



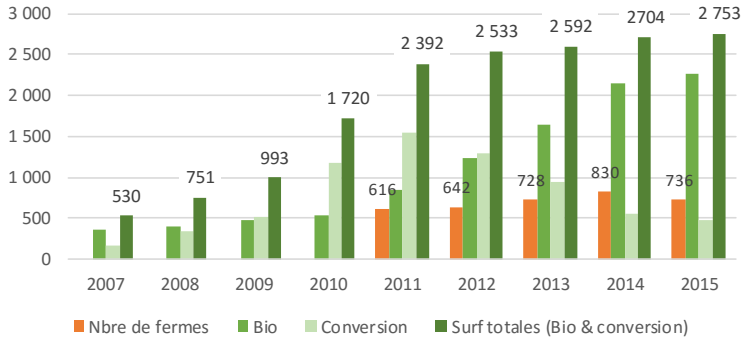
• **BIO DE PROVENCE** •
ALPES • CÔTE D'AZUR
 Les Agriculteurs **BIO** de PACA

La filière Oléiculture Biologique en Provence Alpes Côte d'Azur - Edition 2016



Les oliviers en production

Evol Surf oléicoles régionales (Bio & conversion)
 en Ha - 2011 à 2015



France

4811 Ha (Bio & conversion)
1401 oléiculteurs – \searrow 200 fermes
Taux de SAU : 25% des oliviers en bio
Surf 2014/15 : \nearrow 153 Ha



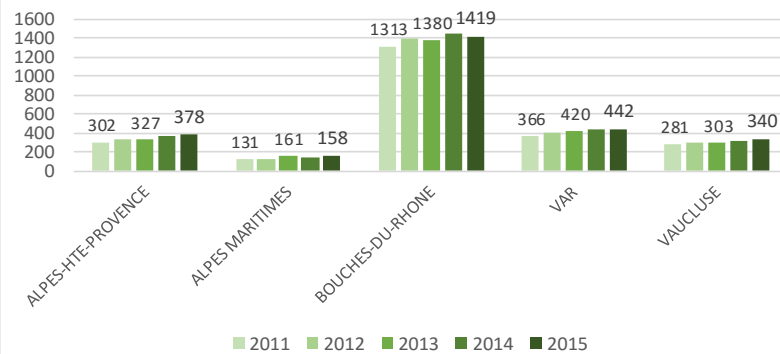
A RETENIR :

- **Conversion** : La baisse des surfaces en conversion (- 11%) se poursuit dans tous les départements de la région, excepté les Alpes Maritimes (+30%).
- **51,8%** des surfaces régionales se situent dans les **Bouches du Rhône**, **1^{er} département oléicole bio français** .

Repères PACA (Fin 2015)

- **2753 Ha** (Bio & Conversion) - **1^{ère} région française**
- **2259 Ha** certifiés bio - \nearrow de 109 Ha
- **494 Ha** en conversion - \searrow de 61 Ha
- **Taux de SAU** : 27,4% du verger oléicole régional en bio
- **736 oléiculteurs bio** - \searrow de 1 fermes
- **Evol surfaces bio** (2015/2014) : \nearrow 49 Ha

Evolution surfaces oléicoles (Bio & conversion)
 par départements, en Ha - 2011 à 2015



Répartition régionale des oléiculteurs biologiques - Fin 2015

Vaucluse

340 Ha (Bio & conversion)
 55 Ha en conversion - \searrow 8 Ha
 Taux SAU bio : 30,9%
 207 oléiculteurs - \searrow 8 fermes
 Evol surf (2015/2014) : \nearrow 20 Ha

Alpes de Haute Provence

378 Ha (Bio & conversion)
 67 Ha en conversion - \searrow 10 Ha
 Taux SAU bio : 28,7%
 104 oléiculteurs - \nearrow 2 fermes
 Evol surf (2015/2014) : \nearrow 16 Ha

Alpes Maritimes

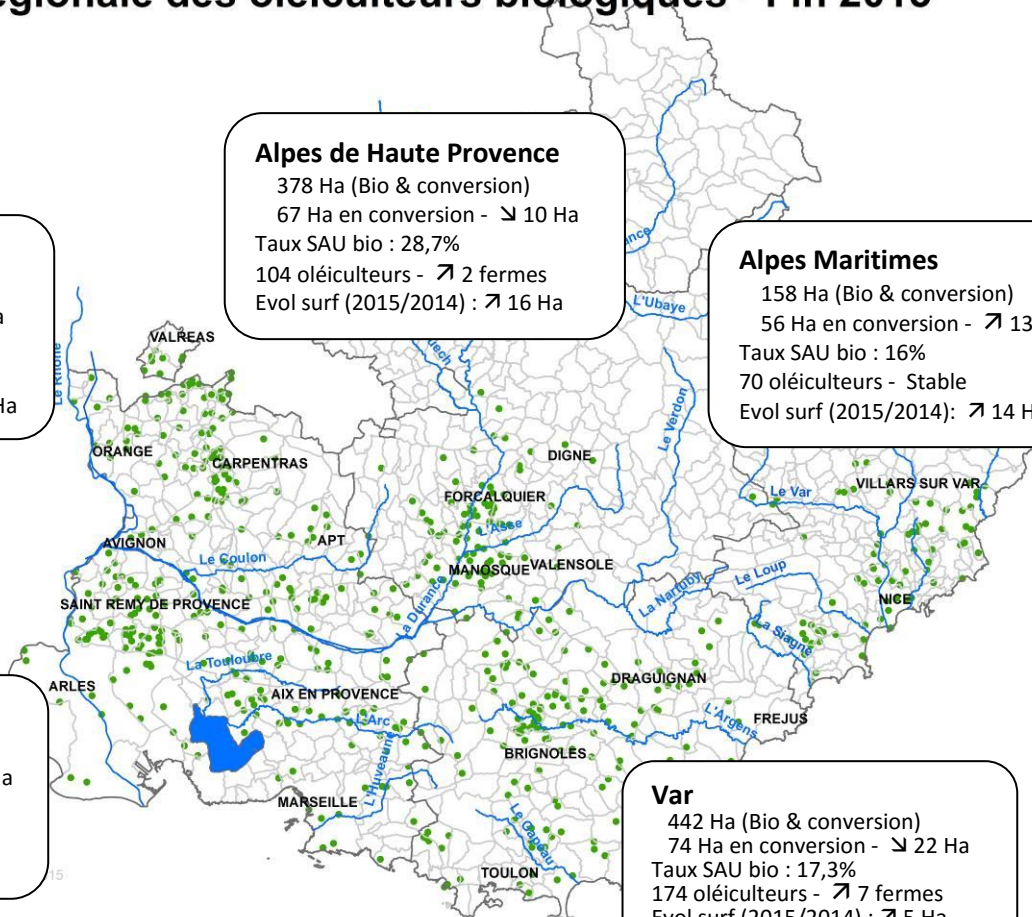
158 Ha (Bio & conversion)
 56 Ha en conversion - \nearrow 13 Ha
 Taux SAU bio : 16%
 70 oléiculteurs - Stable
 Evol surf (2015/2014) : \nearrow 14 Ha

Bouches du Rhône

1419 Ha (Bio & conversion)
 226 Ha en conversion - \searrow 49 Ha
 181 oléiculteurs - \searrow 2 fermes
 Taux SAU bio : 34,6%
 Surf 2015/14 : \searrow 24 Ha

Var

442 Ha (Bio & conversion)
 74 Ha en conversion - \searrow 22 Ha
 Taux SAU bio : 17,3%
 174 oléiculteurs - \nearrow 7 fermes
 Evol surf (2015/2014) : \nearrow 5 Ha



0 15 30 60 Kilomètres

Analyse prospective : les oliviers bio en PACA

FORCES

- ❖ **1^{ère} région oléicole française** en surfaces cultivées (2753 Ha) et en nombre d'oléiculteurs bio (près de 740 domaines).
- ❖ Un verger oléicole certifié AB en progression.
- ❖ **Outils de transformation performants** : de nombreux moulins et fabricants à façon (tapenades, pâtes d'olives) certifiés Bio, répartis sur l'ensemble de la région PACA.
- ❖ **Diversité et spécificité des terroirs** : forte typicité de nos huiles d'olives bio, valorisées par plusieurs AOC.
- ❖ **Les atouts santé de l'huile d'olive** : Dotée d'antioxydants et de vitamine E ; effets anti-cholestérol et anti-âge. Elle participe grandement aux effets bénéfiques du régime méditerranéen.

FAIBLESSES

- ❖ **Freins techniques** :
 - Le passage d'une oliveraie en Bio demande un vrai suivi professionnel de toutes les phases de la conduite de son verger (fertilisation...).
 - **Absence de méthode de désamérisation** des olives en bio (soude interdite), ce qui ralentit le développement d'une gamme en olives de table et produits dérivés.
 - Des variétés d'olives phares, encore peu utilisées en transfo (Aglandau vs Grossane/Picholine), du fait du poids de la tradition.
- ❖ **Freins économiques** : manque de compétitivité qui nécessite de se professionnaliser : densité de plantation des vergers ; coûts de production élevés ; rendements moindres en bio ; besoin d'équipements (désherbage mécanique), pour limiter le coût de la main d'œuvre.
- ❖ **La part d'olives produites en AB ne couvre pas les besoins en consommation**, de même que l'huile d'olive française conventionnelle.

OPPORTUNITES/ENJEUX

- ❖ **Diffusion des moyens de lutte contre la mouche de l'olivier** en AB : utilisation de l'argile blanche ; du Spinosad.
- ❖ **Opportunités de nouveaux débouchés commerciaux** (France ; export : Europe du Nord ; Asie (Japon)) : les magasins bio sont un réel créneau, pour l'olive de table et les produits dérivés (tapenade, pâte d'olives). Ce débouché est encore marginal en bio, alors que la demande des opérateurs et des consommateurs est soutenue.
- ❖ **Positionnement** : la certification bio est considérée comme un attribut produit supplémentaire, en plus de son positionnement haut de gamme : produit « artisanal de luxe ».
- ❖ **Forte demande sociétale** (terroir, typicité, proximité, bio) ; **potentiel de consommation** dans notre région : grandes agglomérations urbaines et zones touristiques (vacanciers – massifs alpins et région côtière). Consommation annuelle en France : 1,7 kg d'huile/habitant. Prix de vente aux touristes intéressant.
- ❖ **Qualité organoleptique et nutritionnelle** reconnues de l'huile d'olive (bio et non bio), avec un impact santé fort.

MENACES

- ❖ **En production** :
 - Problème de lessivabilité de l'argile en période pluvieuse, qui nécessite des applications répétées (coûts supplémentaires).
 - Besoin de pulvérisateur performant.
 - Risque potentiel lié à Xyllela Fastidiosa.
 - Depuis 2011, poursuite de la baisse régulière des surfaces oléicoles en conversion : 1592 Ha (2011) à 478 Ha (2015).
 - ❖ **Une production à haut niveau qualitatif** à défendre (produit haut de gamme) : avec quelle **mise en marché** et **pour quels débouchés** ?
 - ❖ **Culture historique très répandue en méditerranée** dans des **pays producteurs techniquement « en pointe », y compris en bio** (surfaces certifiées, rendements/arbres, volumes produits) : Italie* (1^{er} producteur d'olives bio de l'UE : 175 946 Ha en 2013) ; Espagne : 168.039 Ha en 2012) ; Tunisie (285 000 Ha*) ; Grèce (56 970 Ha) et Turquie (21 920 Ha). *Bio Marché Info.
 - ❖ **Offre élevée en olives et très concurrentielle** (huiles d'olives/olives de table) bio ou non :
 - UE* : Italie (Pouilles et Sicile : 153 000 tonnes d'olives bio - 2013) ; Espagne (Andalousie : 148 871 tonnes - 2013) ; Grèce.
 - Hors UE : Tunisie, 1^{er} producteur mondial d'huiles d'olives : en 2015, 27 000 tonnes exportées en bio (dont 6000 T en France) ; Turquie.
- *Source : Agence Bio et AFIDOL.

Se convertir en bio peut être une solution économique pour la ferme qui permet de conserver la qualité des sols, le maintien de la biodiversité et des éco-systèmes. *Selon la technicité et les perspectives de débouchés commerciaux.*

Contact Rédaction : Claire RUBAT DU MERAC

Chargée de commercialisation

04 90 84 03 34 - claire.rubatdumerac@bio-provence.org

Rubrique Commercialiser en bio : www.bio-provence.org

Relecture François Warlop (GRAB).



L'utilisation de tout ou partie de ce document est soumise à l'accord de son auteur : contact@bio-provence.org