

OLIVE OIL HUILE D'OLIVE

L'économie mondiale de l'huile d'olive

Jean-Louis Barjol*

Directeur exécutif du Conseil oléicole international, 28002 Madrid, Espagne

Reçu le 16 janvier 2014 – Accepté le 3 mars 2014

Résumé – Bien qu'elle ne contribue qu'à environ 3 % du marché mondial des huiles végétales alimentaires, l'huile d'olive fait l'objet d'un intérêt croissant de la part de nouveaux pays, notamment grâce aux résultats des recherches scientifiques qui confirment les caractéristiques positives de cet « or liquide » et sa place fondamentale dans la diète méditerranéenne. Cet intérêt se traduit par une transformation de la structure de la production et une concurrence plus forte entre les pays producteurs : derrière le géant espagnol et les producteurs traditionnels se trouvent désormais de nouveaux pays, producteurs de dernière génération qui recherchent une rentabilité maximum. L'évolution parallèle des circuits commerciaux d'approvisionnement reflète également un changement profond de la structure du marché mondial. L'offre encore trop atomisée et la pression de la demande extrêmement concentrée de la grande distribution donnent lieu à un niveau de prix particulièrement bas et préoccupant, de nature à remettre en question la rentabilité de cette production agricole dans les zones rurales les moins compétitives où elle joue un rôle si important.

Mots clés : Huile d'olive / production mondiale / diète méditerranéenne / commerce

Abstract – **The world economy of olive oil.** Although it accounts for less than 3% of the world edible oil market, olive oil is attracting growing interest from new countries, particularly thanks to the results of scientific research confirming the positive attributes of this “liquid gold” and its place in the Mediterranean diet. This interest is accompanied by a transformation of the structure of output and tougher competition between the producing countries as a new generation of producers in search of maximum returns lines up behind olive oil heavyweight Spain and the other traditional producing countries. Tandem developments in commercial supply channels likewise reflect a deep change in the structure of the world market. The combination of over fragmented supply and pressure from demand, heavily concentrated in the hands of large retailers, is leading to particularly low, worrisome levels of prices that are likely to cast doubt on the profitability of this agricultural crop in less competitive areas where it plays such an important role.

Keywords: Olive oil / world production / Mediterranean diet / trade

Créé en 1959 sous les auspices de l'Organisation des Nations Unies pour protéger et promouvoir l'oléiculture, le Conseil oléicole international (COI) joue un rôle décisif dans le recueil, l'analyse et la diffusion des informations et des statistiques sur le marché mondial des produits de l'olivier. Les 17 membres de cet organisme intergouvernemental (Albanie, Algérie, Argentine, Égypte, Irak, Iran, Israël, Jordanie, Liban, Lybie, Maroc, Monténégro, Syrie, Tunisie, Turquie, Union européenne et Uruguay) réalisent 98 % de la production mondiale. Bien qu'elle ne contribue qu'à environ 3 % du marché mondial des huiles végétales alimentaires, l'huile d'olive est « géographiquement » de plus en plus consommée et appréciée pour son goût unique et ses bienfaits pour la santé. Pour expliquer que de nouveaux pays s'intéressent désormais à cette culture millénaire, il faut

certainement tenir compte du fait que depuis plusieurs décennies, les recherches scientifiques ne cessent de confirmer les caractéristiques positives de cet « or liquide » tandis qu'il est toujours plus apprécié au titre de sa place fondamentale dans la diète méditerranéenne que l'Unesco a récemment inscrite sur sa liste du patrimoine culturel immatériel.

1 Un secteur qui évolue

L'oléiculture d'aujourd'hui est dominée par un grand pays producteur, l'Espagne, qui produit en moyenne plus de 45 % de la production mondiale, pour l'essentiel en Andalousie. Des investissements massifs ont été réalisés ces vingt dernières années pour moderniser et développer le secteur espagnol tant au niveau de ses exploitations que de ses moulins. Aujourd'hui,

* Correspondance : iooc@internationaloliveoil.org

l'Espagne doit trouver des débouchés sur le marché européen ou celui des pays tiers pour plus de 60 % de sa production. Derrière ce géant se trouvent trois types de pays producteurs :

- des pays producteurs à forte tradition oléicole dans lesquels le système de production reste majoritairement traditionnel, soit pour des raisons structurelles (terrain, climat, etc.), soit faute d'investissements qui permettraient de cultiver des surfaces plus grandes ;
- des pays à forte tradition oléicole dans lesquels se sont développés à côté du système traditionnel des modèles de production plus intensifs ;
- des pays entrés plus récemment dans la production oléicole et dont les acteurs recherchent une rentabilité maximum et ont une mentalité plus conquérante en termes de commercialisation.

Ces nouveaux investisseurs se trouvent aussi, à des échelles variées, dans certains pays traditionnels. Ils ont l'avantage d'avoir pu recourir aux techniques de production les plus avancées :

- ils ont planté des variétés adaptées à leur terrain (aujourd'hui les cultivateurs disposent de nombreuses études de terrain et surtout de variétés certifiées et améliorées pour un grand nombre de leurs caractéristiques),
- ils ont créé des exploitations intensives ou superintensives qui leur permettent de réduire les coûts de production et surtout de mécaniser toutes les opérations agronomiques, depuis la taille jusqu'à la récolte,
- ils ont installé des systèmes d'irrigation ou de fertirrigation ultra modernes, ce qui se traduit par un rendement moyen par hectare et une production globale plus élevés.

Leurs oliveraies sont souvent de grande taille et généralement associées à des unités modernes d'extraction de l'huile ou d'élaboration d'olives de table avec des unités de conditionnement, des laboratoires, etc. Ce sont des producteurs de dernière génération qui ont peu en commun avec l'image que nous avons des agriculteurs. Cette situation donne lieu à une concurrence plus forte entre les pays producteurs ainsi qu'entre les types d'acteurs au sein d'un même pays.

Si le secteur oléicole est un secteur qui change au niveau de la structure de sa production, c'est également vrai au niveau des opérations postérieures, en particulier s'agissant du conditionnement. Nous observons ainsi depuis quelques années une augmentation de la part des importations d'huile en vrac par les États-Unis au détriment des importations en bouteilles, ce qui traduit le développement d'une activité de conditionnement dans ce pays. Si ce phénomène – qui représente aujourd'hui déjà plus de 40 % des importations des États-Unis – venait à se confirmer, il signifierait une évolution des circuits commerciaux d'approvisionnement de ce pays qui se traduirait par une diminution de l'importance des conditionneurs italiens. Si ce phénomène s'accompagnait d'un développement des exportations des États-Unis vers les pays de l'ALENA (Canada et Mexique), on assisterait à un changement profond de la structure du marché mondial (hors commerce intra Union européenne) actuellement dominé par l'Italie et l'Espagne.

Tableau 1. Classement prévu en 2013/2014 des 10 premiers pays producteurs d'huile d'olive et volumes produits (en milliers de tonnes) au cours des trois dernières campagnes.

Pays	Production		
	2011/2012	2012/2013 (prov.)	2013/2014 (est.)
Espagne	1 615,0	616,3	1 536,6
Italie	399,2	415,5	450,0
Grèce	294,6	357,9	230,0
Turquie	191,0	195,0	180,0
Syrie	198,0	198,0	135,0
Maroc	120,0	100,0	120,0
Tunisie	182,0	220,0	80,0
Portugal	76,2	59,1	76,2
Algérie	39,5	66,0	62,0
Chili	21,5	28,0	32,0

2 Une production en hausse

Selon les bilans oléicoles adoptés fin novembre 2013 par le Conseil des Membres du COI, la production mondiale de la campagne 2013/2014 (1^{er} octobre 2013–30 septembre 2014) devrait augmenter très fortement par rapport à la campagne précédente qui avait été particulièrement mauvaise, passant de 2 425 000 t à 3 098 000 t.

Une étude plus approfondie des chiffres révèle que la production des pays de l'UE atteindrait 2 308 000 t, dont 1 536 600 t correspondent à l'Espagne qui, notamment grâce à de bonnes conditions climatiques, améliore fortement sa récolte, et 450 000 t à l'Italie, qui obtient elle aussi une meilleure production par rapport à la campagne précédente. La Grèce pour sa part voit sa production baisser à 230 000 t en raison de la forte sécheresse de l'été 2013. La production augmenterait dans les autres pays producteurs de l'UE, notamment au Portugal (76 200 t).

Parmi les 16 autres membres du COI, la production serait inférieure à celle de la saison précédente en Turquie (180 000 t) tandis que celle du Maroc augmenterait légèrement (120 000 t). Comparée à la campagne 2012/2013, la production de la Tunisie chuterait de presque 64 % pour s'établir à 80 000 t.

Si les chiffres de la Syrie sont difficiles à vérifier, le secteur privé estime la production à 135 000 t. On prévoit une production de 62 000 t en Algérie, de 30 000 t en Argentine et de 25 000 t en Jordanie, ainsi que des volumes moins importants pour le reste des neuf autres pays, qui produisent chacun en moyenne moins de 15 000 t par an. La production des pays producteurs non membres du COI (Chili, Australie, Palestine et États-Unis, pour citer les principaux) augmenterait par rapport à la campagne précédente, passant de 80 500 t à 93 000 t.

Le Tableau 1 donne une vision sur trois campagnes de la production des dix premiers producteurs mondiaux et illustre sa grande variabilité dans la plupart des pays.

Tableau 2. Classement prévu en 2013/2014 des 10 premiers pays consommateurs d'huile d'olive et volumes consommés (en milliers de tonnes) au cours des trois dernières campagnes.

Pays	Consommation		
	2011/2012	2012/2013 (prov.)	2013/2014 (prév.)
Italie	610,0	590,0	600,0
Espagne	574,0	513,0	580,0
États-Unis	300,0	293,0	294,0
Grèce	200,0	200,0	185,0
Turquie	150,0	160,0	150,0
Maroc	122,0	129,0	132,0
France	112,0	97,2	99,6
Syrie	135,5	135,5	95,0
Portugal	78,0	74,0	74,0
Brésil	68,0	73,0	73,0

3 Une consommation mondiale en légère progression

Pour la campagne 2013/2014, la consommation augmenterait très légèrement, passant de 3 041 000 t à 3 056 500 t en particulier grâce aux prévisions de reprise économique en Espagne (580 000 t), en Italie (600 000 t) et en France (99 600 t). Elle continuerait à diminuer en Grèce (185 000 t) mais resterait stable au Portugal (74 000 t). Elle baisserait en général dans les pays non producteurs de l'UE (204 200 t), ainsi que dans pratiquement tous les autres pays membres du COI, en particulier en Syrie, mais aussi du fait certainement de la baisse de production en Turquie et en Tunisie, tandis qu'elle resterait inchangée en Algérie (où l'on estime que la production sera similaire à celle de la campagne précédente).

Dans les pays producteurs non membres du COI, la consommation d'huile d'olive serait stable aux États-Unis (294 000 t) et en Palestine mais augmenterait légèrement en Australie. Dans les pays non producteurs – au Brésil, au Canada, au Japon, en Russie, en Chine, au Mexique et en Suisse – elle resterait globalement inchangée par rapport à la campagne précédente.

Le Tableau 2 donne un aperçu de la consommation des dix premiers pays pour les campagnes 2011/2012 à 2013/2014.

Les chiffres de ce tableau résultent bien évidemment d'habitudes de consommation différentes. Ces habitudes expliquent que les États-Unis se classent entre les trois premiers consommateurs mondiaux que sont l'Italie, l'Espagne et la Grèce, plus grand consommateur mondial par habitant.

4 Les exportations vers le marché mondial pèsent moins que le commerce intracommunautaire

Pour la campagne 2013/2014, il est estimé que les exportations mondiales atteindraient 754 500 t. Plus de 72 % de ces exportations mondiales partiront de l'Union européenne, principalement d'Espagne et d'Italie. Les autres pays membres du COI participeront à 23 % des exportations, soit 176 000 t, avec

Tableau 3. Classement prévu en 2013/2014 des 10 premiers exportateurs d'huile d'olive et volumes exportés (en milliers de tonnes) au cours des trois dernières campagnes.

Pays exportateurs	Exportations		
	2011/2012	2012/2013 (prov.)	2013/2014 (prév.)
Italie	233,2	216,4	243,0
Espagne	248,0	177,5	225,0
Tunisie	129,5	175,0	60,0
Portugal	51,5	56,0	55,8
Turquie	20,0	30,0	50,0
Syrie	25,0	25,0	25,0
Argentine	23,5	12,0	21,0
Chili	10,0	14,0	14,0
Grèce	15,5	11,0	13,0
Maroc	11,0	11,0	11,0

à leur tête la Tunisie (en fort recul), suivie de la Turquie, de la Syrie, de l'Argentine et du Maroc (Tab. 3).

Les exportations des pays producteurs non membres du COI pourraient attendre 34 000 t, dont 14 000 t correspondraient au Chili, 6500 à l'Australie, 4500 aux États-Unis et 3500 à la Palestine.

Au cours de la campagne précédente (2012/2013), le commerce de l'huile d'olive et des huiles de grignons d'olive a progressé sur les marchés d'importation, avec une hausse de 21 % au Japon, 8 % en Russie et 2 % au Brésil, tandis qu'il perdait 15 % en Australie, 4 % aux États-Unis, 5 % au Canada et en Chine. Les États-Unis demeurent le premier importateur mondial (39 % du total des importations), suivis de l'UE (13 %). Les données concernant cette dernière montrent une hausse de 65 % pour les importations extra-UE et une baisse de 9 % pour les acquisitions intra-UE par rapport à la même période de la campagne précédente, évidemment liée à la faible production d'huile d'olive de l'Espagne en 2012/2013.

Si le marché mondial est de l'ordre de 700 à 800 000 t par an, il faut avoir conscience que le marché intracommunautaire dépasse le million de tonnes. Il est structuré autour de l'Espagne, du fait qu'elle dégage un disponible pour l'exportation vers les pays tiers et pour les livraisons intracommunautaire de plus de 900 000 t, hors accident climatique comme en 2012/2013. Les deux autres acteurs clés sont l'Italie et la Grèce.

Sur son disponible, l'Espagne a livré en 2011/2012 de l'ordre de 680 000 t aux autres pays européens mais seulement 502 116 t en 2012/2013 du fait de la forte baisse de sa production. Les principaux clients de l'Espagne sont d'abord deux pays à vocation ré-exportatrice (l'Italie – qui importe 400 000 t d'Espagne et livre ensuite de l'ordre de 157 000 t aux pays européens et exporte vers les pays tiers environ 250 000 t par an – et le Portugal – qui importe un peu moins de 100 000 t d'Espagne et exporte ensuite essentiellement vers le Brésil, 4 100 t en 2012/2013), suivis de deux pays importateurs : la France avec 95 200 t et le Royaume-Uni avec 41 309 t.

Pour sa part, l'Italie se caractérise à la fois par une consommation nationale inférieure à sa production et par une vocation de livraisons intracommunautaires (notamment vers l'Allemagne et la France), pour un volume de l'ordre de

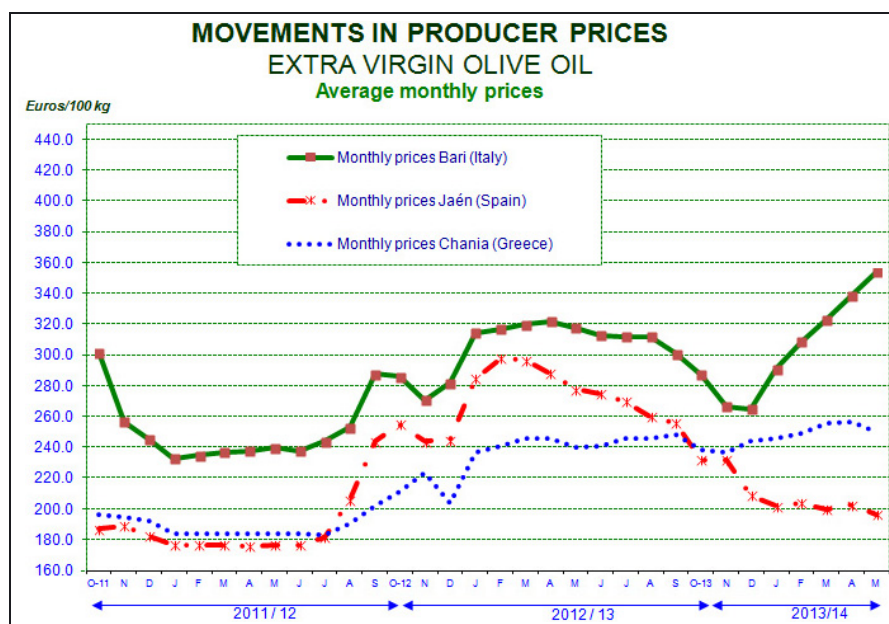


Fig. 1. Évolution mensuelle des prix à la production de l'huile d'olive vierge extra sur les trois principaux marchés européens (Bari, Italie ; Jaén, Espagne et La Canée, Grèce) au cours des trois dernières campagnes oléicoles (2011/2012, 2012/2013 et 2013/2014).

157 000 t, et d'exportation vers les pays tiers (notamment les États-Unis), pour un total de l'ordre de 250 000 t. Pour satisfaire cette double vocation, l'Italie achète en vrac des huiles en provenance de l'UE (Espagne et Grèce) et de pays tiers (Tunisie essentiellement). En 2012/2013, elle a ainsi acheté 218 162 t à l'Espagne (en recul de 47 % par rapport à 2011/2012 du fait de la faible récolte espagnole), 67 726 t à la Grèce (en hausse de 67 % grâce à une bonne récolte) et 70 967,5 t à la Tunisie (en hausse de 2 % grâce à une excellente récolte).

Quant à la Grèce, elle dispose d'une production supérieure à sa consommation de 100 à 200 000 t selon les années. Ce disponible est à plus de 90 % livré au sein de l'UE, en premier lieu à l'Italie (pour 90 à 150 000 t) et en second lieu à l'Espagne, en cas de faible production espagnole comme en 2012/2013 et de bonne récolte grecque (37 375 t en 2012/2013 contre 2 510 t en 2011/2012).

5 Une rentabilité fragilisée

À la fin du mois d'octobre 2013, les prix à la production de l'huile d'olive vierge extra étaient de 2,36 €/kg à Jaén (Espagne) et à Héraklion (Grèce) et de 3,04 €/kg à Bari (Italie). Le choix de prendre des références de prix dans ces trois pays s'explique par le fait qu'à eux seuls ils représentent 71 % de la production mondiale et 58 % des exportations mondiales.

L'évolution de ces marchés influence par conséquent aussi bien les prix pratiqués dans les autres régions de l'UE que dans les autres pays producteurs, notamment pour les huiles que ces derniers destinent à l'exportation. Cela dit, ces cotations doivent surtout être examinées pour leurs fluctuations car leurs valeurs absolues reflètent la situation de la principale région productrice de chaque pays et ont donc tendance à être inférieures à celles pratiquées dans d'autres régions de ces pays.

Cela étant, il est communément admis que ces prix au cours des trois dernières campagnes (cf. Fig. 1) ont été particulièrement bas (notamment en 2011/2012). Cette situation est préoccupante dans la mesure où elle est de nature à remettre en question la rentabilité de cette production agricole dans les zones rurales les moins compétitives où elle joue un rôle si important, que ce soit dans de nombreuses zones de la Méditerranée ou dans certaines régions du Nouveau Monde.

Face à cette tendance qui fragilise la pérennité de certaines exploitations, des efforts sont engagés non seulement pour poursuivre les efforts de baisse des coûts de production, mais aussi pour concentrer l'offre encore trop atomisée et mieux résister à la pression de la demande extrêmement concentrée de la grande distribution et des conditionneurs. D'autres efforts portent sur la mise en place d'actions collectives basées sur des signes de qualité supérieure justifiant un prix de vente plus élevé.

6 Un marché globalisé

L'augmentation de la production s'est heureusement accompagnée, grâce aux efforts de promotion des acteurs publics et privés du secteur, d'une augmentation de la consommation, passant de 2 millions de tonnes au milieu des années 90 à plus de 3 millions de tonnes aujourd'hui. Un autre fait important est la globalisation de cette consommation, parfaitement résumée dans le titre d'un récent article d'OCL : *L'huile d'olive, produit emblématique à la dérive des continents et des consommateurs*. Il y a dix ans, les pays non membres du COI contribuaient à 12,5 % de la consommation mondiale ; aujourd'hui, ils consomment près de 25 % des huiles commercialisées.

Les études de marché menées ces dernières années par le COI en Chine, en Russie, aux États-Unis, au Canada, au Brésil, au Japon et en Australie confirment cette tendance. On peut

Tableau 4. Classement prévu en 2013/2014 des 10 premiers importateurs d'huile d'olive et volumes importés (en milliers de tonnes) au cours des trois dernières campagnes.

Pays importateurs	Importations		
	2011/2012	2012/2013 (prov.)	2013/2014 (prév.)
États-Unis	300,0	288,0	290,0
Brésil	68,0	73,0	73,0
Italie	73,9	90,0	69,0
Japon	43,0	51,0	51,0
Chine	40,0	39,0	40,0
Canada	39,5	37,5	37,5
Australie	31,5	28,5	30,0
Russie	24,0	27,0	27,0
Espagne	14,2	50,0	15,3
Suisse	13,5	14,0	14,0

affirmer que cette augmentation de la consommation est très liée au fait que les consommateurs du monde entier accordent de plus en plus d'importance à la qualité, à la santé et aux aspects organoleptiques des aliments, ce qui favorise certainement l'huile d'olive.

Produit régional – presque strictement méditerranéen – il y a quelques décennies, l'huile d'olive s'est progressivement imposée aux États-Unis avant de devenir un produit global puisqu'elle est aujourd'hui commercialisée sur les 5 continents dans plus de 150 pays.

Cette situation suppose plusieurs défis : le premier est qu'aujourd'hui 82 % des importations mondiales sont réalisées par des pays qui ne sont pas membres du COI (Tab. 4), c'est-à-dire des pays qui n'ont aucune responsabilité légale de respecter les normes du COI dans leur commerce international.

Une meilleure connaissance des produits semble encourager les consommateurs à réclamer plus d'informations et un contrôle accru des produits mis en vente alors que des initiatives privées voient le jour, tant au niveau des producteurs locaux que des importateurs, pour proposer des labels de conformité aux normes du COI ou des labels de qualité supérieure réservés à des huiles d'olive vierges extra dites « premium ». Cette évolution des comportements s'inscrit dans un contexte où il appartient à la qualité d'être un argument de poids pour justifier le différentiel de prix entre l'huile d'olive et les autres huiles végétales.

Autre signe distinctif, le bio, dont le marché se développe progressivement mais reste marginal. En effet les surfaces

cultivées en bio ne représentent que 5,4 % des surfaces oléicoles totales (soit près de 500 000 hectares certifiés). Elles sont majoritairement (à 75 %) le fait d'exploitations européennes (contre 25 % en Afrique du Nord) (Afidol, 2013).

7 Conclusion

L'économie oléicole mondiale vit une globalisation de la demande. L'offre de son côté évolue sur base de nouveaux modèles de production agricole. Au cours de la prochaine décennie, la production restera concentrée dans les pays membres du COI tandis que l'offre sur le marché mondial pourrait se diversifier quelque peu et voir émerger de nouveaux acteurs à côté des trois grands traditionnels que sont l'Espagne, l'Italie et la Tunisie. On pense notamment à la Turquie, à la Syrie (demain) et au Maroc et, parmi les nouveaux producteurs, à l'Argentine et au Chili.

Cette globalisation de la demande s'accompagne d'un enjeu majeur pour le COI. En effet, si ses membres, qui représentent 98 % de la production mondiale et 96 % des exportations vers le marché mondial, sont tenus juridiquement d'appliquer les normes du COI dans leur commerce international, il n'en va pas de même pour les pays qui ne sont pas membres du COI. Or ces pays représentent 82 % des importations mondiales. Sans attendre le renouvellement de l'Accord international du COI qui pourrait se traduire par des dispositions qui facilitent l'adhésion de ces pays, le COI s'efforce déjà de promouvoir l'utilisation de ses normes par tous les pays. Pour ce faire, il travaille étroitement avec le Codex Alimentarius pour que la norme qu'il édite au niveau mondial pour l'huile d'olive soit la plus proche possible de celle du COI. Il promeut également sa norme à l'occasion de ses campagnes de promotion dans les pays importateurs et aide les associations d'importateurs à mettre en œuvre des programmes de certification de conformité avec la norme du COI. Enfin, il permet aux laboratoires d'analyse physico-chimique et aux laboratoires d'analyse sensorielle des pays non membres du COI de participer aux tests d'agrément que le COI organise chaque année.

Références

- Afidol. 2013. *Le Nouvel Olivier* 94.
 Palma G, Padilla M. 2012. Un produit emblématique à la dérive des continents et des consommateurs : l'huile d'olive. *OCL* 19 : 283–289.

Cite this article as: Jean-Louis Barjol. L'économie mondiale de l'huile d'olive. *OCL* 2014, 21(5) D502.