

# DÉBAT

*Alors que la consommation d'huile d'olive ne cesse de croître depuis vingt ans, les consommateurs français boudent l'huile d'olive française et lui préfèrent l'espagnole et l'italienne. Problème de prix ? D'image ? De distribution ?*

Débat animé par Marise Sargis et Patricia Alexandre • photos Pascal Ménard



## Olivier Baussan

**Ambassadeur du pays provençal**, il a créé les marques Oliviers & Co, l'Occitane et un écomusée consacré à l'olivier, à Volx. Nourri au sein de l'huile d'olive traditionnelle, il défend les oléiculteurs provençaux dans sa nouvelle enseigne **Première** pression Provence, dont il a inauguré un sixième magasin rue Daguerré, à Paris, et un ingénieux orgue aux huiles. Il a quitté Oliviers & Co et demeure directeur artistique de l'Occitane.

**F**ière de recenser huit appellations d'origine protégée, l'oléiculture française (à 80 % provençale) n'en reste pas moins méconnue des consommateurs français. De très belle qualité mais plus chères que les autres, ces huiles sont introuvables dans les rayons alors que les cuves sont pleines. Quelles pistes pour inverser la tendance ? La grande distribution, le luxe ou le bio ?

Depuis dix ans, la filière française forme les oléiculteurs à tour de bras. Les producteurs maîtrisent désormais le fruité vert et apprivoisent le fruité noir - une spécialité provençale au goût fermenté qui n'est pas sans chiffonner les normes européennes. Face à une crise de surproduction sans précédent, les Provençaux cherchent de nouveaux débouchés face à la concurrence acharnée des pays du pourtour méditerranéen qui produisent des tonnes à des prix bien inférieurs. Comment caser ces surplus sans brader ce produit haut de gamme aux goûts subtils dont la culture se prête facilement au bio ? C'est ce que nous avons demandé à nos deux invités lors de ce débat qui annonce une nouvelle ère, celle de l'entrée de l'huile d'olive de Provence dans la grande distribution... Une révolution au pays de Jean Giono.



**« NOUS, EN PROVENCE, NE VOULONS PAS NOUS BATTRE CONTRE LES ESPAGNOLS ET LES GRECS SUR LE CORPS GRAS, PARCE QU'IL FAUDRAIT RÉAMÉNAGER L'ESPACE ENVIRONNEMENTAL, DÉTRUIRE POUR PRODUIRE PLUS. ON SE BAT SUR LE GOÛT ET LA DIVERSITÉ » OLIVIER BAUSSAN**

# HUILE D'OLIVE FRANÇAISE

## POURQUOI LES FRANÇAIS LA BOUDENT-ILS ?

**GAULT MILLAU :** Pourquoi l'huile d'olive française est-elle plus chère que l'espagnole ?

**OLIVIER BAUSSAN :** Les Espagnols se sont battus pour produire une huile d'olive bas de gamme, vierge extra, à 1,50 € le litre... et leurs producteurs tirent la langue. En Provence, pour plus de 20 €, nous vendons du terroir. C'est un combat de fourmi sur les marchés que d'expliquer ça au consommateur comme le fait Jean-Benoît...

**JEAN-BENOÎT HUGUES :** Il ne faut pas culpabiliser le consommateur qui achète une huile bas de gamme. À 6 €, il achète de la matière grasse quotidienne pour le fond de sa poêle et avec notre huile des Baux-de-Provence, nous arrivons en finition pour apporter des goûts. Il n'existe pas d'opposition entre ces deux marchés. Mais notre langage reste incompréhensible : « piquant », « herbacé », « végétal » : comment le consommateur peut-il s'y retrouver ?!

**GM :** Sur quel marché cherchez vous à positionner les huiles d'olive françaises ?

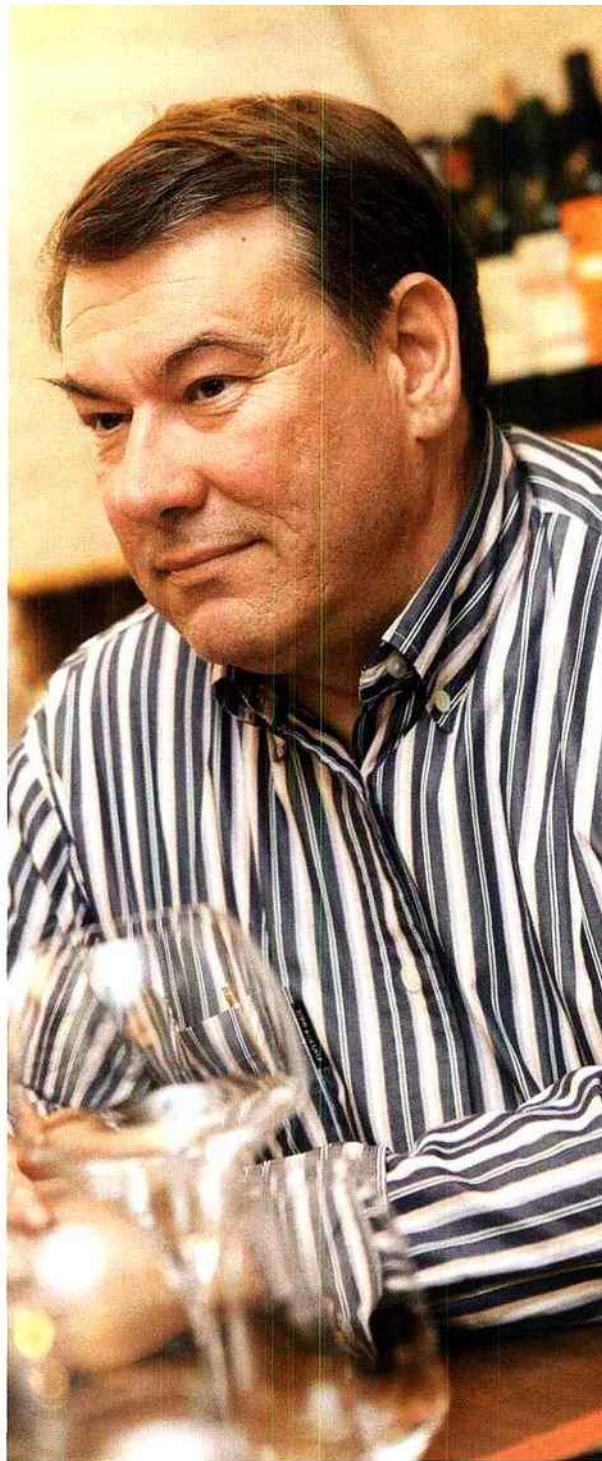
**J.-B.H. :** Il faut séparer dans la tête du consommateur la matière grasse et l'huile de Toscane, de Catalogne, d'Andalousie, de Provence...

**O.B. :** Quand j'ai démarré Oliviers & Co il y a une quinzaine d'années, c'était le début où l'on disait : ...



### Jean-Benoît Hugues

Pionnier de l'huile d'olive bio, il se bat pour la qualité. Au Moulin Castelas, cet enfant des Baux-de-Provence a ramené des États-Unis la méthode écologique au kaolin pour protéger les olives de la mouche qui les pique. Fortement impliqué dans l'interprofession oléicole, cet oliveron (qui cumule les deux casquettes producteur et moulinier) croit à la formation de tous les publics.



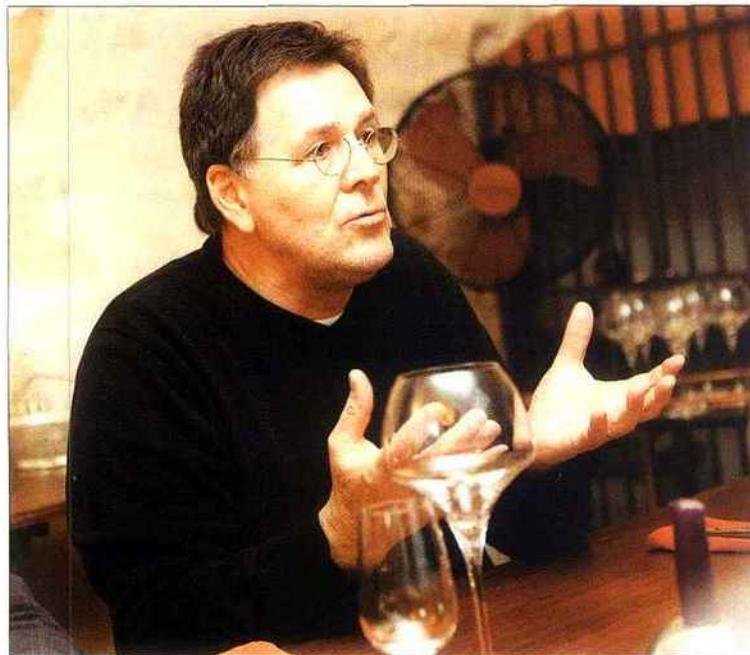
« IL NE FAUT PAS CULPABILISER LE CONSOMMATEUR QUI ACHÈTE UNE HUILE BAS DE GAMME. À 6 €, IL ACHÈTE DE LA MATIÈRE GRASSE QUOTIDIENNE POUR LE FOND DE SA POÊLE » JEAN-BENOÎT HUGUES

« Il n'y a pas une huile d'olive mais des huiles d'olive, pas un corps gras, mais des goûts différents ». En quinze ans, le marché des huiles d'olive de la Méditerranée est devenu énorme, mais la Provence est restée en plan. Je défends mes racines. Derrière chaque bouteille, il y a des gens accrochés à leur terroir. Nous, en Provence, ne voulons pas nous battre contre les Espagnols et les Grecs sur le corps gras parce qu'il faudrait réaménager l'espace environnemental, détruire pour produire plus. On se bat sur le goût et la diversité, pas pour vendre du corps gras.

**GM :** La diversité est-elle en danger dans le secteur des huiles d'olive ?

**O.B. :** Les Espagnols sont en train d'appauvrir les nappes phréatiques. Ils arrachent les vieux oliviers, en plantent de nouveaux et irriguent. Il y a un problème écologique qui émerge en Andalousie, où il n'y a plus d'autres cultures ni d'élevage car les animaux ne peuvent cohabiter sans eau.

**J.-B.H. :** La production s'autorégulera. On n'a pas intérêt à jeter la pierre à ces gens-là, c'est leur problème, ils fournissent une matière grasse intéressante aux consommateurs. Toutes les diètes mondiales ont besoin de gras, et le meilleur gras est l'huile d'olive.



« LÀ OÙ ON VA AVOIR DE L'AVANCE EN PROVENCE, C'EST AVEC LE FRUITÉ NOIR, LÀ OÙ ON EST NORMAL, C'EST AVEC LE BIO OÙ DES TECHNIQUES PERMETTENT DE NE PAS TRAITER »

OLIVIER BAUSSAN

**GM :** L'huile provençale est-elle si différente des autres ?

**O.B. :** À l'époque d'Oliviers & Co il y a quinze ans, je ne faisais que du fruité vert. Désormais tout le monde en propose. En vieillissant, j'ai envie de défendre la tradition et le fruité noir typique de Provence. Celui du moulin de Lurs de mon enfance était un peu « spécial », Jean Giono y portait ses olives...

**J.-B.H. :** C'est parce qu'on est passé maître dans nos productions de fruité vert que l'on a pu à nouveau promouvoir le fruité noir. Dans un fruité vert, on va avoir les nuances variétales, comme dans un vin de cépage. Dans un fruité noir, le cépage on ne le voit pratiquement plus. Le fruité noir est une huile de moulinier. C'est compliqué. C'est tout l'inverse du fruité vert où les fruits sont récoltés tôt et pressés comme un jus. Les olives fermentent, il faut éviter l'acide acétique en protégeant de l'oxygène. Les anciens moulins faisaient de gros tas dont on prélevait le cœur. Il y avait des cuves, des cuvées, des moments où c'était moins bon, comme pour le vin.

**GM :** Y a-t-il du fruité noir en dehors de la France ?

**O.B. :** Non, le fruité noir correspond au défaut de

« LES ESPAGNOLS SONT EN TRAIN D'APPAUVRIER LES NAPPES PHRÉATIQUES »

OLIVIER BAUSSAN



**« L'HUILE D'OLIVE  
DOIT SE QUALIFIER.  
HUILE D'OLIVE  
TOUT COURT, CELA  
NE VEUT RIEN DIRE.  
IL FAUT QUE  
L'ON SACHE FAIRE  
DÉGUSTER  
NOS ORIGINES »**

JEAN-BENOÎT HUGUES

« *chômé* » mal noté dans le cadre d'une dégustation de vierge extra.

**J.-B.H.** : C'est difficile à promouvoir car tout est formaté. Mais nous avons décidé de partir en croisade, de faire du fruité noir qualitatif sans autres défauts (moisi, rance, métallique)...

**GM** : Les producteurs français n'auraient-ils pas intérêt à promouvoir l'huile d'olive bio pour se démarquer des autres origines ?

**O.B.** : Les Espagnols, les Grecs, les Italiens font aussi du bio. Là où on va avoir de l'avance en Provence, c'est avec le fruité noir.

**J.-B.H.** : En France, cela fait six ans qu'on met sur nos arbres de l'argile, afin de protéger l'olive de la piqûre de la mouche qui était le principal problème. Ça marche très bien, même si les oliviers sont devenus blancs. La Provence est en retard sur le plan marketing, les oléiculteurs n'ont pas compris assez tôt qu'on produisait du luxe. Il faut avoir l'option bio même si on ne la met pas en avant. Dans l'esprit du consommateur, un produit haut de gamme qui n'est pas en bio sera jugé inférieur à un produit bio même plus bas en gamme.

**GM** : Est-ce que le logo AB garantit un meilleur produit au consommateur ?

**J.-B.H.** : Non pas du tout. En revanche, le bio nous oblige à réfléchir d'abord sur la culture et le goût, et c'est une bonne chose.

**O.B.** : Le bio joue sur la santé du producteur, surtout ! ...

**CHIFFRES**

**108 000**

TONNES D'HUILE D'OLIVE

sont consommées en  
France par an (2009/2010)  
contre 43 700 en 1993/1994  
(source : France Agrimer)

**5300**

TONNES D'HUILE D'OLIVE

sont produites en France  
par an (2009/2010)  
contre 2 535 en 1993/1994  
(source : France Agrimer)



## « EN VIEILLISSANT, J'AI ENVIE DE DÉFENDRE LA TRADITION ET LE FRUITÉ NOIR TYPIQUE DE PROVENCE »

OLIVIER BAUSSAN

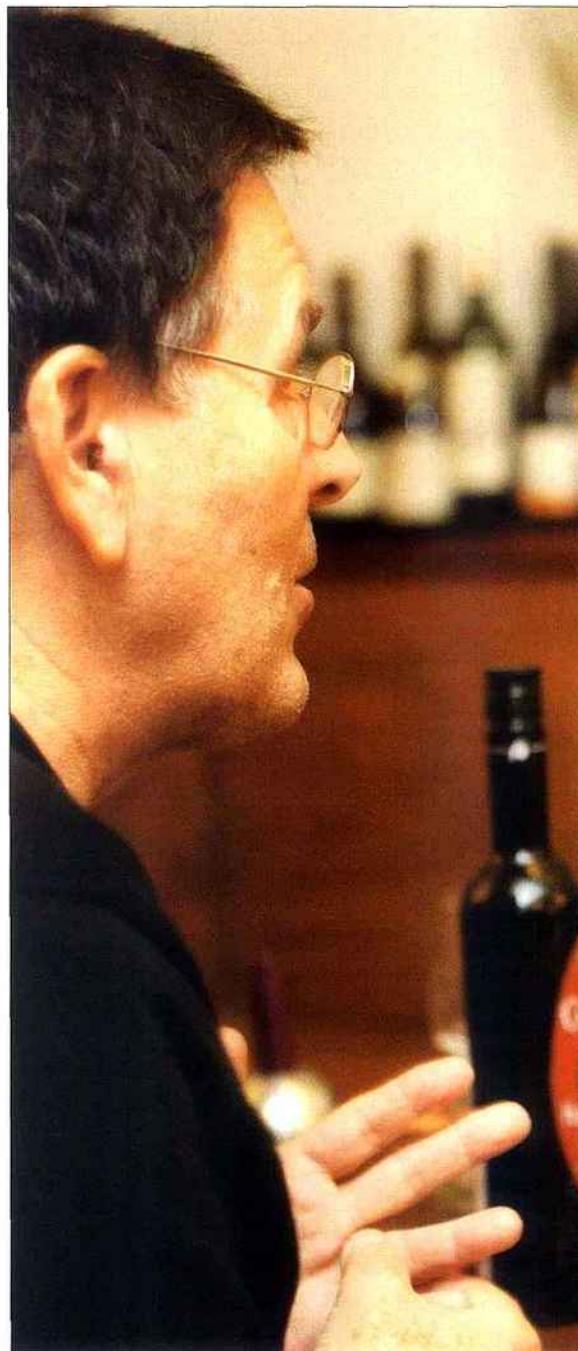
**GM :** Mais le prix ne restera-t-il pas toujours l'obstacle principal ?

**O.B. :** Je me bats pour ne pas vendre cher. Pour le moment je ne gagne rien. Je viens de lancer un orgue aux huiles que j'ai conçu avec des vitres anti-UV afin que le consommateur puisse voir les couleurs des variétés. Je l'invite à se servir lui-même avec sa propre bouteille par mesure d'économie, et j'applique un prix à 20 € le litre, comme au moulin. Mais il est vrai qu'à 4 € le litre en Espagne, on trouve de la bonne huile au sens physico chimique vierge extra.

**J.-B.H. :** 20 € le litre c'est trois fois plus cher que la Puget mais on en met trois fois moins ! Une huile standard n'a pas de goût donc vous en mettez beaucoup. Avec une huile de Provence, quelques gouttes suffisent. Il faut arrêter de nous comparer avec les produits espagnols bas de gamme. Le consommateur revient chez nous pour une question de goût. Notre solution passe par les usages : une huile pour les poissons, une autre pour les viandes... À nous de lui expliquer.

**GM :** Pourquoi ne trouve-t-on pas d'huile d'olive française dans la distribution ?

**J.-B.H. :** Aujourd'hui l'offre est supérieure à la demande. Le Provençal ne s'est pas préoccupé de développer les circuits commerciaux. Une partie de notre production va donc être vendue en vrac, et il faut l'accepter à condition que nos marques tiennent. Il va y avoir de la vente en grande distribution. On réserve les meilleures cuves à des gens comme Olivier qui savent les déguster et on vend à d'autres les cuves à travers des grossistes



6

### PAYS EUROPÉENS

producteurs d'huile d'olive :  
Italie, Espagne, Grèce,  
France, Portugal et Slovénie.

« JE ME BATS POUR  
NE PAS VENDRE CHER.  
POUR LE MOMENT  
JE NE GAGNE RIEN »

OLIVIER BAUSSAN

pour les marques des distributeurs. Cela va donner des Reflets de France, Nos Régions ont du talent.

**OB :** Là il va y avoir un problème ! Reflets de France va écrire l'origine Provence, AOP, pour beaucoup moins cher...

**GM :** Comment le consommateur va-t-il comprendre la différence ?

**OB :** La cuve Reflets de France sera moins chère que l'huile de cuve premium Castelas que tu as vendu dans ton réseau ou dans le mien. Cela va obliger l'oléiculteur provençal à baisser ses prix quoi qu'il arrive. Ça va fabriquer du trouble chez le consommateur qui va trouver de la Vallée des Baux à 10 €. Tout ça me fait peur, et me rappelle l'histoire d'Alter Eco. Les produits ont commencé à pénétrer la grande distribution avec les chocolats équitables. Jusqu'au moment où il y a eu en face les marques de distributeur et un nivellement par le bas.

**J.-B.H. :** Oui mais c'est normal que ces entrées de gamme soient proposées à certaines personnes et cela peut les emmener vers des produits meilleurs. Je n'y suis pas favorable mais on dispose des quantités qu'il faut et on est obligé.

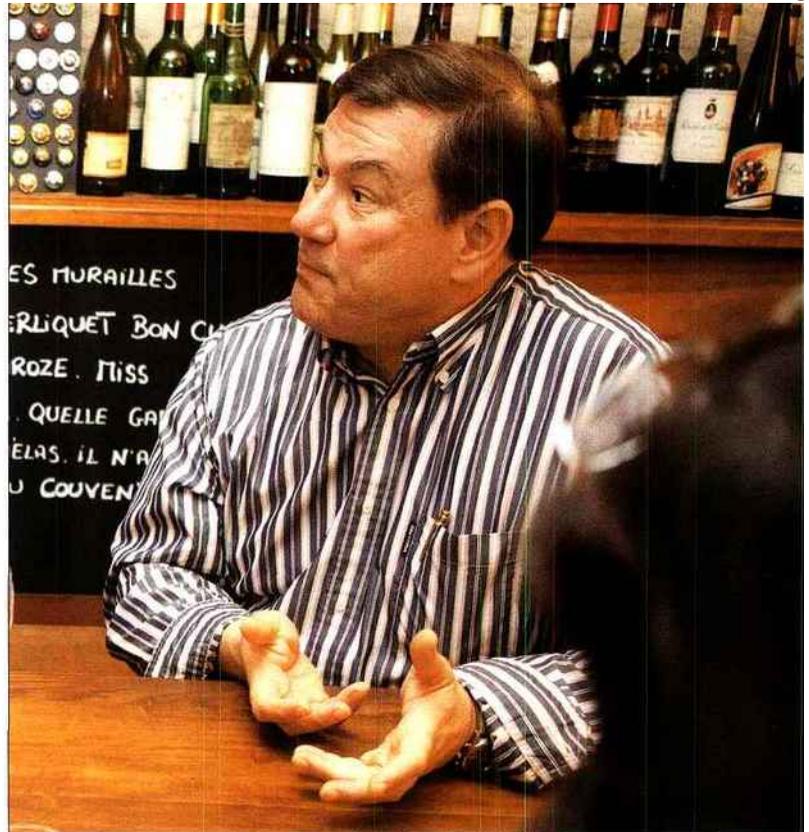
**GM :** À vous entendre, c'est comme si vous étiez contraints et forcés de passer par la grosse cavalerie ?

**J.-B.H. :** C'est vrai, mais il faut qu'on soit capable d'écouler notre production comme les vigneron le font aujourd'hui.

**OB :** Oui mais les vigneron ont les foires aux vins ! Le consommateur trouve leurs bouteilles seulement quinze jours par an. Des marques de distributeurs toute l'année, c'est dangereux. En revanche un groupement d'oléiculteurs qui accepterait pendant quinze jours une foire aux huiles au moment de la récolte est une idée intéressante.

**GM :** La promotion de l'huile d'olive française ne devrait-elle pas d'abord passer par les jeunes chefs, comme nos éthic'tables GaultMillau qui s'attachent à valoriser les produits de leur région ?

**J.-B.H. :** L'Afidol a mené un travail de fond pendant trois ans, financé en partie par l'Europe, afin de former les professeurs des lycées hôteliers à l'huile d'olive. On leur a expliqué les fruités noir, vert et mûr, contre l'avis de l'Europe qui préfère parler de léger, moyen, intense. Et ça marche super bien. À l'image du vin qui a fait sa révolution il y a cinquante ans, nous évoluons pour associer une typicité avec un usage.



**GM :** N'est-ce pas difficile de faire décliner plusieurs origines d'huile d'olive française aux chefs ?

**J.-B.H. :** L'huile d'olive doit se qualifier. Huile d'olive tout court, cela ne veut rien dire. Il faut que l'on sache faire déguster nos origines. Nous ne savons pas parler aux restaurateurs. C'est notre constat d'échec. Aujourd'hui, tout le monde sait ce que c'est qu'un bon vin. Dans l'huile d'olive on n'a pas ça. Les Américains sont mieux formés ; à New York il y a de l'huile sur la table. Pour que le chef valorise son investissement dans une huile d'olive, les Italiens ont eu l'idée de proposer des menus avec une option huile d'olive différente pour chaque plat dans l'idée de jouer un accord huile et plat.

**GM :** Quelles sont vos tables préférées à Paris ?

**J.-B.H. :** Avec ma femme, nous sommes des fidèles de La Cantine du Troquet, où Christian Etchebest s'est converti à notre huile d'olive !

**OB :** J'aime aller Au Jeu de Quilles pour les produits sains, et mon ami Pierre Hermé m'emmène souvent au Baratin.

8

#### HUILES D'OLIVE AOP

Nyons, Vallée-des-Baux-de-Provence, Haute-Provence, Aix-en-Provence, Nice, Nîmes, Corse-Oliu di Corsica, Provence.

« LE CONSOMMATEUR REVIENT CHEZ NOUS POUR UNE QUESTION DE GOÛT. NOTRE SOLUTION PASSE PAR LES USAGES, UNE HUILE POUR LES POISSONS, UNE AUTRE POUR LES VIANDES... À NOUS DE LUI EXPLIQUER QU'UNE BOUTEILLE LUI FERA UN MOIS »

JEAN-BENOÎT HUGUES