en termes de qualité, dépendra sûrement autant de la dynamique démographique et du revenu *per capita* des différents pays, que de l'efficacité des campagnes de marketing pour la promotion de la consommation. La production augmentera aussi. Le rôle des facteurs d'approvisionnement ne doit pas être sous-estimé, même s'ils semblent moins déterminants pour les scénarii futurs que l'évolution de la demande. On peut imaginer une exception, à savoir des améliorations de la qualité des huiles d'olive produites en réponse aux exigences des consommateurs. Une production accrue dans des pays où l'huile d'olive n'est pas un produit traditionnel (comme les USA), stimulera sans doute les pays exportateurs plus qu'elle ne menacera. L'avenir des marchés de l'huile d'olive dépendra également de changements structurels dans le secteur. La concentration toujours plus forte de l'industrie de l'embouteillage et la place de plus en plus grande qu'occupent les multinationales, d'un côté, et la concentration grandissante de la vente de détail et l'importance croissante de l'huile d'olive vendue sous la marque privée du détaillant, de l'autre, induira des distorsions dans la compétitivité. Les exploitants, qui n'auront qu'un pouvoir de marché limité et bien inférieur à celui des autres acteurs, seront le maillon le plus faible de la chaîne. Pour aider les producteurs d'huile d'olive à améliorer leur pouvoir de négociation face aux autres acteurs de la chaîne, la meilleure option consisterait à promouvoir une différenciation des produits, basée sur des critères de qualité spécifiques, ainsi que des régimes de protection plus efficaces et mieux appliqués pour les indications géographiques (y compris les indications de type « pays d'origine »). De telles mesures les aideraient à obtenir une part plus juste du prix de détail de l'huile qu'ils produisent et conduiraient à un volume de ventes plus important.

ALBANIE
au Conseil
d'administration
du CIHEAM

Lors du dernier Conseil
d'administration tenu le
20 décembre 2010 à
Tunis, le Ciheam a
accueilli la nouvelle
déléguée de l'Albanie,
Madame Ariana MISHA,
Directrice du
Département de
l'intégration européenne
au ministère albanais de
l'Agriculture.

Elle succède à Monsieur
Sali METANI qui a
assuré ce mandat depuis
1991, année de
l'adhésion de l'Albanie
au CIHEAM.

Bien que les politiques nationales et les politiques commerciales jouent un rôle important dans l'évolution des marchés, elles seront moins déterminantes qu'on ne le pense souvent. La réforme de l'organisation commune du marché de l'huile d'olive avec le découplage devrait à terme induire une réduction de la production d'huile d'olive dans l'UE et une amélioration de sa qualité. Les politiques commerciales ont un impact limité sur le commerce dans le Bassin méditerranéen, puisque presque toutes les importations de l'UE sont déjà en franchise de droits. L'achèvement de la libéralisation du commerce dans la région méditerranéenne n'aura sans doute pas d'effets majeurs sur le volume des échanges d'huile d'olive. Elle débouchera plutôt sur un détournement des importations de l'UE, c'est-à-dire sur des changements au niveau du flux d'importations en provenance des différents pays méditerranéens. Pour les mêmes raisons, les négociations du cycle de Doha, si elles aboutissent, affecteront le commerce de l'huile d'olive avec les autres pays, mais elles auront peu d'impact sur le commerce intra méditerranéen. En conclusion, développement du marché, qualité, diversification et marketing seront les mots clés dans le défi que doivent relever les acteurs public et privé dans les années à venir.

Giovanni Anania et Maria Rosaria Pupo D'Andrea

Environnement et huile d'olive biologique en Grèce

Charikleia Minotou
Présidente de AgriBioMediterraneo, IFOAM, Grèce

La Grèce constitue aujourd'hui l'un des pays européens où la culture biologique de l'olivier est la plus développée. L'agriculture biologique a fait son apparition en Grèce au début des années 1980 et n'a cessé de progresser depuis. D'après les dernières données d'Eurostat, l'agriculture biologique occupe 4% des sols cultivés. Cultures permanentes, cultures arables et herbages en sont les formes les plus répandues. Située dans le Bassin méditerranéen, la Grèce privilégie les cultures adaptées au climat de la région, à savoir celles de l'olivier, de la vigne, des agrumes et des légumes. Les produits grecs tels que l'huile d'olive, les olives de table, la tapenade et les cosmétiques à base d'huile d'olive sont reconnus dans le monde entier pour leur qualité.

La Grèce est également réputée pour la qualité de son environnement. 21% de la surface totale du pays fait partie du réseau Natura 2000. Les ressources naturelles, la biodiversité et les zones protégées font partie des priorités fixées dans le cadre de la politique et de la législation environnementales grecques et européennes. L'agriculture biologique est donc le meilleur moyen de favoriser le développement rural, tout en protégeant l'environnement. Enfin le paysage méditerranéen, dont les oliveraies font partie intégrante, bénéficie depuis plusieurs décennies de fortes mesures de protection.

La culture de l'olivier en Grèce

En Grèce, le secteur de la culture biologique de l'olivier produit de l'huile d'olive, des olives de table, de la tapenade et des cosmétiques à base d'huile d'olive. L'huile d'olive, pour laquelle la Grèce est considérée comme l'une des provenances de première qualité, est cependant la raison principale de la culture de l'olivier, avant la production d'olives de table. La culture de l'olivier est partout présente en Grèce. On trouve des oliviers dans le Péloponnèse, en Crète, dans les îles Ioniennes et les îles de l'Égée, ainsi que dans la Grèce occidentale. Dotés de qualités organoleptiques et d'une teneur en polyphénols exceptionnelles, les produits de cette culture, et notamment l'huile d'olive, sont le fer de lance de l'agriculture grecque. L'olivier représente 55% des cultures biologiques pratiquées en Grèce, dont 51% pour la production d'huile d'olive et 4% pour la production d'olives de table. Selon les dernières données publiées par le ministère grec de l'Agriculture (2007), les oliveraies couvrent une surface totale de 51 992,75 ha. D'après les statistiques, on estime que 80% de cette production partent à l'exportation, les 20% restants étant écoulés sur le marché domestique. Quant aux produits biologiques consommés, ils proviennent pour 30% de la production domestique et pour 70% d'importations.

La culture biologique de l'olivier suppose une terre saine, des pratiques fondées sur le principe de l'agriculture durable, sur le respect des ressources naturelles et de la biodiversité, sur des techniques de protection des arbres respectueuses de l'environnement, ainsi que sur des procédés d'entreposage et de transformation à l'impact environnemental minimal. En Grèce, la variété d'olive la plus couramment utilisée pour la production d'huile d'olive est la variété dite *Koroneiki*, bien que l'on cultive aussi d'autres variétés dans certaines régions du pays. Pour les olives de table, les variétés les plus réputées sont celles de Kalamata et d'Amfissis. Dans les anciennes oliveraies, la densité de plantation ne dépasse guère 160 arbres /ha. Dans les exploitations plus récentes, elle peut atteindre 480 arbres /ha.

La fertilité des sols, le pourcentage de matières organiques dans la terre et la teneur en éléments nutritifs, sont les trois objectifs prioritaires du traitement des sols dans la culture biologique de l'olivier en Grèce. Une terre saine peut améliorer la productivité, ainsi que la qualité des produits. L'utilisation restreinte de machines agricoles lourdes permet d'éviter l'altération de la structure du terrain, ainsi que l'érosion des sols.

Une culture sous contraintes écologiques

Caractérisé par des températures élevées en été, de l'humidité et des pluies en automne et en hiver, le climat méditerranéen est particulièrement favorable à la culture de l'olivier. La taille des arbres, qui aère le feuillage et facilite la pénétration du soleil, permet de lutter contre un certain nombre de maladies (*Capnodium oleaginum*, *Bacterium savastanoi*, *Pollinia pollini*, *Saissetia oleae*). L'émondage permet d'éviter l'apparition de parasites et de champignons. En Grèce, la qualité et la quantité de la production dépendent essentiellement de la taille.

Des études scientifiques menées en Grèce recensent 90 espèces de champignons, 5 espèces de bactéries et 25 insectes différents, tous ennemis de l'olivier. Les plus communs et les plus nuisibles à la culture biologique de l'olivier sont les suivants : *Bactrocera oleae* (*Dacus oleae*), *Prays oleae*, *Cycloconium oleaginum*, *Capnodium elaeophilum*, *Cladosporium*, *Bacterium savastanoi*, *Verticillium albo-atrum*, *Saissetia oleae*, *Rhynchites cribripennis*, *Lytta vesicatoria* et *Otiiorhynchus cribriocolis*.

Le *Bactrocera oleae* (*Dacus oleae*), plus communément appelé la mouche de l'olive, fait généralement son apparition au début de l'été et s'installe jusqu'à la saison de la récolte. La population augmente ou diminue selon les conditions climatiques (températures, taux d'humidité). Dans certaines régions de Grèce, sans doute en raison de la configuration du terrain et du microclimat qui y règne, la mouche de l'olive peut compter jusqu'à quatre ou cinq générations. Le *dacus*, qui dégrade considérablement la qualité des olives, peut parfois détruire jusqu'à 80% de la production.

Pour lutter contre la mouche de l'olive, l'agriculture biologique en Grèce utilise différents types de pièges avec des attractifs alimentaires, des phéromones, des pyréthrinés ou des plaques de carton colorées enduites de glue. L'attractif alimentaire le plus couramment utilisé est le sel d'ammonium ou l'hydrolysat de protéines. Le moment de l'installation des pièges dépend de la région et de la population de mouches. Dans les régions côtières, où l'on recense souvent d'importantes populations de mouches, l'installation des pièges se fait dès la fin de la floraison. Dans les régions où la population d'insectes est moins importante, les oléiculteurs attendent généralement le début de la saison de la fructification. Enfin lorsque la population d'insectes est faible, la pose des pièges se fait plus tard dans la saison ou après cinq jours de contrôle permanent. Les oléiculteurs choisissent quelquefois la solution du traitement généralisé à la roténone des oliviers ou de la végétation environnante. Depuis une dizaine d'années, les exploitants coopèrent avec des universités et des centres de recherche pour tester une autre méthode consistant à lâcher des insectes utiles tels que *Opius concolor*, le *Psytallia concolor* ou *Eupelmus urozonus*. Les résultats de cette méthode expérimentale sont encore à l'étude.

Avec trois générations, le *Prays oleae* est le second grand ennemi de l'olivier en Grèce. La première apparaît au début du printemps et détruit les feuilles, la seconde s'attaque à la floraison et la troisième abîme la récolte. L'installation de plaques enduites de glue et de pièges à phéromones et le traitement par aspersion au *Bacillus thuringiensis* sont les méthodes les plus couramment utilisées. L'*Otiiorhynchus cribriocolis* est un nuisible qui ne compte qu'une génération par an. La période de la ponte se situe au début du mois de septembre et dure trois mois. Les adultes font leur apparition à la fin du mois de mai et s'installent pendant un mois. L'*Otiiorhynchus cribriocolis* est inactif durant le jour, qu'il passe abrité sous l'écorce de l'arbre et sous les branches, entre les feuilles et les fruits de l'olivier. La détérioration de la feuille est nettement visible. Taille et émondage sont souvent un remède efficace, mais dans beaucoup de régions les oléiculteurs enduisent de glue l'écorce des arbres à 50cm du sol environ. Le *Capnodium oleaginum*, souvent causé par le *Saissetia oleae* est essentiellement maîtrisé par des tailles sévères. D'autres méthodes sont toutefois couramment utilisées en Grèce, comme l'aspersion avec une solution à base de cuivre et d'extrait d'algues. Le paillis d'été ou l'utilisation d'huiles minérales ou d'huile de paraffine luttent efficacement contre le *Saissetia oleae*.

**Union
Européenne
DG Recherche**

Le Ciheam a contribué en 2010 à l'élaboration d'un rapport de prospective sur la région euro-méditerranéenne à l'horizon 2030, réalisé pour la Commission européenne sous le pilotage de la DG Recherche.

Le rapport a été présenté et discuté lors d'une conférence organisée le 16 décembre 2010 à Bruxelles, réunissant une centaine d'experts et de représentants venus de tous les pays du pourtour méditerranéen.

La consultation de ce rapport est en accès libre depuis le site de la DG Recherche : http://ec.europa.eu/research/social-sciences/events-135_en.html

Richesses des sols

Si la culture de l'olivier est la culture dominante en Grèce, c'est parce que les sols du pays contiennent souvent les éléments nutritifs dont il a besoin : azote, phosphore, potassium, bore. La fertilisation des sols se pratique généralement pendant la saison d'automne, pendant laquelle les pluies sont fréquentes. Depuis cinq ans environ, en vertu de la loi 834/2007, plusieurs types d'agents fertilisants sont autorisés. Ils peuvent être rangés dans deux catégories : les fertilisants d'usage général et les fertilisants ciblés qui visent à compenser des pénuries spécifiques (pénuries de K, N, P et CA). Les engrais verts (seigle, avoine, vesce) permettent aussi de fertiliser les oliveraies biologiques. Ils sont semés au début de l'automne et intégrés au sol au moment de la floraison. Ils peuvent être semés sur toute la surface de l'oliveraie ou en sillons entre les rangées d'arbres. Les engrais verts enrichissent le sol en azote et en améliorent la structure à travers leurs racines.

Autre méthode courante de fertilisation : le compost. Un compost bien adapté peut, non seulement enrichir le sol en azote, mais aussi augmenter sa teneur en matières organiques. Le compost est généralement fait à base de fumier, de différents résidus de transformation (du raisin, de l'olive), d'herbe, de feuilles d'oliviers, d'algues, etc. L'efficacité du compost dépend de l'équilibre de sa composition, mais aussi de l'humidité et de la température ambiante. Enfin le *mulching* ou paillage est un procédé de fertilisation très répandu, qui permet en même temps de contrôler la végétation de surface. Le motoculteur transforme branches taillées, feuilles et végétation en un paillis qui nourrit le sol, tout en le protégeant de l'érosion, de la chaleur du soleil et de la pluie.

La Grèce étant un pays où la mer est quasi omniprésente, les algues jouent également un rôle important dans la lutte contre les nuisibles, et entrent souvent dans la composition des composts destinés à fertiliser les oliveraies. Plusieurs études scientifiques montrent que les extraits d'algues renforcent les défenses de l'olivier contre les nuisibles et les maladies; l'arbre se développe mieux et donne davantage. La récolte peut commencer à la fin du mois d'octobre et aller jusqu'à la mi-janvier, selon les régions et leurs conditions climatiques, ainsi que selon les variétés. Les olives doivent être suffisamment mûres pour que l'acidité reste faible. La qualité du produit dépend encore de nombreux facteurs : techniques de récolte, entreposage, temps écoulé entre la récolte et la transformation. La transformation au moulin à huile est le dernier maillon de la chaîne de production de l'huile d'olive. L'huile d'olive biologique grecque est produite dans des moulins certifiés qui pressent à une température de 25°, utilisent deux ou trois décanteurs et respectent l'environnement.

La culture biologique de l'olivier, secteur responsable pour le futur

La Grèce est un pays méditerranéen typique au paysage traditionnel, où les oliviers sont cultivés dans des zones semi montagneuses ou côtières. Le paysage grec est réputé dans le monde depuis l'Antiquité. L'olivier fait partie intégrante de l'histoire et de la civilisation du pays. Il est aussi indissociablement lié à ses écosystèmes. La protection de l'environnement, qui fait l'objet d'un cadre législatif ad hoc, est une priorité. La culture biologique de l'olivier et, plus généralement, l'agriculture biologique contribuent à la protection effective de l'environnement en respectant les ressources naturelles (eau, sols, énergie et air), en maintenant les écosystèmes naturels, en protégeant la biodiversité et les habitats et en réduisant le phénomène du changement climatique. L'agriculture biologique et la culture de l'olivier comportent enfin une forte dimension sociale : elles bénéficient aux communautés locales et aux produits traditionnels et favorisent un développement rural durable.

Charikleia Minotou

Chine : un marché émergent pour l'oléiculture

Yvette Lazzeri
Enseignant-chercheur, Université Paul Cézanne, Aix en Provence

L'olivier a façonné, au fil des millénaires, les paysages, l'histoire, la culture et la gastronomie du bassin méditerranéen, qui reste toujours sa terre de prédilection avec 80% des plantations mondiales, mais aussi le cœur productif et commercial de l'huile d'olive (près de 80% de la production et de la consommation mondiale). Cependant, la filière oléicole connaît des bouleversements majeurs, depuis deux décennies : diminution quasi générale de la consommation par habitant dans les pays méditerranéens alors qu'elle augmente dans les autres pays (Etats-Unis, Australie, Canada, Suisse, pour les plus significatifs) ; émergence de nouveaux pays producteurs : l'Argentine et l'Australie se placent respectivement en 11^{ème} et 13^{ème} position des producteurs d'huile d'olive dans le monde ; développement de la concurrence dans tous les marchés (grande consommation et niches) ; diversification des produits, amélioration de la qualité...

Dans ce paysage en mutation, une attention particulière doit être portée à la Chine qui peut constituer une cible intéressante pour l'industrie oléicole méditerranéenne. Sa dimension démographique, les changements de comportement alimentaire sous l'effet de l'amélioration des conditions de vie, de l'ouverture de l'économie à l'international, de l'accès aux voyages... ainsi que l'engouement récent des chinois pour l'huile d'olive en font un marché aux grandes potentialités et déjà une zone de commercialisation qui compte sur le marché oléicole international.

Son salon annuel « Oil China » organisé à Shanghai depuis 2004, est présenté comme la « vitrine pour l'industrie oléicole mondiale » et serait en train de devenir la porte d'accès pour les entreprises qui souhaitent pénétrer ce marché en pleine croissance. En 2010, le salon a attiré de nombreux pays producteurs (Espagne, Portugal, Grèce, Jordanie, Tunisie, Australie), mais également des opérateurs chinois et ceux des pays limitrophes. L'organisation du concours international « Olive Asia » dans le cadre du SIAL China à Shanghai confirme l'intérêt porté par la Chine à l'huile d'olive. Si l'Italie, prix du « Golden Olives » 2009 et 2010, se dispute avec l'Espagne les premières places, la Grèce, le Portugal, la France occupent des positions honorables. Le concours révèle aussi l'ascension des nouveaux producteurs que sont le Chili et l'Australie, dont les huiles obtiennent des mentions.

Références bibliographiques

- AFIDOL, rapport, 2009.
- Benhayoun, G., Lazzeri, Y., L'Olivier en Méditerranée : du symbole à l'économie, Paris, 2007.
- Report : Olive oil consumption in China, 2009, cf. www.eoliveoil.com
- AFC Management Consulting AG and Far Eastern Limited, Study on the promotion of consumption of olive oil and table olives in China, COI, 2010.

L'huile d'olive en Chine : un engouement certain mais une place encore marginale

L'huile d'olive est de plus en plus prisée par les chinois. Ses vertus nutritives et ses bienfaits reconnus pour la santé (prévention du diabète, des maladies coronariennes et cardio-vasculaires, du cancer, de l'ostéoporose), la rendent de plus en plus populaire auprès d'une population au pouvoir d'achat important, que ce soit pour sa consommation personnelle (60%) ou pour offrir (40%). La qualité et la marque sont les facteurs décisifs de l'acte d'achat pour la clientèle aisée. Cela explique que la demande porte pour l'essentiel sur l'huile d'olive extra vierge (67% de la consommation en 2009), loin devant l'huile d'olive vierge (27%) et l'huile de grignons d'olive (5%). Les standards chinois (Administration générale de supervision de la qualité) distinguent :

- L'huile d'olive (HO) : HO extra vierge ; HO vierge de qualité moyenne ; HO vierge lampante ; HO raffinée ; Huile d'olive (mélange)
- L'huile de grignons d'olive (HGO) : HGO brute ; HGO raffinée ; Huile de grignons d'olive (mélange).

Parmi les ambassadeurs de l'huile d'olive en Chine, il faut citer les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie haut de gamme. A Beijing, Shanghai et Guangzhou, les restaurants méditerranéens et gastronomiques ou les hôtels cinq étoiles n'utilisent que de l'huile d'olive extra vierge, principalement importée d'Espagne ou d'Italie. Cependant, si les ventes en volume d'huile d'olive s'accroissent à un rythme élevé (35% en moyenne par an de 2004 à 2008), sa place reste encore très marginale parmi les autres huiles. Avec 10 000 tonnes d'huile d'olive consommées en 2008, contre 25 millions de tonnes d'huile comestible, le marché de l'huile d'olive ne représente que 0,04% du total des huiles (3% dans le monde). A cela, plusieurs raisons peuvent être avancées. La production domestique est très faible, l'huile d'olive en vente dans le pays est importée et donc beaucoup plus chère que l'huile végétale. Pour un produit considéré basique, le prix élevé (10 fois supérieur à celui des autres huiles végétales) est dissuasif pour les particuliers aux revenus modestes et les restaurateurs chinois. Par ailleurs, l'huile d'olive est encore largement méconnue en Chine, sa consommation ne répond pas aux habitudes de la population qui utilise l'huile seulement pour la cuisson. Sa vente dans les supermarchés est récente (moins de 5 ans) et sa consommation reste essentiellement limitée à quelques grandes villes (90% sont écoulés à Beijing, Shanghai, Guangzhou et Tianjin). Enfin, les consommateurs sensibles à ses vertus ne sont pas encore en mesure de faire la distinction entre les différentes qualités d'huile d'olive, réclamant une réglementation sur l'étiquetage de l'huile importée (qualité, pays, terroirs, appellations). Dans les commerces, des huiles d'olive mélangées côtoient les huiles d'olive vierge ou extra vierge. La date d'expiration est modifiée au transfert des conteneurs de grande en petite quantité. De plus, la mention « Huile de grignons d'olive » n'apparaît jamais sur le marché chinois, ce qui laisse craindre aux experts que cette huile est reconditionnée comme de l'huile d'olive. Si le marché chinois est le plus gros consommateur d'huile végétale (pour l'essentiel, soja, palme, arachide, tournesol), par contre la consommation par habitant (15 kg en 2008) est faible en regard de la moyenne mondiale (20 kg). Elle évolue rapidement (10% par an de 2002 à 2006), laissant présager une consommation de 30 millions de tonnes en 2015. Si l'huile de soja et l'huile de palme restent ancrées dans les habitudes de consommation, l'huile d'olive peut trouver sa place dans cette dynamique, sous réserve de maintenir un haut niveau de qualité et de pratiquer des prix abordables. Les prévisions de consommation d'huile d'olive réalisées par la Chine vont dans ce sens, avec 65 000 tonnes en 2012, soit une multiplication par 6 depuis 2008. Le marché chinois est donc une opportunité pour l'expansion du commerce de l'huile d'olive.

L'huile d'olive en Chine : un marché d'importation

Les premiers oliviers ont été introduits en Chine en 1964. Après des essais infructueux dans la province subtropicale du Yunnan, des oliveraies se développent avec succès dans le sud de la province du Gansu, qui constitue aujourd'hui le haut lieu de la culture de l'olivier du pays. La surface cultivée en oliviers est actuellement de 20 000 hectares (0,2% de la surface mondiale plantée). Les arbres donnent en général peu de fruits, en moyenne 1 ou 2 kg d'olives par an, et jamais au-delà de 20kg (on compte 15 à 50 kg d'olives par arbre et par an en Méditerranée). La production du pays est donc faible, elle se situe autour de 20 tonnes par an depuis les années 2000, et elle est majoritairement consommée localement. Une aide d'un million de dollars US a été accordée par l'Etat pour favoriser la plantation d'oliviers dans cette province de l'ouest. Toutefois, un déploiement de la culture de l'olivier à l'échelle du pays ne semble pas réalisable, en raison des conditions géographiques peu favorables mais aussi du manque de compétence professionnelle et de la faiblesse des moyens technologiques et financiers.

Compte tenu de la demande intérieure grandissante et d'une production domestique faible, la Chine est et restera encore longtemps un marché d'importation (98% de l'huile d'olive consommée est aujourd'hui importée). Elle est principalement distribuée dans les provinces du Sichuan, Gansu, Shanxi, Yunnan. Les importations en volume s'accroissent à un rythme particulièrement élevé (moins de 400 tonnes en 2001, plus de 10 000 t en 2008, soit près de 60% en moyenne annuelle [Etude COI, 2010]). Les dernières prévisions d'importation, suivant celles de la demande, s'élèvent pour 2012 à près de 63 000 tonnes. Les plus optimistes vont jusqu'à 100 000 tonnes par an d'ici 2015. Depuis 2005, la demande porte essentiellement sur l'huile d'olive extra vierge (70% des importations d'huile d'olive en 2008).

Un positionnement croissant de quelques pays méditerranéens

Trois pays sont leaders sur le marché chinois : l'Espagne (40% des importations chinoises), l'Italie (30%) et la Grèce (20%). La Turquie, la Tunisie et la France se partagent le reliquat. L'Espagne domine très largement le marché et entend bien le rester. Sur les 86 marques d'huile d'olive vendues en Chine, sept ont une présence constante dont quatre sont espagnoles. Des efforts de marketing sont réalisés par les producteurs espagnols avec le soutien financier et administratif du gouvernement central espagnol (promotion d'une « Huile d'olive d'Espagne » sur site web...). En 2010, dans le cadre d'un programme d'investissement et de plusieurs accords commerciaux avec la Chine, la Grèce a signé un accord commercial pour la fourniture d'huile d'olive. Par ailleurs, la Tunisie compte faire de la Chine son grand marché d'exportation d'huile d'olive, avec l'installation en 2010 à Jiangsu (près de Shanghai) d'une usine de mise en bouteille d'huile d'olive tunisienne extra vierge. Des services marketing se déploient pour procéder aux développements nécessaires en marques, packaging, stratégies de lancement et campagnes de communication.

Qualité du produit et communication : deux éléments majeurs pour atteindre la confiance du consommateur chinois

La qualité est un facteur déterminant pour faire progresser la consommation. La notoriété de l'huile d'olive en tant que produit de qualité et la mise en place d'une stratégie de qualité (étiquetage clair et précis sur le produit ; indication de la date limite de consommation ; Appellation d'Origine Protégée ; produits issus de l'agriculture biologique...) sont fondamentales mais ne sauraient suffire, pour les pays méditerranéens, à pénétrer massivement le marché chinois, d'autant que l'Australie est en train de devenir un concurrent sérieux sur le haut de gamme. Des efforts de communication conséquents doivent être réalisés pour porter à connaissance l'huile d'olive méditerranéenne en Chine et pour attirer la curiosité des chinois, en demande de produits nouveaux. Il s'agit de mettre en avant les atouts de l'huile d'olive méditerranéenne, aux yeux des importateurs comme du grand public, en se positionnant sur le créneau santé mais pas seulement, car certaines huiles végétales, souvent moins chères que l'huile d'olive, émergent sur ce marché (huile de canola aux Etats-Unis et au Canada). Il faut aussi communiquer sur l'olivier et sa culture, la saveur de l'huile d'olive, ses applications dans la cuisine chinoise, les appellations, les millésimes, les variétés, le terroir. Il s'agit enfin pour les pays méditerranéens d'éviter la banalisation, en amenant de nouveaux produits à base d'huile d'olive (tapenade, chocolat...) et en créant de nouvelles saveurs (huiles aromatisées).

La concentration des actions sur le marché chinois de l'huile d'olive se situe aujourd'hui sur le haut de gamme, segment sur lequel les pays méditerranéens peuvent justifier d'une expertise et d'une crédibilité, mais cette orientation cible une clientèle aisée. Le marché alimentaire chinois est dicté par les prix. Le prix élevé de l'huile d'olive combiné à un euro fort pour les pays méditerranéens européens, tendent à marginaliser l'huile d'olive considérée comme un produit de base et à ce titre jugée trop onéreuse par rapport aux autres huiles végétales. La perspective de pénétrer davantage le marché chinois, impose un conditionnement du produit avec davantage de visibilité sur la qualité, une information sur ses vertus mais aussi des niveaux de prix revus à la baisse au stade du détail.

Yvette Lazzeri

« *L'Olio del Libano* » : activités, résultats et perspectives du projet

Enrico Azzone, Biagio Di Terlizzi, Eustachio Dubla

CIHEAM - IAM Bari

Le soutien social et économique aux familles de producteurs dans les régions oléicoles qui restent marginales au Liban, également désigné sous le titre du projet « *L'Olio del Libano* », fut mis en place par le CIHEAM-IAM Bari en partenariat avec le ministère de l'agriculture libanais et il fut financé par la coopération italienne. L'objectif général du projet « *L'Olio del Libano* » est d'améliorer la situation économique des producteurs d'olives libanais, grâce à des actions de soutien de l'industrie de l'olive, au niveau de l'agronomie et de l'environnement, ainsi qu'au niveau de la promotion et du développement de ressources humaines et de production. Les objectifs spécifiques sont de soutenir des producteurs d'olives individuels afin d'augmenter la quantité de leur production et d'améliorer la qualité tout en préservant l'environnement et en diminuant les coûts de production. Il s'agit aussi de renforcer et de stimuler les activités de planification et de gestion des groupes/coopératives d'olives de producteurs spécifiques existants dans les régions oléicoles pauvres du Liban, grâce à la formation, au soutien technique et aux subventions en moyens techniques, mais également de promouvoir les produits et les sous-produits de l'industrie oléicole en assurant la vente de la production. Les domaines identifiés par le projet sont les zones sélectionnées sur la base de critères sociaux et économiques ainsi que sur des indicateurs liés aux revenus (plan des conditions de vie, PNUD, 1998) : Cazas of Akkar, Dannieh-Minieh, Zgharta-Bcharre, Hermel, Rachaya al Wadi, West Bekaa, Marjayoun, Hasbaya, Tyr, Nabatieh et Bent Jbeil. Les activités du projet ont débuté en avril 2009 et elles dureront 3 ans.

Problèmes à résoudre dans l'oléiculture

La chaîne de production de l'huile d'olive est un secteur important de la tradition agricole du Liban mais elle se déroule actuellement au niveau domestique et elle a besoin d'une modernisation. L'industrie et les producteurs du secteur de l'huile d'olive au Liban souffrent d'une multitude de problèmes qui limitent leur potentiel. En particulier, l'efficacité de toute la zone est limitée par le manque d'équipements et d'organisations, publics ou privés, proprement organisés et qui pourraient offrir des services aux opérateurs, aider le processus de production sur le terrain, la récolte et les procédés de production des produits ainsi que le marketing. Etant donné le besoin de réduire les coûts de production, qui sont la conséquence de mauvais choix adoptés lors de la culture des oliveraies, la production se voit réduite, tout comme la qualité, ce qui ne permet pas de promouvoir l'organisation et le développement d'une industrie de traitement appropriée, qui reste organisée au niveau domestique et à l'aide de technologies et techniques obsolètes. Les familles vivant dans les régions oléicoles rurales et marginales ne profitent d'aucun revenu de la vente des produits de toute la chaîne alimentaire. Brièvement, voici les problèmes principaux qui ont été repérés à différents niveaux de la chaîne :

- le manque de capacité technique et de gestion financière des coopératives agricoles;
- les jeunes ne travaillent pas dans les oliveraies et le manque de main-d'œuvre qualifiée et active entraîne l'abandon des oliveraies et des difficultés pour les producteurs agricoles à trouver de la main-d'œuvre qualifiée à un prix raisonnable;
- les impacts négatifs sur l'environnement, causés par l'exploitation partielle des produits et des sous-produits, les mauvaises habitudes de brûler les restes des oliviers à même le sol, l'incinération du marc séché, le rejet des eaux utilisées, l'utilisation exclusive d'engrais chimiques due au coût élevé du fumier;
- le manque d'informations et de formation à tous les niveaux de la chaîne;
- la faible quantité/qualité des produits avec des coûts de production élevés, dus à l'absence de connaissance de base des techniques de production;
- la faible mécanisation, le manque d'irrigation et l'entretien des systèmes et des techniques culturales obsolètes, dus au manque de soutien technique et de motivation des producteurs agricoles;
- le manque de systèmes de prêts pour soutenir les producteurs et les coopératives d'olives et d'huile d'olive ;
- le manque de personnel spécialisé à tous les niveaux (émondage, greffage, récolte, marketing et soutien technique) dans les coopératives ;
- le manque de connaissance des techniques de base de traitement des olives, de stockage et de conservation de l'huile d'olive;
- le travail des femmes en milieu rural n'est pas reconnu et elles ne sont appelées que pour la récolte des olives ;
- le manque de connaissance de marketing pour promouvoir proprement les produits des coopératives ;
- les consommateurs ne connaissent pas les valeurs nutritionnelles et les bienfaits sur la santé de l'huile d'olive extra vierge.

Indicateurs en ligne

En janvier 2011, le CIHEAM a mis en ligne une série de statistiques utiles au suivi et à l'analyse des questions agricoles et alimentaires en Méditerranée.

Ces données ont été mises à jour autant que faire se peut pour les 13 pays membres du Ciheam.

Cette rubrique de notre Observatoire est divisée en 6 groupes thématiques (Economie agricole, Production agricole, Sécurité alimentaire, Environnement, Démographie et Société, Economie générale).

www.ciheam.org

Pour répondre à ces problèmes, le gouvernement libanais, par l'intermédiaire du ministère de l'agriculture, a lancé un forum avec les partenaires sociaux et les institutions afin de définir les lignes d'action pour améliorer les conditions de vie des populations dans les zones oléicoles. A la suite de cet accord, le gouvernement libanais a demandé l'assistance technique du CIHEAM-IAM Bari pour l'élaboration et la mise en place du projet. Le CIHEAM-IAMB a préparé un Plan de Travail Global avec une approche se basant sur la collaboration étroite entre les opérateurs privés locaux, les propriétaires, les coopératives, les municipalités locales, les consultants italiens et les experts du ministère de l'agriculture du Liban.

Dans le cadre de cette stratégie, le plan établit des activités destinées à la promotion des produits et des sous-produits de l'huile d'olive, l'assistance technique et la formation avec l'introduction des Bonnes Pratiques Agricoles (BPA ; comme l'émondage des oliviers, les engrais, l'irrigation, lorsque cela est possible et économiquement faisable, la récolte et l'après-récolte, la gestion des sous-produits), la gestion d'un terrain d'exposition, l'analyse et la réduction des coûts par terrain et les aptitudes marketing et publicitaires.

Les principales activités du projet et les solutions apportées

Pendant la première moitié du projet, de multiples activités ont été mises en place pour obtenir les résultats escomptés. Pour accroître la quantité et la qualité de l'huile d'olive, les principales actions suivantes furent mises en place:

- 17 techniciens libanais furent sélectionnés et formés en Italie, au siège de l'IAM Bari, au cours de 3 cycles de stages théoriques et pratiques. Par ailleurs, plus de 70 formations furent réalisées au Liban par des experts italiens en charge de l'émondage, de la récolte, des pépinières d'oliviers, de la lutte intégrée contre les organismes nuisibles, des BPA, des tableaux de classification d'olives et des savons ;
- 15 terrains de démonstration furent sélectionnés et gérés pour surveiller les principaux organismes nuisibles et les maladies de l'olivier et pour appliquer la méthode de production appropriée (BPA, lutte intégrée contre les organismes nuisibles, biologique);
- les résultats des enquêtes périodiques furent analysés et communiqués dans le Bulletin Phytosanitaire, publication hebdomadaire du service de développement régional, sous l'égide du ministère de l'agriculture et envoyé à tous les acteurs concernés dans les zones cibles. De plus un bulletin de BPA est publié mensuellement ;
- 5000 brochures techniques sur les BPA pour l'olive et l'industrie de l'huile d'olive » furent produites et distribuées pour le projet ;
- 5000 calendriers basés sur les BPA furent élaborés et distribués pour le projet ;
- en partenariat avec l'UNACOMA, nous avons organisé en 2009 et 2010 les « journées de démonstration de la technologie italienne des machines de récolte et d'émondage » ;
- 52 projets multisectoriels, conçus par un nombre équivalent de coopératives et de groupes d'agriculteurs, travaillant dans un domaine d'intérêt spécifique, furent cofinancés pour diffuser les produits et les procédés d'innovation dans les secteurs de l'olive et de l'huile.

Pour réduire la pollution de l'environnement causée par les sous-produits des huileries de traitement, le projet a mis en place des initiatives pilotes pour une utilisation écologique du compost et un recyclage de l'eau usée pour les sols des oliveraies. Afin de promouvoir l'huile d'olive extra vierge et de renforcer le marketing dans le secteur de l'huile d'olive et de la culture des olives, le projet a mis en place un plan marketing pour les coopératives impliquées dans ce projet et il a permis la participation à des foires et des événements nationaux. De plus, le label « L'Olio del Libano » fut officiellement enregistré par le ministère de l'agriculture afin d'établir auprès des coopératives, des normes internationales de qualité pour la production de l'huile d'olive. Afin de renforcer une prise de conscience sur les aliments à base d'olive et sur les propriétés pour la santé de l'huile d'olive de qualité, des stands et des échantillons de dégustation furent mis en place lors d'expositions et de foires et 500 packs promotionnels avec 3 bouteilles d'huile d'olive extra vierge de 500ml de trois différentes régions ciblées par le projet furent produits et distribués en 2009 et 2010.

En partenariat avec le CNRS du Liban, le projet a permis par ailleurs de réaliser une nouvelle carte de l'olive du Liban à haute résolution (échelle 1 :10 000), afin de vérifier la structure actuelle des oliveraies, et qui peut servir d'outil d'évaluation pour la décision que le ministère de l'agriculture serait amené à prendre concernant ce secteur. Ensuite le projet s'est concentré sur la promotion d'un tableau institutionnel pour la préparation des lignes directrices de la culture biologique de l'olive, la régulation sur la réutilisation des eaux usées, le contrôle qualité des huileries et l'indication géographique locale pour l'utilisation des zones géographiques de l'olive. Des conférences de presse, des groupes de travail nationaux, des brochures, des feuilles d'informations et un site internet sont les outils qui furent utilisés pour la diffusion des activités du projet.

Impact du projet

Les activités sur le terrain, la diffusion, l'assistance technique quotidienne et le dialogue permanent entre les agriculteurs et les techniciens du projet ont permis de développer la confiance nécessaire à l'introduction des innovations apportées par le projet dans toute la chaîne alimentaire de l'huile d'olive. L'émondage, la distribution des eaux usées vers les oliveraies, la réutilisation du marc pour le compostage, la récolte appropriée (à l'aide de moissonneuses mécaniques, de grues et filets en plastique), le contrôle qualité de l'huile, la formation sur la gestion des huileries, les tables de traitement des olives et la production de savon ont permis d'accroître la prise de conscience des producteurs quant à l'importance de prendre soin de chaque étape de la chaîne afin d'obtenir un produit de haute qualité.

Etant donné l'impact positif sur les zones participantes au projet, le ministère de l'agriculture libanais a demandé une extension du territoire concerné, permettant d'étendre les activités à d'autres provinces du Liban. De plus, lors des foires et des événements concernant les bienfaits sanitaires de l'huile d'olive extra vierge, l'équipe technique du projet a organisé et mené de nombreuses activités de promotion et de prise de conscience sur l'huile d'olive extra vierge en présentant les propriétés organoleptiques et les aspects nutritionnels aux centaines de visiteurs. Pour conclure, le projet « L'Olio del Libano » a permis de démarrer un processus de changement agricole et social pour atteindre les objectifs d'une amélioration complète des cultures, de la gestion et des productions locales de la chaîne alimentaire de l'huile d'olive, passant de zones marginalisées à toutes les zones de culture des olives au Liban.

Enrico Azzone, Biagio Di Terlizzi, Eustachio Dubla

Espagne : chaîne de valeur et formation des prix de l'huile d'olive

José Miguel Herrero Velasco

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Espagne

Un des objectifs que s'est fixés le Ministère de l'Environnement, du Milieu rural et marin (MARM) en Espagne est de favoriser la transparence en menant des enquêtes sur la formation des prix tout au long de la chaîne de valeur. Pour ce faire, l'Observatoire des Prix des Aliments, avec le soutien de la réunion plénière, s'est engagé à étudier les chaînes de valeur et le processus de formation des prix de 38 denrées alimentaires. Le but recherché est, avec la collaboration de tous les acteurs, de mieux connaître la chaîne pour l'améliorer. L'idée est de faire en sorte que chacun se familiarise avec les activités des autres intervenants pour être ainsi en mesure de parvenir à une plus grande efficacité dans son propre domaine.

Sur les années 2009 et 2010 ont été menées 20 études de chaînes de valeur pour les aliments suivants : fruits et légumes frais (agrumes, pomme, poire et banane ; tomate, poivron et courgette ; pomme de terre et carotte), viande (ovine, bovine, porcine, poulet et lapin), lait, pain, œufs et huile d'olive. Sont en cours les études des produits de la pêche et de l'aquaculture, qui seront disponibles en 2010 et 2011. Il s'agit d'études pionnières à l'échelle européenne. Ce sont des études descriptives où sont identifiées et analysées les configurations principales de la chaîne de valeur de chaque filière, les activités de base à chacune des étapes de la chaîne et les principaux agents qui interviennent ainsi que leurs interactions.

En dernier lieu, la structure des prix est construite à partir de l'information fournie par la filière sur les coûts et les bénéfices à chaque étape. Cette information provenant de différentes sources est croisée et contrastée pour limiter d'éventuelles incohérences au travers d'un traitement itératif. Le propos de ces études n'est pas de mener une analyse statistique sur les recettes, les coûts et les bénéfices des différents acteurs qui interviennent tout au long de la chaîne. Pour ce qui est de tirer des conclusions concernant une filière, il faut tenir compte que l'information concerne uniquement les produits, les variétés et les périodes objet de cette analyse.

L'étude de la chaîne de valeur de l'huile d'olive porte sur deux produits précis, choisis pour être les plus représentatifs en matière de consommation intérieure : Huile d'Olive Vierge Extra (HOVE) et Huile d'Olive - composée exclusivement d'huile d'olive raffinée et d'huile d'olive vierge (HO), dont la part respective dans la consommation totale d'huile d'olive des foyers est de 35% et 64%.

Ces deux produits présentent des différences quant à leur processus d'élaboration entraînant des conséquences directes sur la structure des coûts et des prix, ce qui nous a amenés à étudier deux chaînes de valeur indépendantes : La chaîne de valeur de l'HOVE présentée sous bouteille plastique transparente PET de 1 litre et 5 litres et bouteille en verre \leq 1 litre. Et la chaîne de valeur de l'HO présentée sous bouteille plastique transparente PET de 1 litre et 5 litres. La période de référence pour les phases de production et de transformation choisie est celle entre le 1er novembre 2007 et le 31 octobre 2008, car c'est la dernière campagne pour laquelle des données complètes sur les coûts et les prix sont disponibles. Par contre, pour la phase de la distribution, les données de prix concernent le deuxième semestre de l'année 2008, puisque c'est sur cette période qu'a été effectuée la commercialisation des huiles produites lors de la campagne 2007-2008. Les entretiens menés auprès des acteurs qui interviennent à chaque étape des différentes chaînes de valeur ont permis de dégager les éléments suivants.

Caractéristiques et tendances de la filière

Campagne 2007-2008

En 2007, la surface oléicole espagnole consacrée à la production d'huile d'olive a été de 2 221 300 hectares. Entre 2003 et 2006 cette surface s'est accrue de près de 3%, mais elle tend maintenant à se stabiliser. Dans les oliveraies espagnoles, les variétés d'olives pour huileries sont nombreuses, les suivantes étant parmi les plus représentatives : Picual, Hojiblanca, Cornicabra, Arbequina, Lechín, Verdial de Badajoz, Empeltre, Carrasqueña, Blanqueta et Farga. Pour la campagne 2007-2008 la production espagnole d'huile d'olive se situe à 1 236 100 tonnes, le rendement moyen huile/olives étant de 21%. Il s'agit donc d'une production moyenne voire haute au regard de la tendance productive espagnole des quinze dernières années. L'Espagne est le premier producteur mondial d'huile d'olive, d'après les chiffres de la campagne 2007-2008, suivi par l'Italie et la Grèce. Ce pays occupe par conséquent également le premier rang à l'échelle de l'U.E., sa part y étant de 60% de la production totale, devant l'Italie avec 23% et la Grèce avec 15%. Pour la campagne 2007-2008 l'Espagne a commercialisé 1 195 000 tonnes d'huile d'olive, le plus fort niveau depuis 2003-2004 (1 260 000 t), ce qui donne une moyenne mensuelle de presque 100 000 tonnes.

L'Espagne est fondamentalement un pays exportateur d'huile d'olive, les 662 850 tonnes écoulées sur les marchés extérieurs lors de la campagne 2007/2008 représentant un record historique. Premier exportateur mondial, ce pays achemine près de 80% du volume total de ses exportations vers les États de l'U.E. Les importations totales d'huile d'olive ont été de 59 700 tonnes pour la campagne 2007-2008. L'approvisionnement en provenance de pays de l'U.E. représente 35%, l'Italie à elle seule fournissant 14% du total. À souligner que les produits importés d'Italie sont conditionnés. Un autre fait notable est que sur la période envisagée la part des ventes sous marque du distributeur (MDD) est de 44% pour l'HOVE (hypermarchés 28% et supermarchés 54%) et de 57% pour l'HO (avec des pourcentages similaires pour les deux types d'établissements).

Campagne 2008-2009

En 2008, la surface oléicole espagnole en production a été de 1 860 000 hectares, en baisse d'environ 16% par rapport à 2007. Pour la campagne 2008-2009, l'offre était de presque 1 400 000 tonnes d'huile d'olive en Espagne, un chiffre moyen et en tout cas inférieur de 8% à celui de la campagne précédente. Cette offre était formée par des stocks de report plutôt importants (325 000 tonnes) qui ont excessivement pesé lors du démarrage de la campagne, toutefois bientôt rééquilibrés par une production de 1 030 000 tonnes, donc nettement inférieure aux prévisions initiales, et par l'importation de 40 600 tonnes, le niveau le plus faible des cinq dernières années. En effet, la production réellement obtenue lors de cette campagne a été de seulement 1 030 000 tonnes, un niveau estimé moyen/faible au regard des tendances productives de l'Espagne sur les quinze dernières années. Lors de la campagne 2008-2009, la commercialisation a été de 1 189 900 tonnes, donc pratiquement égale à celle de la campagne précédente et aussi l'une des plus importantes en termes de ventes (historiquement, la troisième par ordre de grandeur). De même l'exportation de 659 000 tonnes est un fait majeur, car rejoignant presque le record de la campagne précédente ; ce chiffre est à nouveau supérieur à la consommation intérieure qui se situe à 530 900 tonnes, ainsi en légère hausse par rapport à la campagne précédente. Avec des exportations à hauteur de 659 000 tonnes, la campagne 2008-2009 se situe légèrement en dessous du record historique de 665 000 tonnes exportées en 2007-2008, pour se positionner comme la deuxième de l'histoire par ordre de grandeur. La destination principale de l'huile exportée lors de cette campagne a été l'Italie, avec une part de 48% du total et principalement en vrac, tandis que 31% ont été acheminés vers d'autres États membres. Par conséquent, pour cette campagne, les exportations intracommunautaires représentent presque 80% du commerce espagnol à l'exportation. Parmi les débouchés non U.E. figurent notamment les États-Unis, le Japon et l'Australie. Les importations ont été de seulement 40 600 tonnes, ainsi nettement inférieures aux autres campagnes des cinq dernières années.

Salon international de l'agriculture de Paris

Le CIHEAM a participé à plusieurs événements dans le cadre du salon international de l'agriculture à Paris.

D'abord, en participant au séminaire sur « la sécurité alimentaire et les nouvelles approches des filières agricoles », organisé par FranceAgriMer le lundi 21 février 2011, et à celui sur le développement de l'agriculture biologique le 23 février que l'Agence Bio en France a proposé. Ensuite en étant convié dans plusieurs débats d'actualité liés à la situation alimentaire mondiale et régionale euro-méditerranéenne.

ARIMNet

Le 2 février 2011, le comité d'organisation d'ARIMNet s'est réuni à Rome pour discuter les résultats de la conférence des porteurs d'enjeu tenue à Palma de Majorque les 28 et 29 octobre 2010 lors de laquelle furent évoqués les futurs projets de coopération dans le domaine de la recherche agricole en Méditerranée.

Le comité a adopté le rapport élaboré sur le mapping et l'analyse des programmes de recherche ainsi que sur les obstacles qui pourraient entraver une future coopération.

La discussion portait également sur les modalités et moyens à mettre en œuvre pour lancer des appels transnationaux sur les trois axes prioritaires identifiés par la conférence de Palma :

- (i) la production agricole dans un contexte de contraintes écologiques croissantes, (ii) les produits agricoles méditerranéens à haute valeur ajoutée, (iii) la gestion des ressources naturelles agricoles et services environnementaux.

www.arimnet.net

Pour l'année 2009, les foyers espagnols ont consommé près de 449,5 millions de litres d'huile d'olive et ont dépensé en contrepartie 1 145,6 millions d'euros. En termes de consommation par habitant, ceci équivaut à 9,83 litres et 25,05 euros dépensés. L'huile d'olive non vierge (6,44 litres par habitant et par an) est la plus consommée, suivie par l'huile d'olive vierge (3,39 litres par tête). En termes de dépense, la part de l'huile d'olive non vierge est de 61,1%, avec 15,3 euros dépensés au total par habitant, tandis que l'huile d'olive vierge se situe à 38,9% et 9,75 euros par tête. Quant au lieu d'achat, en 2009 les foyers ont eu recours majoritairement, pour acheter l'huile d'olive, aux supermarchés (53% de parts de marché). L'hypermarché atteint pour ces produits une part de 30,9%, tandis que les établissements spécialisés concentrent 3% des achats. Les coopératives représentent 2,6%, l'autoconsommation 1,8% et les autres formes commerciales prennent les 8,7% restants.

Description de la chaîne de valeur et structure des coûts et des prix dans la chaîne de valeur

La chaîne de valeur de l'huile d'olive comporte trois phases auxquelles participent divers acteurs ayant un fort degré de spécialisation. Les olives produites sont transportées des champs aux moulins, où se déroule le processus d'extraction de l'huile d'olive vierge. Cette huile peut être directement mise en contenant, dans le cas de l'huile d'olive vierge (propre à la consommation), ou bien être vendue aux raffineries, qui la transforment en huile d'olive raffinée. Ce que l'on appelle huile d'olive est le résultat d'un assemblage d'huile d'olive raffinée et d'huile d'olive vierge selon des proportions variables.

La phase de la production (oléiculteurs)

Les oléiculteurs sont des agriculteurs, indépendants ou regroupés au sein d'entités associatives (Coopératives ou Sociétés Agricoles de Transformation, S.A.T.), qui cultivent, récoltent et transportent les olives jusqu'à l'huilerie. Cette dernière réalise les processus de broyage et d'extraction de l'huile. Quant aux formes d'exploitation et de culture de l'olivier, il existe en Espagne trois modalités : la culture traditionnelle ou extensive, la culture intensive et la culture superintensive. Le premier type de culture est prédominant dans les zones à tradition oléicole et se fait généralement en pluvial. La densité de plantation est d'environ 80-120 arbres/ha (avec un ou plusieurs pieds) et, en fonction de la possibilité de mécanisation de la récolte, une distinction peut être établie entre l'olivieraie traditionnelle mécanisable et l'olivieraie traditionnelle non mécanisable. Cette dernière modalité entraîne en général des coûts élevés.

Dans les systèmes de culture intensive, toujours pratiquée sur de meilleurs sols et faisant appel à l'irrigation, la densité de plantation se situe aux alentours de 200-400 arbres/ha, tandis qu'en superintensif (ou "en haie") plus de 800 arbres sont plantés par hectare. Ces systèmes constituent ce qu'il est convenu d'appeler la "nouvelle oliviculture". Les objectifs poursuivis par les systèmes de culture intensive (c.a.d. en intensif ou superintensif) sont une meilleure productivité par hectare et la réduction des coûts de culture et de récolte, grâce à la mécanisation de ces travaux. En outre, ces systèmes se caractérisent par leur entrée en production précoce. Actuellement, la part des systèmes intensifs dans la production nationale est encore modeste car cette modalité n'a pas encore atteint son plein potentiel productif.

Il existe également des oliveraies marginales, à faible production. Ces oliveraies sont de type traditionnel et occupent les sols les plus pauvres et les zones climatiques les plus difficiles, avec une topographie accidentée qui entrave les pratiques culturales, tout ceci entraînant une moindre production et des coûts accrus. Quant à la dimension des exploitations oléicoles en Espagne, 54% d'entre elles ont moins de 5 ha, avec une superficie moyenne comprise entre 0,12 et 2 ha selon les Régions Autonomes (*Comunidades Autónomas*). Le secteur productif se caractérise de façon générale par une fragmentation excessive et une forte dispersion géographique. Durant les dernières années, vu la nécessité de développer des modèles productifs permettant de conjuguer les pratiques agricoles et la conservation de la richesse environnementale, certaines formes de production alternatives à l'olivieraie "conventionnelle" ont connu une croissance rapide, comme l'olivieraie biologique et l'olivieraie en production intégrée. Dans le cas des oliveraies de l'Andalousie, il est à remarquer qu'actuellement 16% de la surface est d'ores et déjà cultivée en production biologique ou intégrée.

Phase d'industrialisation (moulins)

Les moulins ou huileries en exploitation sur la campagne 2007/08 ont été au nombre de 1 732, répartis sur 13 Régions Autonomes. L'Andalousie présente le pourcentage de concentration le plus important (45%), suivie par Castilla-La Mancha et la Catalogne. Pour ces moulins, la dimension la plus courante correspond à une fourchette de production allant de 20 à 100 tonnes d'huile par campagne (23% du total). La part de production la plus importante revient aux moulins ayant une capacité comprise entre 1 000 et 2 500 tonnes (34% de la production nationale totale), bien qu'en nombre ils n'atteignent pas la barre des 11%.

Il existe deux formes juridiques majoritaires en ce qui concerne ces moulins. Premièrement les huileries coopératives ou S.A.T. Elles pressent les olives fournies par leurs adhérents, et représentent 55% des moulins totaux. Ces moulins ont produit 70% de l'huile totale lors de la campagne 2007/08. Deuxièmement les moulins industriels: industries ou sociétés privées qui, sur la base d'un contrat, assurent le broyage des olives que leur apportent les oléiculteurs ; ces moulins représentent 45% en nombre et 30% en tonnage d'huile. Les moulins vendent l'huile par le biais de deux canaux essentiellement, l'autoconsommation des agriculteurs (huiles vierge et vierge extra), et la vente d'huile en vrac aux industries de raffinage (huiles lampantes), et d'huile sous packaging (huiles vierge et vierge extra) ainsi qu'aux opérateurs. Certains moulins possèdent des chaînes de conditionnement pour l'huile d'olive vierge extra, cette production étant destinée à l'autoconsommation de la zone et aux marchés de proximité. Les dernières années ont vu se développer un processus de concentration de l'offre, à travers l'intégration en coopératives de second degré qui s'est intensifiée lors de la dernière campagne. Bien souvent ces entités assurent la mise en bouteille de l'huile d'olive vierge et ont lancé leurs propres marques pour les huiles relevant de cette catégorie.

Phase de l'industrialisation (raffineries et unités de conditionnement)

Actuellement on trouve 15 raffineries d'huile d'olive en Espagne, dont 9 en Andalousie. Ces industries s'approvisionnent prioritairement en huile lampante auprès des moulins ou des coopératives de second degré. Certaines de ces raffineries produisent également des huiles à partir de graines. Pour obtenir de l'huile d'olive HO, l'huile lampante doit être raffinée et ensuite mélangée à des huiles d'olive vierges avant d'être mise en bouteille et commercialisée. L'HOVE est conditionnée directement sans passer par le processus de raffinage. Dix de ces industries appartiennent à des entreprises qui assurent également le conditionnement de ces huiles.

Pour la campagne 2007-2008, 711 000 tonnes d'huile ont été conditionnées pour un nombre total de 1 471 unités de conditionnement. En ce qui concerne l'activité de ces unités de conditionnement, 35% de l'huile est mise en bouteille par les cinq premières entreprises, 50% par les 10 premières, 58% par les 15 premières et 65% par les 20 premières. L'activité de conditionnement est assurée par des entreprises opérant à différentes étapes de la chaîne de valeur de l'huile et nous trouvons donc, selon l'étape considérée, les types suivants d'unités de conditionnement : Des unités de conditionnement intégrées aux raffineries ; ces entreprises commercialisent toute la gamme d'huiles d'olive, notamment l'HO et l'HOVE, ces dernières étant les plus importantes en volume d'huile embouteillée. Des unités de conditionnement appartenant à des moulins d'une certaine dimension ou aux coopératives de second degré. Elles conditionnent uniquement de l'huile d'olive vierge. Des unités de conditionnement indépendantes : ces usines conditionnent tous les types d'huile. Certaines font partie du groupe leader. Pour rappel, les configurations de chaînes de valeur étudiées concernent les deux produits les plus représentatifs en termes de consommation nationale : l'Huile d'Olive Vierge Extra (HOVE) et l'Huile d'Olive (HO). De même, les filières modernes de distribution sont les principales voies de commercialisation tant pour l'HOVE que pour l'HO (86% de l'huile d'olive consommée est achetée à travers ces filières pour ces deux catégories confondues). Par conséquent, l'analyse des coûts et des prix est axée sur la configuration moderne de la chaîne de valeur des deux produits en question.

Conclusions de l'étude

L'Espagne est le premier producteur et le premier exportateur d'huile d'olive à l'échelle mondiale. L'Andalousie représente 60% de la surface plantée en oliviers et 80% de la production. La consommation intérieure absorbe à peine la moitié de la production, et est de plus en plus souvent inférieure aux exportations, bien que le produit ainsi écoulé soit davantage constitué par des huiles en vrac que par des huiles conditionnées sous marque. Le secteur oléicole espagnol est organisé structurellement en maillons d'activité très stratifiés du point de vue opérationnel, très spécialisés et très efficaces, bien que les relations fonctionnelles entre les maillons immédiats soient difficiles et complexes. On remarque une concentration progressive des maillons de la chaîne : tandis que le secteur productif est très fragmenté, d'où son faible pouvoir de gestion et de négociation, la distribution est toujours plus concentrée.

L'olivieraie traditionnelle en pluvial (80-120 oliviers/ha) occupe la superficie la plus importante et, bien que les surfaces irriguées soient en augmentation, on assiste ces dernières années à la mise en place d'une nouvelle oléiculture très intensive, qui nécessite des sols de meilleure qualité, ainsi qu'une irrigation et une forte mécanisation, ce qui se traduit par une meilleure productivité et une réduction des coûts de production, et permet un accroissement significatif du potentiel productif actuel. Les huileries ont beaucoup investi en intégrant de nouvelles technologies (processus, équipements et matériel) qui ont permis une amélioration sensible de la qualité moyenne des huiles tout en éliminant l'impact environnemental lié aux rejets. Plus récemment, un processus d'intégration horizontale est en train d'être instauré, porté par les coopératives, afin de concentrer l'offre en amont.



CIHEAM
Centre International de Hautes Études
Agronomiques Méditerranéennes

Coopération avec le Liban

Le Président de la République du Liban, S.E. le Général Michel Sleiman, a décerné au Directeur de l'IAM de Bari, Monsieur Cosimo Lacirignola, les insignes de commandeur de l'ordre national du Cèdre en signe de reconnaissance des activités de coopération mises en place depuis de nombreuses années pour le développement de l'agriculture libanaise.

Au-delà de l'activité de formation postuniversitaire, le CIHEAM-IAMBari a mis en place de nombreux réseaux et projets de recherche sur le développement rural, tels le projet TerCom, NOWARA ou encore le projet Olio del Libano.

De leur côté, les grands groupes industriels mettent en œuvre des stratégies d'intégration verticale en créant des alliances dans les maillons successifs de la chaîne ou en achetant des entreprises possédant des marques bien positionnées sur les marchés extérieurs. À l'échelle mondiale, il existe un équilibre entre la production et la consommation d'huile d'olive. En conséquence, en vue des accroissements potentiels de la production, il s'avère nécessaire de générer une augmentation équivalente de la demande et de la consommation au travers de plus grands efforts de promotion de l'huile d'olive espagnole.

Pour la campagne étudiée ici, les coûts totaux de la chaîne représentent 91% du PVP (prix de vente au consommateur) pour l'huile d'olive vierge extra (HOVE), et 93% du PVP pour la catégorie "huile d'olive" (HO). Les chaînes de valeur pour l'HOVE et l'HO sont très comprimées, puisque le bénéfice servant à rémunérer tous les maillons est de 2,5% du PVP de l'HOVE et seulement de 0,5% pour l'HO. Il s'ensuit que le prix payé par le consommateur final est 1,56 fois le prix payé à l'agriculteur pour l'HOVE et 1,43 fois pour l'HO, phases d'extraction, élaboration et conditionnement, et distribution comprises. Ce sont les coûts de production agricole qui ont le plus de poids dans l'ensemble des deux chaînes de valeur : ils représentent 68% du PVP (avant TVA) pour l'HOVE et 75% pour l'HO. La main-d'œuvre agricole représente plus du quart (27%) des coûts totaux de toute la chaîne pour les deux types d'huile. Les autres coûts de la chaîne dans leur ensemble rapportés au PVP (avant TVA) représentent 32% pour l'HOVE et 25% pour l'HO, avec la distribution suivante : moulins 7% HOVE et 8% HO, conditionnement 20% HOVE et 12% HO et distribution 5% pour les deux types d'huile.

Pour la période étudiée, les marques du distributeur (MDD) jouent un rôle prépondérant dans la distribution des huiles d'olive, à hauteur de 44% des ventes pour l'HOVE et environ 58% pour l'HO, avec une nette tendance à la hausse. Dans la conjoncture de crise actuelle, la politique de réduction des marges instaurée par la distribution n'a pas été sans répercussions sur les autres maillons de la chaîne de valeur. Le marché espagnol applique une concentration excessive des prix pour les différentes catégories commerciales d'huile d'olive, ce qui traduit une faible mise en valeur de la qualité. Ainsi le PVP de l'HOVE est supérieur de 10% seulement à celui de l'HO et en outre les prix de vente à la consommation de ces deux catégories de produits se chevauchent largement.

José Miguel Herrero Velasco

Pour accéder à l'étude complète : http://www.mapa.es/ministerio/pags/observatorio/pdf/estudios/Estudio_Aceite.pdf

Maroc : l'Agro-pôle Olivier de Meknès

Un partenariat entre organisme de recherche-développement et la profession agro-industrielle

Dr Nouredine Ouazzani

Initiateur et responsable du Projet Agro-pôle Olivier, ENA Meknès Maroc

Implanté sur une superficie de 25 ha au niveau de la région de Meknès-Tafilalet, berceau de l'Olivier au Maroc, l'Agro-pôle Olivier est un pôle de compétences et d'innovation pour la recherche-développement, le transfert de technologie et la promotion de la filière oléicole. L'Agro-pôle Olivier est un projet intégré qui met à la disposition de la filière oléicole marocaine un package scientifique, technique et relationnel pour la promotion et le développement de cette filière. Initié en 2005 grâce à un partenariat signé entre l'Ecole Nationale d'Agriculture de Meknès, la profession agro-industrielle de la Région Meknès-Tafilalet avec l'appui du Conseil de la Région Meknès-Tafilalet et des organismes publics et privés nationaux et internationaux, l'Agro-pôle Olivier a ouvert ses portes en 2009 bien que nombre de travaux et outils de développement et de promotion de la filière oléicole marocaine étaient déjà en cours depuis 2005.

L'Agro-pôle Olivier a pour ambition d'être un carrefour privilégié d'échanges d'informations et de partage des progrès techniques et technologiques eu égard à l'évolution de la filière oléicole de plus en plus orientée vers l'innovation et l'amélioration de la qualité du produit et cela à travers diverses activités :

- Vulgarisation et transfert des acquis techniques et technologiques de la filière oléicole nationale et internationale afin de contribuer à la mise à niveau et au développement du secteur oléicole (organisation de journées thématiques "portes-ouvertes" et de séminaires au profit des différents opérateurs de la filière oléicole, démonstration des techniques culturales, cours de dégustation et d'analyses sensorielles etc..) ;
- recherche-développement afin de répondre aux préoccupations de la filière oléicole ;
- veille technique, technologique, juridique, commerciale et stratégique ;
- outil pour la promotion du produit "Huile Olive Meknès" et "Huile Olive Maroc" (jury national et international de dégustation et prix de la meilleure huile d'olive conditionnée) ;
- mise en place d'un système d'information oléicole au service du développement de la filière oléicole: bases de données techniques, économiques et financières, qualité et typicité de l'huile d'olive...

Composantes et Laboratoires

L'Agro-pôle Olivier est une entité intégrée qui comprend les différents maillons et activités de la filière oléicole : du gène, pépinière, jusqu'à la production de l'huile d'olive et la valorisation des sous-produits de l'olivier. En plus du siège administratif, l'Agro-pôle Olivier est composé de différents laboratoires, d'une Pépinière Olive-ENA d'une capacité de 10 000 plants, d'une collection de variétés internationales et vergers de démonstration, d'une unité pilote de trituration avec une capacité de trituration de 20 tonnes/jour, d'une salle de dégustation et d'analyses sensorielles, d'une station météorologique et d'un parc de matériel agricole adapté à l'oléiculture. L'Agro-pôle Olivier s'appuie aussi sur les laboratoires de diagnostic des maladies et des ravageurs de l'olivier, et d'analyse du sol de l'ENA de Meknès.

Financement et Collaborations

L'infrastructure, les aménagements et les équipements de l'Agro-pôle Olivier ont été pris en charge directement par les dons des promoteurs du projet, sur le budget des différents projets de recherche-développement de l'équipe Olivier de l'ENA de Meknès, et sur le budget d'investissement de l'ENA de Meknès. Cependant, selon les termes de la convention signée entre l'ENA de Meknès et les promoteurs du projet, l'Agro-pôle doit s'autofinancer à partir de ses activités, et cela dès la 4^{ème} année de son installation et l'excédent doit être utilisé pour l'investissement et le développement des activités de l'Agro-pôle Olivier. Signalons, que l'Agro-pôle Olivier fonctionne avec deux enseignants-chercheurs de l'ENA dont les activités de recherche sont axées sur l'olivier, d'un docteur assistant de direction, deux jeunes ingénieurs agronomes, une secrétaire et 4 ouvriers permanents. Tout le personnel contractant est pris en charge sur le budget de l'Agro-pôle Olivier, en plus des ouvriers occasionnels pour les travaux agricoles. Grâce à ses partenaires, l'Agro-pôle Olivier fonctionne comme un groupement d'intérêt public au profit de la filière oléicole.

Au niveau régional, l'Agro-pôle bénéficie, depuis 2007, de l'appui du Conseil de la Région Meknès-Tafilalet à travers une convention cadre. Cette convention a pour objectif l'appui aux activités de l'Agro-pôle Olivier notamment pour l'organisation de manifestations technique et scientifique et le développement de vergers oléicoles sur des nouvelles bases techniques au profit des petits agriculteurs.

Au niveau international, au cours de ces trois dernières années, l'Agro-pôle Olivier a développé un partenariat privilégié avec des organismes internationaux pour le développement et la promotion de la filière oléicole régionale et nationale, tels le Conseil Oléicole International (COI), CNR-IVALSA de Florence (Italie), INRA et CNRS de Montpellier (France), l'Université Internationale d'Andalousie ou encore la Fondation Internationale "Routes de l'Olivier à travers la Méditerranée" (Kalamata, Grèce).

Projets et activités en cours de l'Agro-pôle Olivier

Outre les projets et activités en cours, l'Agro-pôle Olivier commence à attirer de nouveaux partenaires représentant d'autres secteurs tels que le tourisme et le patrimoine culturel en relation avec l'olivier. En effet, au niveau des principaux pays oléicoles méditerranéens, on ne peut parler du tourisme régional sans parler de l'olivier. Il y a réellement des stratégies locales de promotion du tourisme à travers l'olivier et ses produits, comme le cas de la région de Meknès qui possède tous les atouts pour faire de ses activités oléicoles un secteur dynamique de promotion du tourisme régional avec un rayonnement international.

C'est dans cette vision que l'Agro-pôle Olivier s'est mobilisé depuis quelques années pour la participation aux différents programmes internationaux de promotion du tourisme et du paysage de l'olivier pour permettre un transfert de stratégie en cours dans le domaine. Ainsi, l'Agro-pôle a le privilège de participer au Projet Knoleum "Paysage de l'Olivier méditerranéen" MEDA, de l'Union Européenne avec la participation de l'Espagne, France, Italie, Grèce, Portugal. L'objectif de ce projet est la promotion du paysage et du patrimoine oléicole méditerranéen. Ce projet qui est géré par la députation de Jaen (Andalousie) est une fenêtre pour la promotion du patrimoine culturel et touristique de l'olivier de la Région de Meknès. Il consiste à la mise en valeur du patrimoine historique et culturel de l'olivier de la région de Meknès, à la mise en place d'un circuit touristique des routes de l'olivier à Meknès et l'étude de faisabilité de la mise en place d'un musée de l'olivier à Meknès.

Noureddine Ouazzani

Pour plus d'informations : www.agropoleolivier.com

Interview

Jean-Louis Barjol

Directeur exécutif du Conseil oléicole international (COI) - www.internationaloliveoil.org

Q - De quoi souffrent essentiellement l'olivier et ses produits dans les pays méditerranéens du Sud ?

Les problématiques liées à la culture de l'olivier dans les pays du sud de la Méditerranée sont variées. En ce qui concerne la culture à proprement parler, les aspects climatiques et les conditions extrêmes (zones arides et semi-arides) qui caractérisent parfois les aires où l'oléiculture est implantée ont fréquemment un impact négatif sur le bon développement de la plante et réduisent fortement son rendement. Il peut également arriver que l'eau employée à des fins d'irrigation – lorsque cette ressource est disponible – soit utilisée au moyen de méthodes non adéquates ou qu'elle soit de mauvaise qualité (eaux saumâtres notamment). Dans certains cas, les techniques modernes de culture ne sont pas adoptées. L'olivier est souvent cultivé dans des aires caractérisées par des écosystèmes fragiles, ce qui affaiblit davantage son rendement. Pourtant, le rôle de cet arbre est fondamental dans ces aires car il permet de les protéger de l'érosion climatique à laquelle elles sont inévitablement soumises. Cela dit, le secteur oléicole des pays méditerranéens du Sud s'est profondément modernisé au cours des dernières années. Dans les nouvelles plantations, les oléiculteurs ont choisi des variétés adaptées à leur écosystème, les densités de plantation ont considérablement augmenté, les parcelles ont été équipées de systèmes d'irrigation et de fertirrigation et de nombreuses plantations sont conduites en régime intensif ou super intensif.

Q - Quel état des lieux dressez-vous aujourd'hui du marché de l'huile d'olive biologique en Méditerranée et comment voyez-vous ses perspectives d'avenir ?

Pour le moment, cela reste un marché confidentiel. En outre, il ne faut pas oublier que l'huile d'olive vierge et vierge extra est le simple jus extrait du fruit (l'olive) par des moyens mécaniques. Pour le consommateur, le plus d'une production biologique est donc plus difficile à percevoir que pour d'autres produits agroalimentaires. Pour autant c'est une niche de marché qui se développe et ne saurait être négligée. Mais dans les questionnaires que le COI envoie aux pays membres et aux organisations professionnelles, l'information demandée sur le volume d'huile d'olive biologique produite dans ces pays n'est pratiquement jamais communiquée, ni par les pays ni par les organisations professionnelles. Faute de données suffisantes, il est donc impossible pour le COI de se prononcer avec détail sur cette question. Lors de la prochaine réunion du groupe statistique, il est prévu de sensibiliser les pays à cette information. Au sein de l'Union européenne, l'agriculture biologique est un secteur qui répond à un régime de contrôle européen. Les exploitations qui souhaitent appliquer les méthodologies de production biologique et étiqueter les produits obtenus comme tels sont tenues de respecter les normes de production citées dans les annexes du Règlement CE n° 834/2007. D'autres pays, notamment la Jordanie et le Maroc, ont établi leur propre législation en la matière.

Q - Comment le réchauffement climatique agit-il aujourd'hui sur la culture de l'olivier en Méditerranée et quels enseignements peut-on tirer de ses conséquences prévisibles sur l'économie de l'olivier dans les prochaines décennies ?

L'olivier est une plante caractérisée par des processus biologiques et physiologiques à même de supporter des conditions de sécheresse prolongée, ce qui explique qu'il soit principalement cultivé dans des zones arides et semi-arides. En effet, 98 % du patrimoine oléicole mondial est situé dans le bassin Méditerranéen, zone où le climat est caractérisé par des hivers relativement doux et des étés secs et chauds. Les aires qui appartiennent à ce type de climat sont situées entre les 30e et 45e parallèles des deux hémisphères.

Malgré cette caractéristique qu'a l'olivier de s'adapter à des températures élevées, le réchauffement global est susceptible d'entraîner une modification importante au niveau biologique. À cet égard, les résultats obtenus dans le cadre d'un projet pilote consacré au suivi pollinique mené par le Conseil oléicole international en Tunisie ont montré que l'augmentation de la température dans certaines zones entraînait une floraison plus précoce des arbres. Cela conduit, comme conséquence directe, non seulement à une exposition plus grande de la structure de reproduction de l'olivier à d'éventuelles gelées tardives qui peuvent se produire à la fin de la saison hivernale mais également à une diminution de la production par rapport à une floraison tardive. Dans de nombreuses aires considérées marginales, où l'olivier joue un rôle fondamental dans l'économie locale, la disparition de cette culture pourrait avoir des conséquences gravissimes sur le tissu social des populations qui en dépendent.

Q - Comment le COI aide-t-il à l'heure actuelle les pays méditerranéens du Sud en matière de formation portant sur la qualité, les normes internationales et le conditionnement des produits oléicoles ?

Les activités d'assistance technique et de formation sont conçues en tenant compte des dispositions de l'Accord international de 2005 sur l'huile d'olive et les olives de table, des résultats des évaluations des activités de coopération technique et des propositions des pays membres du COI. Conformément à l'Accord international, la formation et les opérations spécifiques consistent à : 1. Organiser des sessions de recyclage et des cours de formation à différents niveaux destinés aux techniciens du secteur oléicole, et en particulier organiser ou favoriser la tenue de réunions et de séminaires internationaux et réaliser des études et opérations spécifiques. 2. Favoriser le transfert de technologie dans le domaine de l'oléiculture, de l'oléotechnie et de l'industrie des olives de table, en particulier en rassemblant les informations techniques et en les diffusant à tous les membres. 3. Faciliter toute coopération technique permettant de mettre des consultants et des experts à la disposition des membres qui en auraient besoin. 4. Faciliter la participation des délégations et experts des membres à ses réunions de caractère général ou technico-scientifique. De manière plus générale, l'Accord exige également qu'il soit tenu compte des aspects environnementaux et écologiques à tous les stades de la production de l'huile d'olive et des olives de table. Les activités suivantes sont organisées régulièrement par le COI pour atteindre les objectifs fixés par l'Accord :

- séminaires et cours de formation en vue de la diffusion des nouveautés concernant le secteur (nouvelles techniques, technologie, etc.) et de l'actualisation des connaissances des experts ;
- bourses dans le cadre de cours spécifiquement consacrés au secteur oléicole, en vue d'encourager le transfert de technologies, en particulier entre les pays les plus avancés et les pays membres en développement ;
- missions spécifiques de consultants et d'experts en vue de contribuer à la modernisation du secteur et à l'amélioration de la qualité dans les pays membres en développement et organisation de stages à l'intention de techniciens des pays membres en vue du transfert de technologie ;
- publication d'informations techniques sur le site web du COI ;
- réunions technico-scientifiques d'experts en vue de faire le point sur les nouveautés du secteur (nouvelles techniques, technologies, etc.) avant leur diffusion ;
- réunions générales des délégations en vue d'identifier les principaux domaines de coopération technique dans chaque pays membre et de promouvoir la coopération bilatérale et multilatérale entre les membres d'une part et de constituer une base de données relatives aux activités du secteur oléicole organisées dans les pays membres d'autre part.

Q - Pourriez-vous citer quelques exemples d'expériences intéressantes menées actuellement dans les pays méditerranéens du Sud avec le concours du COI en ce qui concerne les Appellations d'Origine contrôlées (AOC) ?

À ce stade nous n'en sommes pas là. En 2010, le COI a réalisé une étude avec trois objectifs : identifier les bases juridiques disponibles dans les pays membres du COI et quelques autres pays producteurs non membres pour créer des Indications géographiques (terme générique couvrant aussi les AOC) ; faire une typologie des Indications géographiques existantes pour identifier les diverses exigences techniques mentionnées dans les cahiers des charges ; faire une évaluation à dire d'expert des possibilités de création de nouvelles IG.

Les résultats de cette étude ont été présentés lors d'un séminaire qui s'est tenu le 21 octobre 2010 à Reggio di Calabria (Italie) au cours duquel des représentants de l'OMPI (Organisation mondiale de la Propriété intellectuelle) et de l'OMC ont été également invités pour donner un aperçu de l'état des négociations au sein de ces deux enceintes sur la question de la reconnaissance internationale des Indications géographiques. Tous les résultats sont disponibles sur le site web du COI (www.internationaloliveoil.org). Ils montrent qu'il existe globalement deux types de véhicules juridiques (le droit des marques plutôt dans les pays anglo-saxons et un droit spécifique dans l'UE et dans les pays d'influence latine). Ils montrent aussi la diversité des exigences techniques et le fait que si aujourd'hui sur 105 IG de l'huile d'olive seulement 4 existent en dehors de l'Union (3 en Turquie et 1 au Maroc) il y a un énorme potentiel de création de nouvelles IG (de l'ordre de 102) essentiellement hors de l'UE.

À l'issue du séminaire, le Conseil des Membres du COI a chargé le Secrétariat exécutif du COI de rédiger en 2011 un guide de bonnes pratiques en matière de spécifications techniques des IG. C'est un travail qui va commencer au mois de mars et qui, une fois terminé, permettra au COI de pouvoir offrir à ses pays membres, à partir de 2012, des missions d'appui pour les aider, s'ils le souhaitent, à mettre en place des IG dans leurs pays en tirant profit des meilleures expériences et des meilleures compétences en la matière.

Entretien conduit par Hassane Tlili

Journaliste spécialiste des questions agricoles et environnementales

Nouveaux sites Internet

Au cours du 2^e semestre 2010 le site internet du Cihem a été entièrement renouvelé. Le nouveau site est opérationnel depuis décembre 2010.

L'IAM Montpellier vient également de lancer un portail rénové en février 2011 (www.iamm.fr)

IAM BARI

Projet EBLA en Syrie

Le professeur Paolo Matthiae, archéologue, écrivain, orientaliste, ainsi que directeur depuis 1963 de l'expédition italienne à Ebla, un grand centre urbain protosyrien et paléo-syrien dont il est le découvreur, a tenu un séminaire intitulé « *Cinquante ans de fouilles à Ebla* », le 24 janvier 2011 à l'IAM Bari. Paolo Matthiae a été professeur d'Archéologie et d'Histoire de l'Art du Proche Orient Antique à l'Université « *La Sapienza* » de Rome, et il est membre de nombreuses institutions académiques internationales. Il est aussi l'auteur de nombreux livres et articles portant sur Ebla et l'histoire de l'art de la Mésopotamie et de la Syrie en général; mettant à profit son expérience sur le terrain et ses découvertes ; dans ses publications il a engagé une révision critique du rôle historique de la Syrie au sein de la civilisation du Proche Orient.

Le séminaire a été organisé dans le cadre du projet « *Valorisation Territoriale et Appui Socio-économique aux Communautés Rurales d'Ebla* » que l'IAM de Bari réalise en Syrie depuis 2010 pour le compte de la Direction Générale pour la Coopération et le Développement (DGCD) du ministère italien des Affaires Etrangères, en collaboration avec les Provinces de Lecce, Bari, Bat, la *Regione Puglia*, ainsi que de nombreuses institutions syriennes. L'objectif du projet est d'améliorer les conditions de vie des populations rurales dans les aires limitrophes du site archéologique d'Ebla, notamment les villages de *Mardikh, Mardebsi, Anquarati, Sheikh Idriss* et *Al Rayyan*, situés dans le Gouvernorat d'Idleb, Alep. Ces villages font l'objet des initiatives liées au processus d'amélioration des conditions de vie des populations à travers l'identification des besoins et des solutions à adopter afin de permettre, entre autres, l'accès au microcrédit prévu par le projet et à d'autres formes de financement disponibles dans la région du projet. L'objectif du projet doit être atteint à travers les activités de *capacity building* et d'appui aux petites et moyennes entreprises, assurées par la présence constante de personnel sur le territoire. La méthodologie appliquée prévoit la participation active des autorités locales et des communautés territoriales grâce à l'appui du partenariat italien. L'IAM Bari devra fournir un appui technique pour la création et le renforcement du tissu socio-économique, afin de promouvoir le développement territorial intégré dans la région d'Ebla par la valorisation de l'agriculture, du tourisme, de l'archéologie, de l'artisanat et du commerce, avec le renforcement du rôle institutionnel des administrations locales. Parmi les nombreux partenaires scientifiques, le projet compte le Département des Sciences de l'Ingénierie Civile et de l'Architecture de la Polytechnique de Bari et la Faculté de Sciences Humaines de l'Université « *La Sapienza* » de Rome.

Le projet PESCAMED

En janvier 2011 le CIHEAM-IAMBari a clôturé avec succès le projet "*Development of Cooperation in the Mediterranean fishery sector: the world of labour, producers' associations, consumers' associations and training (Pescamed)*". L'objectif de ce projet était d'analyser des activités liées à la pêche maritime et aux organisations et associations de pêche tout en proposant des cours et formations professionnelles en liaison avec des institutions de pays méditerranéens et de diffuser les résultats de séminaires et groupes de travail auxquels participaient des représentants des pays impliqués dans le projet (Croatie, Monténégro, Albanie, Turquie, Syrie, Liban, Egypte, Libye, Tunisie, Algérie, Maroc et Italie). Initié par le département Pêche maritime et Aquaculture du ministère italien de l'Agriculture, le projet *Pescamed* était implanté au CIHEAM-IAMBari. A travers cette initiative, ce dernier a une nouvelle fois confirmé sa mission de coopération internationale ; il a réussi à établir un dialogue entre des pays du sud et de l'est de la Méditerranée, élevant les pêcheurs en acteurs de premier plan de la croissance et du développement de la pêche.

Le projet a réussi à impliquer beaucoup d'organisations professionnelles comme UGLPesca, Federpesca, Federopesca, Legapesca, AGCI, ainsi que des partenaires institutionnels comme la Direction générale de la Pêche et Aquaculture du MiPAAF, le CIHEAM/IAMBari, l'Université TorVergata, l'Université de Bari, des centres de recherche et associations de pêche. Parmi les différentes activités du projet le cours de formation intitulé "*A shared policy for sustainable Fishing in the Mediterranean Sea*" qui s'est tenu du 22 novembre au 12 décembre 2010 et qui a réuni 37 participants était particulièrement apprécié et a abouti à la réunion de clôture du 27 janvier 2011 à laquelle participaient des représentants d'Albanie, d'Algérie, de Croatie, d'Egypte, du Liban, du Maroc, de Monténégro, de Syrie, de Tunisie et de Turquie. Par ailleurs, en accord avec la Commission générale des Pêches pour la Méditerranée de la FAO, le CIHEAM, auquel l'IAMBari est affilié, prévoit de soutenir des processus d'assistance aux pays méditerranéens pour développer des actions qui favoriseraient la pêche durable ; de développer des politiques engendrant un essor économique et social pour les communautés de pêche côtière ; de préserver et augmenter le nombre d'emplois en zone côtière ; d'améliorer les produits de pêche et d'aquaculture ; de promouvoir la qualité de l'environnement côtier et de soutenir la coopération nationale et internationale entre zones de pêche.

IAM CHANIA

Formation des formateurs de qualité certifiée sur l'agriculture biologique

Dans le cadre du projet CerOrganic, l'IAM Chania organise une formation des formateurs sur le thème de l'agriculture biologique (AB), dont le programme de qualité certifiée se tiendra du 22 au 29 mai 2011. La formation CerOrganic, qui a été approuvée par la Commission européenne, comprend des présentations et des laboratoires pratiques. Elle est conçue pour permettre aux participants d'organiser des séminaires destinés à des groupes d'exploitants agricoles qui ont des besoins spécifiques en matière d'agriculture biologique. La formation des formateurs s'adresse à tous les professionnels titulaires d'un diplôme universitaire en Agriculture.

Le programme de formation s'articule autour de sept jours de conférences tenues par des experts européens de l'agriculture biologique, ainsi que des laboratoires pratiques et des visites sur le terrain. Il se déroulera essentiellement dans les locaux de l'IAM Chania, en Crète, mais il sera également précédé et suivi d'activités en ligne que chacun pourra mener à son rythme. Parmi les intervenants figurent des professeurs et des spécialistes de niveau international. Les sujets abordés seront les suivants :

- Principes, Méthodes & Pratiques en AB
- Défis et perspectives de l'enseignement à distance de l'AB
- Législation/ Certification /Conversion
- Agro biodiversité & Protection des cultures
- Lutte biologique contre les parasites
- Gestion des exploitations
- Marketing des produits AB
- Méthodes de formation pour aborder et conseiller les agriculteurs

CerOrganic est un projet Leonardo da Vinci multilatéral de deux ans, financé par la Commission européenne et visant à développer et à tester une démarche d'assurance qualité innovante pour l'éducation / formation professionnelle des conseillers agricoles et des formateurs dans le domaine de l'agriculture biologique, basée sur le cadre européen de référence d'assurance qualité (CERAQ).

Conçue comme une stratégie de développement rural, l'agriculture biologique (AB) répond à l'impératif du développement durable, tout en prenant en considération l'exigence de meilleure qualité et de sécurité alimentaire exprimée par les consommateurs. Nombreux sont les pays qui ont développé des formations en AB, mais celles-ci sont fondées sur des normes de qualité différentes. La formation innovante CerOrganic s'appuie sur le cadre de référence CERAQ et met l'accent sur l'éducation / formation des professionnels de l'agriculture, en associant méthodes traditionnelles d'enseignement, méthodes TIC et ressources en ligne.

Pour plus d'informations contacter Giorgos Koubouris (koubouris@maich.gr).

12^{ème} Symposium international sur l'Analyse des Sols et Plantes, 6-10 juin 2011

Le 12^{ème} Symposium international sur l'Analyse des Sols et Plantes se tiendra au MAICH du 6 au 10 juin 2011. Ce forum, qui est organisé par le « Conseil de l'Analyse des Sols et Plantes », rassemblera des spécialistes des ressources agricoles et naturelles du monde. L'objectif est de favoriser la dissémination des informations disponibles sur la méthodologie, l'interprétation et l'application de l'analyse des sols, des plantes et de l'eau, d'optimiser la gestion des ressources, de promouvoir la production durable et de protéger l'environnement.

Des affiches seront exposées dans un espace adjacent à la salle de réunion qui abritera les séances plénières. Parallèlement au symposium, à côté de la salle des réunions plénières, les exposants présenteront des produits et des services liés aux activités du Conseil de l'Analyse des Sols et Plantes.

Grâce à sa structure polyvalente, le Centre de conférence de l'IAM Chania associe la technologie à la qualité du confort et du service. Il est en outre situé dans un superbe endroit, une pinède pittoresque et caractéristique du paysage méditerranéen, à 3km au sud-est de la ville de Chania, 13 km de l'aéroport international et 1km de la mer.

Pour en savoir plus : www.isspaonline.org

IAM MONTPELLIER

Lutte contre la désertification

L'IAM de Montpellier accueille du 29 au 30 juin 2011 un séminaire de recherche du CSFD (Comité Scientifique Français de la Désertification) sur le thème « Politiques, programmes et projets de lutte contre la désertification : quelles évaluations ? ». Il s'inscrit dans le cadre des activités engagées depuis 2005 sur l'évaluation des coûts de la désertification et des bénéfices des investissements dans la lutte contre la désertification (LCD), la gestion durable des terres (GDT) et la valorisation des ressources naturelles des régions arides.

Au plan international il s'agit de contribuer à la préparation de la seconde grande conférence scientifique de la Convention des Nations-Unies de Lutte contre la Désertification (CNULDCD). Au plan national il s'agit de faire le bilan de la recherche francophone sur ce thème.

Il apparaît en effet que l'ambition d'une intégration harmonieuse des dimensions économiques, environnementales et sociales révèle des questions complexes : peut-on concilier développement économique, bien-être social et résilience des écosystèmes ? Les dispositifs de la CNULDCD ont-ils réussi à relever ces défis, si oui comment, si non pourquoi ? Comment hiérarchiser la prise en compte des finalités économiques et environnementales dans la lutte contre la désertification ? La temporalité des retours sur expérience dans ces trois domaines est-elle compatible ? Quels enseignements nous apporte la recherche ?

Pour répondre à ces questions une entrée réflexive par discipline a été choisie : approches économiques, approches socio-anthropologiques, approches par la gouvernance, approches naturalistes – et un axe transversal : prospective et indicateurs comme outils d'aide à la décision.

Pour plus d'informations, contacter Mélanie Requier-Desjardins (requier@iamm.fr)

Projet d'appui aux dynamiques de développement des territoires ruraux en Méditerranée (A2DTRM)

Ce projet, porté par l'IAM de Montpellier, a été lancé en avril 2010 par une Convention qui lie l'AFD, le CIHEAM, la Région Provence Alpes Côte d'Azur et le ministère français de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.

Si la situation des espaces ruraux apparaît très contrastée entre le Nord et le Sud de la Méditerranée, un ensemble de déterminants communs existent, qui confirment la pertinence d'une approche territoriale du développement rural sur cet espace. Dans l'optique d'aider à la construction d'une vision méditerranéenne des territoires ruraux, le projet se donne pour finalité de mettre à disposition des acteurs impliqués dans la définition et la mise en œuvre des politiques et des projets de développement des territoires ruraux des outils conceptuels et méthodologiques propres à renforcer la pertinence de leur réflexion et l'efficacité des actions mises en œuvre. Il s'agit en particulier de :

- créer, renforcer ou consolider les capacités d'observation, d'analyse, de capitalisation et d'information à travers un dispositif régional d'échange d'expériences et de capitalisation ;
- appuyer, à partir des enseignements tirés de ces travaux, les acteurs impliqués dans le développement des territoires à travers des actions de formation, de conseil, d'expertise et de recherche.

La première réunion du comité de pilotage est prévue à Rabat les 23 et 24 février 2011. Elle réunira les coordinateurs nationaux des pays concernés par le projet (Egypte, Maroc, Tunisie et France) et l'IAM de Montpellier, coordinateur du projet. Outre l'établissement effectif du réseau des 4 pays, cette première rencontre permettra de partager les concepts d'innovation dans les territoires ruraux en Méditerranée et de lancer les activités du projet.

Pour plus d'informations, contacter Isabelle Tyminski (isabelle.tyminski@iamm.fr)

IAM ZARAGOZA

Le IXème Master en Oliviculture et Oléotechnie

Ce Master, programme officiel du système universitaire espagnol, démarrera en Septembre 2011 à Cordoue et Séville (Espagne). Il est organisé conjointement par l'Universidad de Córdoba (UCO), le CIHEAM à travers l'Institut Agronomique Méditerranéen de Saragosse (IAMZ), la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía (CAP), l'Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA), le Conseil Oléicole International (COI), le Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) et l'Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA).

Le programme de Master est structuré en deux années académiques, la première étant constituée par le Cours de Spécialisation Postgraduate, et la deuxième consistant en une initiation à la recherche, qui s'achève par la réalisation de la thèse de Master, avec un total de 120 crédits ECTS (European Credit Transfer System).

L'objectif du Master est la formation de professionnels selon un profil répondant à la demande croissante de spécialistes au plus haut niveau en oliviculture et oléotechnie. Par conséquent, la formation, aussi bien théorique que pratique, se caractérise par :

- Un contenu actualisé portant sur les bases scientifiques et les technologies les plus innovatrices.
- L'orientation vers l'obtention de produits de qualité.
- La connaissance du cadre économique du secteur, afin que celui-ci soit de plus en plus compétitif aussi bien sur les marchés traditionnels que sur les marchés nouveaux.

Il constitue également une période de formation pour l'initiation à la recherche dans les domaines de l'oliviculture et l'oléotechnie qui s'achève par la réalisation de la thèse de Master. Le programme sera délivré par des enseignants hautement spécialisés provenant des institutions organisatrices, et par des intervenants invités appartenant à des institutions de recherche et d'enseignement, à l'administration et à des instances privées de divers pays.

Le COI et le CIHEAM octroient un nombre limité de bourses à des participants provenant de pays membres de ces organisations. Les candidats non espagnols peuvent, en outre, solliciter des bourses à l'Agence espagnole pour la coopération internationale au développement (AECID). L'admission est ouverte pour des candidats non-espagnols jusqu'au 15 avril 2011, et pour les espagnols suivant le calendrier établi par l'Universidad de Cordoba.

Pour inscription et pour tous renseignements additionnels, se reporter à www.masterolivicultura.org

Le projet CREAM

Le projet CREAM (*Improving research in support to scientific advice to fisheries management in the Mediterranean and Black Seas*) du 7e Programme Cadre de Recherche de la Commission européenne (FP7) entamera ses activités en mai 2011, pour une durée totale de 3 ans.

Il est coordonné par l'IAMZ et rallie la participation de 19 institutions de recherche halieutique de la Méditerranée et de la Mer Noire. En outre, plusieurs institutions internationales sont impliquées dans le projet, en tant que membres du Comité Consultatif Externe, tels que FAO, GFCM, ICCAT, UNEP RAC/SPA et BSC.

L'objectif du projet est d'impulser un réseau de recherche coopérative sur l'évaluation et la gestion des pêcheries pour l'application de l'approche écologique des pêcheries dans la Méditerranée et la Mer Noire. L'IAMZ, outre le rôle de coordinateur du projet, organisera deux cours approfondis et une conférence finale sur les résultats du projet.

Publications

- **FIDA**, *Rapport sur la pauvreté rurale 2011*, Fonds International de Développement Agricole, 2010.
- **Jean-Louis Rastoin, Gérard Gherzi**, *Le système alimentaire mondial. Concepts et méthodes, analyses et dynamiques*, Versailles, Editions Quae, 2010.
- **Jon B. Alterman, Michael Dziuban** (éd.), *Clear Gold. Water as a Strategic Resource in the Middle East*, Center for Strategic and International Studies, 2010.
- **Hervé Hannin, Jean-Pierre Couderc, François d'Hauteville, Etienne Montaigne** (dir.), *La vigne et le vin. Mutations économiques en France et dans le monde*, Paris, La documentation française, 2010.
- **FAO Fisheries and Aquaculture Department** (éd.), *The State of World Fisheries and Aquaculture 2010*, FAO, Rome, 2010.
- **J. Vert, F. Portet (coord.)**, *Prospective Agriculture Energie 2030. L'Agriculture face aux défis énergétiques*, Centre d'Etudes et de Prospective, SSP, Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du Territoire, Paris, 2010.
- **European Commission**, *Rural Development in the European Union*, Statistical and Economic Information, décembre 2010.
- **Olivier De Schutter**, *L'économie politique de la faim. Garantir le droit à l'alimentation dans un monde de ressources rares*, Leçon inaugurale 2010, Les leçons inaugurales du Groupe ESA, 2010.
- **Worldwatch Institute**, *State of the World 2011: Innovations that Nourish the Planet*, 2011.
- **Michel Petit**, *Pour une agriculture mondiale productive et durable*, Versailles, Editions Quae, 2011.
- **Lelia Croitoru, Maria Sarraf** (ed.), *The Cost of Environmental Degradation. Case Studies from the Middle East and North Africa*, Washington, The World Bank, 2010.
- **Mary K. Muth, Shawn A. Karns, Samara Joy Nielsen, Jean C. Buzby, Hodan Farah Wells**, *Consumer-Level Food Loss Estimates and Their Use in the ERS Loss-Adjusted Food Availability Data*, Technical Bulletin of the United States Department of Agriculture, January 2011.
- **William D. Coleman, Yassine Essid** (dir.), *Deux Méditerranées. Les voies de la mondialisation et de l'autonomie*, Québec (Canada), Presses de l'Université Laval, 2011.
- **Derek Byerlee, Klaus Deininger, Jonathan Lindsay, Andrew Norton, Harris Selod, Mercedes Stickler**, *Rising Global Interest in Farmland. Can it yield sustainable and equitable benefits ?*, Washington, World Bank, 2011.
- **Mohamed A. Chemingui, Reno Dewina, Nicholas Minot, David Orden, Marcelle Thomas**, *Trade Liberalization and Poverty in the Middle East and North Africa*, Washington, IFPRI, 2010.

Agenda

21-23 mars 2011 – Rome (Italie)

"Eating the city. Mediterranean Regions: Social dialogue for a more sustainable supply chain"
<http://www.ecomeal.info>

18-21 avril 2011 – Avignon (France)

Symposium euro-méditerranéen sur la transformation des fruits et légumes
<https://colloque.inra.fr/fruitvegprocessing>

8-10 mai 2011 – Milan (Italie)

« BtoBIO Expo », foire de produits alimentaires biologiques
http://www.btobio.it/index_eng.html

17-18 novembre 2011 – Région PACA (France)

11^{ème} édition des rencontres « Forstanée », « Usages, biodiversité et Forêt Méditerranéenne »
<http://www.foret-mediterraneenne.org/evts2.htm>

Dernières publications du trimestre sur www.ciheam.org

Ministérielle du CIHEAM

Actes de la 8ème réunion des ministres de l'agriculture des pays membres du CIHEAM, tenue le 8 mars 2010 à Istanbul (Turquie), sur le thème « *Effets du changement climatique sur la sécurité et la sûreté alimentaires en Méditerranée* »

Notes d'alerte du CIHEAM

L'Afrique du Nord face à la dépendance céréalière, par Sébastien Abis, n° 71, janvier 2011.

Stratégie d'amélioration de la rentabilité et de la compétitivité de la filière huile d'olive en Tunisie, par Boubaker Karray, Habib Amamou et Fatma Kanoun Kchaou, n°72, février 2011.

NewMedit

Synthèse du numéro 04/2010 de la revue, février 2011.

Lettre de veille du CIHEAM

N°15, « *Commerce agricole et libéralisation des échanges en Méditerranée* », décembre 2010.

Actualités agricoles, alimentaires et environnementales de l'espace méditerranéen

Revue de presse de décembre 2010

Revue de presse de janvier 2011

Revue de presse de février 2011

Prochaine Lettre de veille

Le numéro 17 paraîtra en juin 2011 sur le thème « Nouveaux modes de financement pour le développement agricole et rural en Méditerranée ».

Abonnement

Si vous souhaitez recevoir automatiquement la Lettre de veille et nos revues de presse mensuelles, merci de vous inscrire sur : www.ciheam.org

