



Ministère de l'Agriculture  
du Développement Rural



Cofinancé par l'Union européenne

**pasa**

Programme d'Appui au Secteur  
de l'Agriculture en Algérie

# Expertise France – Programme PASA

## Etude des options de conditionnement et de marketing de l'huile d'olive de Kabylie

### Rapport de Benchmarking



# Sommaire

<b>Rappel du contexte et des enjeux du projet</b>	<b>04</b>
<b>Approche méthodologique</b>	<b>07</b>
<b>Benchmark d'expériences pays et Success Story</b>	<b>10</b>
<b>Analyse comparative par pays</b>	<b>68</b>
<b>Synthèse des expériences du benchmark</b>	<b>73</b>
<b>Principaux enseignements de l'étude</b>	<b>77</b>



# 1

**Rappel du  
contexte et des  
enjeux du projet**

# Rappel du contexte et des enjeux du projet

## Contexte du projet

Fort de son expérience de la précédente étude du secteur oléicole algérienne, et afin de faciliter la mise en œuvre des objectifs de développement du secteur oléicole de la Kabylie. Expertise France a décidé d'entreprendre une étude des options de conditionnement et de marketing et d'identifier les opportunités de développement en local.

Le projet comporte quatre grandes étapes :

1. Établissement de l'état de l'art sur les options de conditionnement et de marketing et la réalisation d'un rapport de benchmark sur des expériences similaires du bassin méditerranéen ;
2. Réalisation d'une étude des options de conditionnement et de marketing et de labélisation ;
3. Identification de structures locales et développement de partenariats dans la région ;
4. Établissement d'un rapport de restitution et support de communication ;

La première phase de ce deuxième volet du projet et plus particulièrement le benchmark opérationnel qui est traité dans ce présent rapport a pour objectif de présenter des expériences privées et/ou collectives de packaging associées ou non à un marketing territorial.

## Rappel des objectifs du benchmark

- Disposer d'une analyse comparative d'expériences similaires dans le bassin méditerranéen ;
- Sélection des succès story de packaging collectif au niveau du bassin méditerranéen ;
- Recenser les avantages et inconvénients des expériences des acteurs privés et/ou collectifs et d'évaluer les forces et les faiblesses de chaque expérience et d'analyser les meilleures pratiques ;
- Mettre en perspective l'ensemble des enseignements du benchmark pour renforcer et inspirer les acteurs du secteur oléicole local.

# Liste des acronymes

AIPO	Association de catégorie pour les professionnels holistiques
API	Agence de promotion de l'industrie
APIA	Agence de promotion des investissements agricoles
ASSITOL	Association italienne de l'industrie pétrolière
CEPEX	Centre de promotion des exportations
COI	Conseil oléicole international
CNO	Consortium national des oléiculteurs
DAB	Direction Générale de l'agriculture biologique
DGEDA	Direction Générale des études et du développement agricole
DGFIOP	Direction Générale du financement, des investissements et des organismes professionnels
DGPA	Direction Générale de la production agricole
FAMEX	Fonds d'accès aux marchés d'exportation
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FEDROLIO	Fédération nationale du commerce du huile
FOOI	Organisation interprofessionnelle de l'huile d'olive
FOPRODEX	Fonds de promotion des exportations
FOPROHOC	Fonds de promotion de l'huile d'olive conditionnée
FSDO	Fonds spécialisé de développement oléicole
GDA	Groupement de développement agricole
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
INS	Institut national de la statistique
IO	Institut de l'olivier
IPFA	Initiative pour la promotion des filières Agricole
MENA	Moyen-Orient et Afrique du Nord (Middle East and North Africa)
MARHP	Ministère de l'agriculture et des ressources hydrique et de la pêche
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONH	Office nationale de l'huile
PACKTEC	Centre technique de l'emballage et du conditionnement
PET	Polyéthylène téréphtalate
SMSA	Société Mutuelle des services Agricole
UE	Union européenne
UNAPOL	Union nationale des associations de producteurs d'olives
UNASCO	Union nationale des oléiculteurs
UNAPROL	Consortium oléicole italien
UTAP	Union tunisienne de l'agriculture et de la pêche
UTICA	Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat
USA	Etats-Unis

# 2

## **Rappel du contexte et des enjeux du projet**



# Approche méthodologique

Le projet a ciblé les coopératives et groupements qui ont réussi à :

- Créer une unité de conditionnement
- Commercialiser leurs huiles d'olive sous une marque.

Le benchmark s'est basé sur l'analyse des coopératives et de groupements opérant dans le bassin méditerranéen, en sélectionnant trois pays :

- Tunisie;
- Italie;
- Portugal.

Les critères de sélection étaient les suivants :

- Pays partageant des caractéristiques culturelles proches de l'Algérie avec une filière oléicole active ;
- Pays présentant des configurations de marché et de niveaux de développement économiques différents;
- Pays qui ont un potentiel de développement avéré dans le conditionnement et la commercialisation d'huile d'olive.

Les données ont été recueillies à partir de :

- Publications gouvernementales et organisation professionnelles;
- Études sectorielles;
- Articles de presse;
- Interviews téléphoniques avec les coopératives.

Dans ce rapport, nous étudions 7 Success Story du bassin méditerranéen. Une approche par pays choisi, prend en compte les aspects qui ont facilité le développement des collectifs oléicole. Les éléments d'analyse par pays sont structurés comme suit :

- Caractéristiques de la filière en termes de production et de conditionnement;
- Description de la dynamique du marché;
- Dispositifs de promotions et d'aides au secteur oléicole et plus précisément pour les coopératives;
- Situation des coopératives et organisations.
- Modèle d'affaire des regroupements professionnels (cluster, coopératives...).

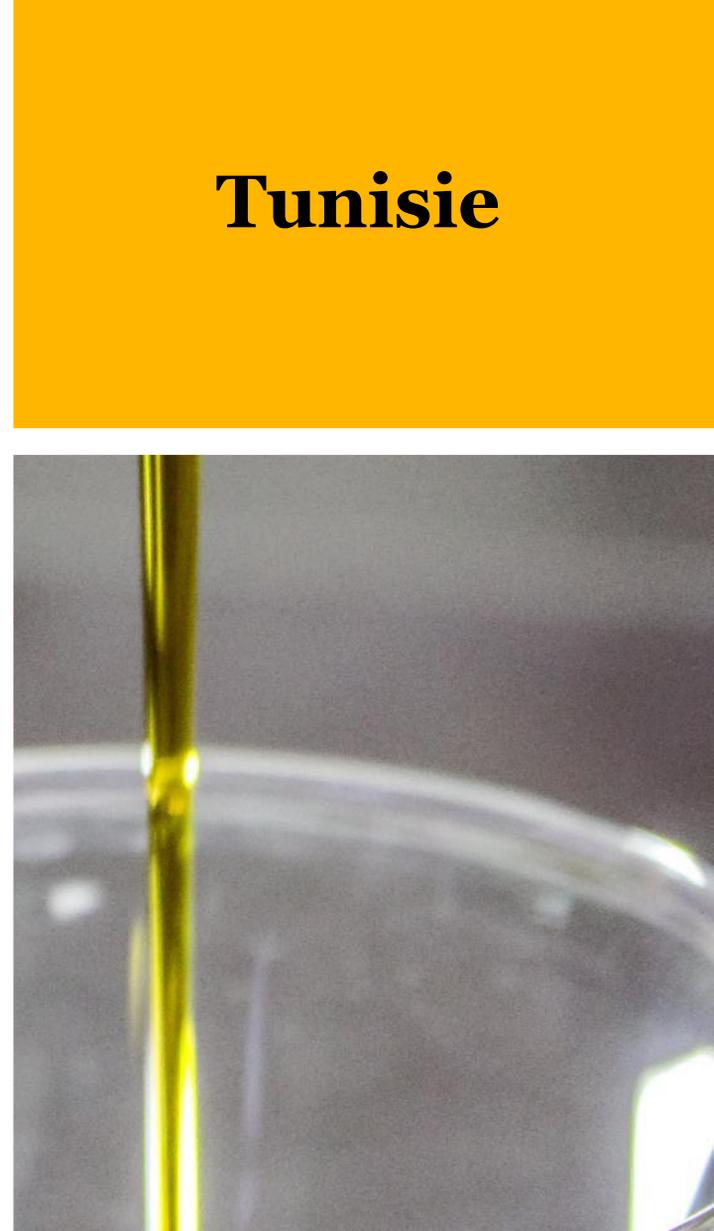
# 3

## Benchmark d'expériences pays et Success Story





**Tunisie**



# Benchmark - Tunisie



## Caractéristiques de la filière oléicole

La Tunisie est le pays du sud de la Méditerranée le plus connu dans le domaine de la culture des oliviers et de l'exportation de l'huile d'olive, après l'Union européenne

L'oléiculture constitue pour la Tunisie la **principale activité agricole** et son rôle socio-économique revêt une importance capitale. L'ancrage de cette culture dans les traditions tunisiennes, qui privilégient la production et la consommation de l'huile d'olive, fait que l'olivier contribue à la formation du revenu de **309 000 exploitants**.

Ainsi, l'oléiculture constitue une activité principale pour **60 %** des exploitants agricoles employés dans les différents maillons de la filière oléicole.

Les oliviers sont plantés le plus souvent en monoculture et parfois en intercalaire avec d'autres arbres fruitiers. Malgré la modernisation du secteur, notamment grâce à l'expansion des cultures intensives et super-intensives, les rendements en olives demeurent encore en deçà du potentiel réel. La Tunisie dispose de **255 000 hectares d'oliviers certifiés biologique**.

La production oléicole tunisienne est très fluctuante d'une année à l'autre, en raison du phénomène de l'alternance biologique de l'olivier et des conditions climatiques extrêmement aléatoires mais aussi du secteur de la transformation qui a été témoin durant cette dernière décennie de la création et de la modernisation des moulins, parallèlement à **l'élimination progressive des huileries traditionnelles**.

L'huile d'olive produite en Tunisie est destinée à alimenter un marché intérieur, l'autoconsommation et les approvisionnements directs auprès des huileries ou à travers des circuits informels dominant le marché local.

Il est à noter que plus de 80% de la production d'huile d'olive est destinée à l'export. **Le marché européen** est le premier marché pour l'huile d'olive tunisienne.



**1,9 M Ha**

Du territoire Tunisien est réservé aux oliviers



**240 000 Tonnes**

d'huile d'olive produite en 2021 - 2022



**1er**

Producteur d'huile d'olive biologique



**6ème**

Plus grand producteur mondial d'huile d'olive en 2020/2021



**2/3**

Des exportations de produits agroalimentaires découlent de l'huile d'olive en 2022



**+ 1750**

Huileries en Tunisie



# Benchmark - Tunisie

## Caractéristique de la filière oléicole

La Tunisie est dépositaire d'un riche héritage variétal grâce à sa situation géographique, au carrefour de nombreuses civilisations et au croisement des routes commerciales entre l'Orient, l'Afrique et l'Europe.

Néanmoins, deux variétés d'olives, la **Chemlali** et la **Chetoui**, sont les principales variétés cultivées en Tunisie.



**88 M**  
d'oliviers plantés en  
Tunisie dont 75%  
sont en pleine  
période de  
production



**255 000 Ha**  
est réservé aux  
oliviers biologiques



**132 000  
Tonnes**  
Huile d'olive  
exporté vers  
l'international



**+ 40 d'unités de  
conditionnement**



**200**  
Exportateurs  
d'huile d'olive



**43 680 T/8h**  
Capacité  
théorique de  
trituration d'olive  
journalière



Source: IOC, Articles de presse, Tunisia industry; analyse PwC



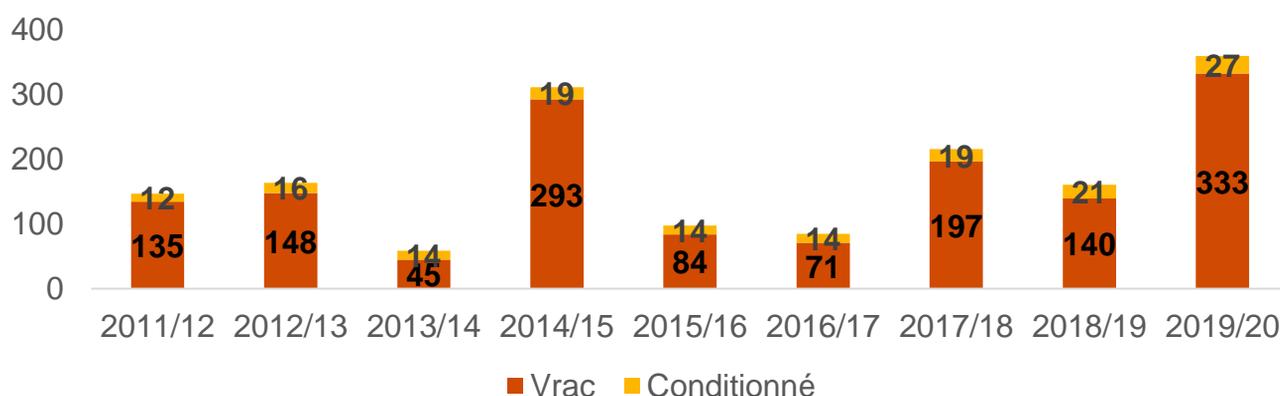
# Analyse du secteur oléicole

## Dynamique du marché

L'huile d'olive est un **produit stratégique pour l'agriculture tunisienne** ainsi que l'ensemble de l'économie nationale, elle représente un produit fortement exporté (plus de 85% de la production sur la période 2011 – 2019 est export), contribuant ainsi à la régulation de la balance alimentaire. .

### Evolution des exportations d'huile d'olive en vrac et conditionné

En KT | 2012 – 2020 | Tunisie



**La majorité des exportations tunisiennes s'effectue en vrac**, avec pour **principale destination le marché européen** (Espagne et Italie principalement). L'huile d'olive conditionnée représente plus de 10% du total export, ses principales destinations sont le Canada, la France et les Etats-Unis.

En Tunisie, l'industrie du conditionnement n'a pas connu un développement rapide. Cela est principalement dû à une forte concurrence internationale dans l'huiles d'olive conditionnée. le nombre réduit de marque en Tunisie et leurs faibles actions de promotions entravé le développement du secteur industriel national ainsi que l'indisponibilités des emballages spécialement les bouteilles en verre malgré existe une seule usine de verre. principalement concentré dans les zones côtières et proches des zones de production ou des zones industrielles.

L'interprofession et institution public œuvre activement pour le développement du conditionnement de l'huile d'olive. A cet effet, un objectif d'exportation de 30% d'huile d'olive conditionnée est fixé aux opérateurs de la filière à l'horizon 2030.

Source: ONH 2020, Conseil oléicole international, FARA 2019, Analyse PwC



# Mode d'exportation en vrac

Plus de **200 opérateurs** exportent l'huile d'olive de Tunisie sur le marché international : de l'Amérique latine à l'Amérique du Nord, de l'Australie à l'Asie, de l'Europe à l'Afrique, aux pays du Golfe et du Moyen- Orient.

La Tunisie exporte son huile d'olive en vrac par **Cargos; fûts, Flexitank, des camions-citernes et par bateau.**

Vrac



Les **Cargos** : des vraquier de **500 tonnes**



Les **citernes mobile** : remorque citerne de **30 tonnes**



Le **Flexitank** : poche en plastique flexible qui s'installe dans un container 20', ce qui le transforme en un récipient capable de contenir jusqu'à 24 000 litres



Les **Bidons** : bidon alimentaire de 10 kg et 20Kg



Les **futs** : plastique ou métallique avec une capacité de 200 Kg



L'**IBC** : conteneur à emballage rigide renforcé par une cage grillagée. avec une contenance de 1000 litres



**IBC Tote** conteneur en papier de transport liquide IBC d'une capacité de 1000 litres. Il est respectueux de l'environnement, recyclable et pliable avec un coût relativement bas.



# Moyens d'exportation en conditionnée

L'huile d'olive est embouteillée dans **40 unités de conditionnement** ayant une capacité globale de **115 tonnes/jour**. Selon Agence de promotion de l'investissement, Parmi ces entreprises, **six sont totalement exportatrices** et **cinq** sont à **participation étrangère**. Pour l'exportation les demandes s'orientent de plus en plus vers les **bouteille en verre opaque** de 25cl , 50cl , 75cl 1l et les boîtes métalliques de à 1l, 3l et 5l

Conditionnée



**Dosette et mignonette** : Elles sont vendues en pack à partir de 20 unités. Les coupelles en plastique ont une contenance de 8 ml à 10 ml. Les mignonnettes existent de 5ml à 20ml.



**Bouteille spray** : Huile d'olive est aromatisée avec une contenance de 200 ml



**L'emballage PET** : avec une gamme de formats très larges (250ml, 500ml, 1L, 3L, 4L et 5L)



**Bouteilles en verre soit transparentes ou opaques** : existe en 20ml, 100ml, 250 ml, 500 ml et 750 ml et 1 litre



**Les bidons métalliques** : de 175 ml, 400 ml, 800 ml, 3L et 5L



**Bag in box** : permet un conditionnement sous vide et empêche l'entrée d'oxygène ainsi que de la lumière. Il existe en 1l, 3l et 5l.



**Les bouteilles en céramique** de 500 ml destinée surtout pour le coffret cadeaux



# Organismes chargés du développement du secteur oléicole

## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (1/4)

Le secteur de l'huile d'olive en Tunisie est largement tourné vers la promotion des exportations. Les principaux bénéficiaires sont les entreprises en aval de la chaîne d'approvisionnement. Cette orientation est due à son intégration croissante dans l'économie mondiale et à divers accords commerciaux. L'huile d'olive est reconnue comme une source importante de devises incitant les autorités à mettre en place des mesures pour soutenir le développement de ce secteur, à travers leur politique agricole..



## Politique Agricole

La politique agricole de la Tunisie est mise en œuvre dans des plans quinquennaux de développement national fixant les objectifs du secteur (réforme de la propriété foncière et du crédit agricole, etc.). Les investissements en agriculture ont considérablement diminué ses 10 dernières années, ce qui empêche la réalisation des objectifs fixés.

Le secteur de production d'huile d'olive a profité d'un programme de mise à niveau qui a débuté 1996. Ses objectifs étaient de restructurer, moderniser les moulins et d'adapter le secteur aux normes de qualité les plus rigoureuses.

Dans cette optique, la politique agricole a fait bénéficier le secteur de la production d'huile d'olive d'un fonds de développement pour renforcer la compétitivité industrielle par un financement public. Ce fond est alimenté par une taxe de 1% sur les produits locaux et les produits importés et une exonération pour les entreprises exportatrices.

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (2/4)

### Cadre institutionnel et actions sur les collectivités

La Tunisie dispose de plusieurs institutions qui œuvrent pour le développement de la filière oléicole. Cependant, le cadre institutionnel est complexe avec de nombreux organismes et institutions qui relèvent de trois ministères : agriculture, industrie et commerce. Les fonctions de ses appareils de l'Etat se chevauchent souvent, ce qui parfois engendre un manque d'efficacité dû à des compétences et responsabilités diluées. Néanmoins nous citerons le rôle et les actions de quelques acteurs support qui ont contribué au développement des collectivités agricoles.



الديوان الوطني للزيت  
Office National de l'Huile

L'ONH encourage et soutient les collectivités (SMSA) à la coopération agricole via des programmes gouvernementaux et non-gouvernementaux, elle offre des appuis en matériels et assure des formations et un encadrement des collectivités dans la gestion et l'utilisation du matériel de récolte des olives, de taille des oliviers et d'autres prestations relatives à la préservation du patrimoine oléicole et les bonnes pratiques de production d'olives et d'huile d'olive. Elle assure la coordination entre les différents maillons intervenant à tous les niveaux de la filière pour augmenter l'inclusion entre oléiculteurs, oleifacteurs et exportateurs.



Le CRDA représente le Ministère de l'Agriculture dans les Gouvernorats. La Division de la vulgarisation et de la promotion de la production agricole dirige la vulgarisation, gère gratuitement les subventions du Fonds Spécial de Développement Agricole (FOSDA) octroyées aux petits producteurs.



L'APIA a pour mission principale la promotion de l'investissement privé nationaux et internationaux dans les activités de transformation, intégrées aux projets agricoles. Parmi ses services principaux, l'APIA délivre l'octroi des avantages financiers et fiscaux institués par la loi de l'investissement n° 2016-71

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (3/4)

### Cadre institutionnel et actions sur les collectivités

#### Centre technique de l'emballage et du conditionnement (PACKTEC) :



Le PACKTEC assure la promotion de l'huile d'olive tunisienne en bouteille pour le Gouvernement. Il pilote le fonds de promotion de l'huile d'olive conditionnée (FOPROHOC). Il a pour objectif de contribuer au développement des exportations de l'industrie alimentaire au moyen de la création de structures de distribution et d'actions de promotion dans les pays cible, ainsi que de sensibiliser le public aux labels commerciaux.



#### Le Fonds de Promotion de l'Huile d'Olive Conditionnée (FOPRHOC):

Le fonds a pour principal objectif la valorisation de l'huile d'olive. Il finance les programmes de promotion sur les marchés cibles; Il contribue au soutien et l'assistance des entreprises tunisienne en vue développer le conditionnement et promouvoir les exportations. Le programme soutien la promotion de l'huile d'olive conditionnée a travers son programme générique et son programme spécifique pour les entreprises.

Les aides sont accordés sous forme de primes fixées:

- Primes d'encouragement pour des actions de participation aux concours et foires internationaux; la mise en place de structures de commercialisation; l'achat d'emballage aux exigences des marchés; la création de labels de qualité; l'élaboration de supports de communication; le référencement de l'huile d'olive dans les grandes surfaces à l'étranger et toutes les action de promotion et de commercialisation qui lui sont liées.
- Une prime annuelle afin d'encourager l'exportation de l'huile d'olive conditionnée en emballages de moins de 5 litres

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (4/4)

### Cadre institutionnel et actions sur les collectivités

#### Le centre de promotion des explorations (CEPEX) :



Le CEPEX est un organisme public financé par le gouvernement. Il a pour mission de promouvoir les exportations et d'orienter les exportateurs vers des opportunités commerciales. La CEPEX cherche à assurer la promotion des exportations d'huile d'olive conditionnée.



Il est financé par l'Etat sous l'égide du Ministère des Finances. Il a pour objectif d'encourager les exportations et aider les entreprises qui souhaitent aller vers de nouveaux marchés. Les encouragements sont présentés sous formes de primes.

20% à 80% du budget des activités envisagées à l'exportation est subventionné par le fond de promotion des exportations (FOPRODEX).

Les actions peuvent porter sur :

- prise en charge d'une partie du coût de transport des produits exportés (nouveaux produits sur de nouveaux marchés);
- prise en charge d'une partie des coûts d'événements promotionnels (foires et salons, supports promotionnels, étude et prospection de marché...);
- prise en charge d'une partie des coûts dit stratégiques (enregistrement de marque, recrutement de cadres, étude commerciale, prospection commerciale à l'étranger...).
- Prise en charge du coût de création des emballages (prototype, chart graphique)



# Coopératives et associations d'huile d'olive

## Situation des coopératives

En Tunisie, les coopératives et autres formes d'associations de producteurs ont été principalement créées à l'initiative de l'État pour faciliter la mise en œuvre des stratégies de développement.

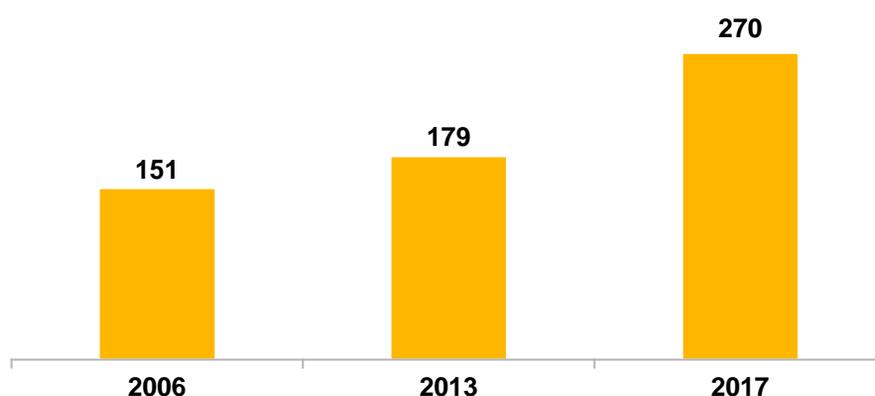
Malgré les soutiens publics qu'elles reçoivent, les coopératives agricoles tunisiennes souffrent d'insuffisances structurelles qui ne leur permettent pas de remplir leur rôle potentiel dans le développement agricole et la réduction de la pauvreté rurale.

La majorité des coopératives, même celles qui ne sont pas endettées, rencontrent de grandes difficultés à financer leurs projets. Les risques inhérents à l'activité agricole, les faibles revenus et les garanties exigées se combinent pour créer une situation de stagnation de l'investissement, qui est pourtant la clé de l'augmentation de la productivité et de la valorisation des produits

Les coopératives ne représentent aujourd'hui que 6% des agriculteurs et seules 10 d'entre elles peuvent être considérées comme des réussites. A l'exception notable de l'Union Centrale des Coopératives Viticoles (UCCV), l'avenir des coopératives centrales semble bouché ou à tout le moins incertain.

## Evolution du nombre de coopératives agricoles tunisiennes

| 2006-2017 | Tunisie



Le mouvement coopératif a gagné en réactivité dès 2005 avec la création des **Société Mutuelle des Services Agricole (MSA)** sur la base des anciennes coopératives. Le nombre a augmenté pour atteindre en 2017, 270 coopératives réparties dans l'ensemble des régions de la Tunisie. 5% de l'ensemble des coopératives sont des coopératives oléicole.

Source: FAO: Analyse PwC



# Coopératives et associations d'huile d'olive

Peu de producteurs sont regroupés en coopératives, en dépit du fait que ces dernières pourraient leur permettre de mutualiser les services et les achats réduisant ainsi les coûts de production. Le statut de coopératif permet également d'accéder à des aides et subventions.

Parmi les environ 270 Sociétés Mutualistes Agricoles (SMSA) existantes, seulement 15 sont considérées comme des expériences réussies. Cela est dû à un faible taux d'adhésion des producteurs aux coopératives agricoles. Les coopératives qui ont un certain succès sont principalement concentrées dans la filière viticole et la filière laitière. Les autres filières dans lesquelles les coopératives ont une activité relativement significative sont les fruits et légumes, l'huile d'olive, la volaille et la pêche.

## Success story tunisiennes

La coopération Tuniso-Allemande, menée par le GIZ et le Ministère de l'agriculture a lancé l'**initiative « IPFA » pour la promotion des filières Agricole**. Cette initiative consiste à identifier et accompagner les porteurs de projet en coopératives dans la filière de l'huile d'olive grâce à l'aide des structures d'appuis régionales et le ministère de l'agriculture.

Pour notre rapport, nous avons sélectionné deux projets qui ont réussi à mettre en place un modèle d'affaire durable. Les bénéficiaires des projets pilotes IPFA sont les suivant :

Projet	Bénéficiaires	Région
 Huile d'olive AOC	➤ SMSA Zaytouna, huilerie Bettaher	Béja : Teboursouk et Dougga
Huile d'olive Bio	➤ Huilerie Cilluim, SMSA Bouderyess, GDA Zitouna	Kasserine : Majel Ben Abbes et Foussana

Les deux projets sont présentés en plusieurs fiches descriptives comprenant une synthèse du projet, le positionnement de la coopérative sur la chaîne de valeur, le modèle d'affaires utilisé et leurs offres d'huile d'olive conditionnées.

# Success story Tunisienne



**Bettaher**  
HUILE D'OLIVE

## Fiche de synthèse du projet Huilerie Bettaher

Acteur	Date de création	Pays	Chiffres clés (FY17)
SMSA Zaytouna et Bettaher Huilerie	1997		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 59 Agriculteurs</li> <li>• Huilerie moderne avec une capacité de production de ~80 tonnes / jour</li> </ul>

### Présentation

- Dans la région de Béja , trois (3) membres du conseil de la coopérative SMSA « La Zaytouna de Téboursouk » ont pris l'initiative de créer une huilerie moderne dans la région qui est entrée en exploitation fin 2017 et de la conditionner sous une marque afin de respecter les cahiers des charges pour la création de l'AOC de Téboursouk

### Partenaires

Dans la région de Béja, trois membres du conseil de la coopérative SMSA "La Zaytouna de Téboursouk" ont pris l'initiative de créer une huilerie moderne dans la région. Cette huilerie est entrée en exploitation fin 2017. Elle conditionne sous une marque sa production d'huile d'olive en respectant un cahier des charges pour la création de l'AOC de Teboursouk

<b>Huile d'olive conditionnée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'huile d'olive vendue sous la marque Atban domaine Bettaher.</li> <li>• <b>Multi-variétale (Chetoui, Jerbaoui et Sayali)</b> originaire de la région de Téboursouk</li> <li>• Première huile d'olive qui a obtenu l'appellation d'origine contrôlée (AOC)</li> </ul>
<b>Huile d'olive en vrac</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Multi-variétale (Chetoui, Jerbaoui et Sayali)</b></li> <li>• L'entreprise travaille sur les procédures pour l'octroi d'agrément d'exportation de l'huile d'olive en vrac</li> </ul>
<b>Prestation de service de trituration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propose des prestation de trituration à la SMSA à un <b>prix réduit de 15 à 20%</b></li> </ul>

### Business model

- Achat des olives par contrat à la coopérative SMSA la Zaytouna de Teboursouk
- Trituration et stockage de l'huile d'olive
- Vente d'huile d'olive conditionnée
- Vente de service de trituration

### Enseignement

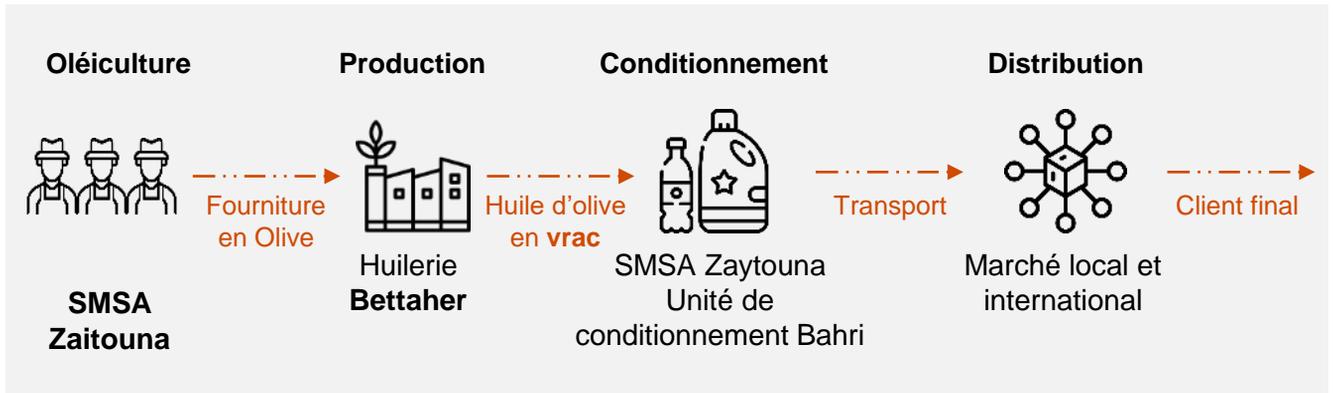
- La coopérative se positionne en concentrateur d'offre d'olives et assure un débouché aux olives des producteurs
- Gain en rentabilité des activités des partenaires et création de solutions de financement adaptées aux contextes locaux

Source: Entretien téléphonique, Analyse PwC

# Positionnement des acteurs sur la chaîne de valeur



**Bettaher**  
HUILE D'OLIVE



1

**Oléiculture** : 700 producteurs d'olive opèrent dans la région de Teboursouk totalisant une superficie totale de 3 800 Ha d'oliviers.

2

**Production de l'huile d'Olive**: l'huilerie **Bettaher** prend en charge la trituration des olives produites. L'entreprise a opté pour l'achat d'une unité d'extraction à trois phases (huile, margine, grignon) qui peut être convertie à deux phases, de la marque HAUS. L'huilerie est équipée de citernes en inox sous azote pour une conservation optimale de l'huile d'olive avec une capacité de 150 tonnes d'huile.

3

**Conditionnement** : Le conditionnement est assuré par la **SMSA** de Teboursouk pour son propre compte et pour l'huilerie Bettaher. Une deuxième partenaire « Bahri » a investi dans une unité de conditionnement à Teboursouk pour augmenter la capacité d'embouteillage et respecter les conditions de AOC qui exige que l'ensemble de la chaîne de valeur doit se trouver dans la région de production des olives.

4

**Distribution** : L'huile d'olive, conditionnée et/ou en vrac, est commercialisée tant sur le marché local qu'à l'étranger via un réseau de grossistes exportateurs/importateurs.

# Business Model



Partenaires clés Producteurs et huileries	Activités clés	Proposition de valeur	Exigences et besoins marché
<p><b>Le secteur privé:</b> La coopérative; les fournisseurs de plant; services et les institutions financières.</p> <p><b>Le secteur public:</b> Les structures d'appuie (Syndicat des producteurs d'olive et ONH)</p> <p><b>Partenaires de développement:</b> IPFA, FAO AFD</p>	<p><b>SMSA</b> : est en charge de récolter et conditionner l'huile et la gestion des opérations terrain.</p> <p><b>L'huilerie Bettaher</b> : est en charge de la trituration, le stockage et la vente</p>	<p><b>SMSA</b> : Elle offre aux adhérents la trituration à un prix réduit, le stockage et la récolte des olives. Elle fournit à l'huilerie une source stable et fiable d'olives.</p> <p><b>L'huilerie Bettaher</b> : Accès à des canaux de distribution pour vendre leur produit sur les marchés locaux et internationaux.</p>	<p>Pour l'exportation la qualité de l'huile et l'AOC sont des moyens de franchir les barrières à l'entrée.</p> <p>Respect des bonnes pratiques de culture de cueillette et conditionnement</p>

Relations fournisseurs/ Acheteurs producteurs	Structure des couts
<p><b>SMSA</b> : est en charge de la planification de la cueillette et le stockage des olives. Elle veille au respect du contrat producteurs et huilerie</p> <p><b>L'huilerie Bettaher</b> : est en charges du paiement des olives sur la base de l'huile produite. Elle offre aussi une prime pour les producteurs qui lui permettent un paiement différé.</p>	<p>Les coûts de marketing et de commercialisation Les charges financières ainsi que les charges fixes L'amortissement de l'investissement de l'huilerie</p> <p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>La SMSA est l'unique intermédiaire avec l'huilerie. Le transport et la distribution est à la charge de l'huilerie</p> <p><b>Sources de revenu</b></p> <p>La vente de l'huile d'olive en vrac et conditionnée sur le marché local et international</p>

Source: Entretien téléphonique, Analyse PwC

# Conditionnement – gamme de produits



**Bettaher**  
HUILE D'OLIVE

## Packaging proposé

### Conditionnement en Verre:

La SMSA réalise le conditionnement de l'huile d'olive produite dans des **bouteilles en verre opaque** sous trois formats **250 ml, 500 ml et 750 ml**. Elle réalise aussi pour le compte de l'huilerie **Bettaher** deux formats **250 ml et 500 ml** sous la marque ATBAN.



Bouteilles individuelles

250 ml

500 ml

250 ml

500 ml

750 ml



L'huile d'olive conditionnée par la SMSA Zaytouna bénéficie de l'appellation d'origine contrôlée depuis 2018. Ceci grâce aux efforts mis en œuvre pour le respect des conditions exigées pour la conduite culturale et la production de l'huile. Le label AOC a permis aux acteurs de ce collectif de gagner en visibilité et d'améliorer la perception des clients quant à l'heure savoir faire contribuant ainsi à l'augmentation de la valeur de vente entre 20% à 30%.

La ventes de **l'huile d'olive conditionnée** se vend principalement sur le marché **local**. Des procédures pour l'octroi d'agrément d'exportation via l'huilerie Bettaher sont en cours de réalisation.

La SMSA et les huileries locales réalisent des foires annuelles (Mahradjen Teboursouk) pour promouvoir et vendre l'huile d'olive, faire connaître leurs Marques et développer leurs volumes de vente.

# Success story Tunisienne



**cillum**  
EARTH FLAVORS

## Fiche de synthèse du projet Huilerie Ennajeh

Acteur	Date de création	Pays	Chiffres clés
<b>Groupement Biologique de Majel Bel Abbas</b>	<b>2018</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>38</b> Agriculteurs</li><li>• Huilerie moderne avec une capacité de production de <b>~300 tonnes / jour</b></li></ul>

### Présentation

- **L'Huilerie Ennajeh**, créée en 1991, basée dans la région de Majel bel Abbas est connue pour sa production d'olives biologiques. Elle dispose d'une capacité importante de trituration de l'ordre de 285 tonnes d'olives par jour et dispose de quatre chaînes d'extraction en continue à trois phases.
- En 2017, la famille propriétaire de l'huilerie a créé une unité de conditionnement d'huile d'olive moderne « **Cillum** », cette nouvelle unité vient compléter la chaîne de valeur en l'aval de l'huilerie

### Partenaires

**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



### produits



- Huile d'olive verige extra avec la variété locale **Chemlali**.
- Huile d'assaisonnement et/ou aromatisée

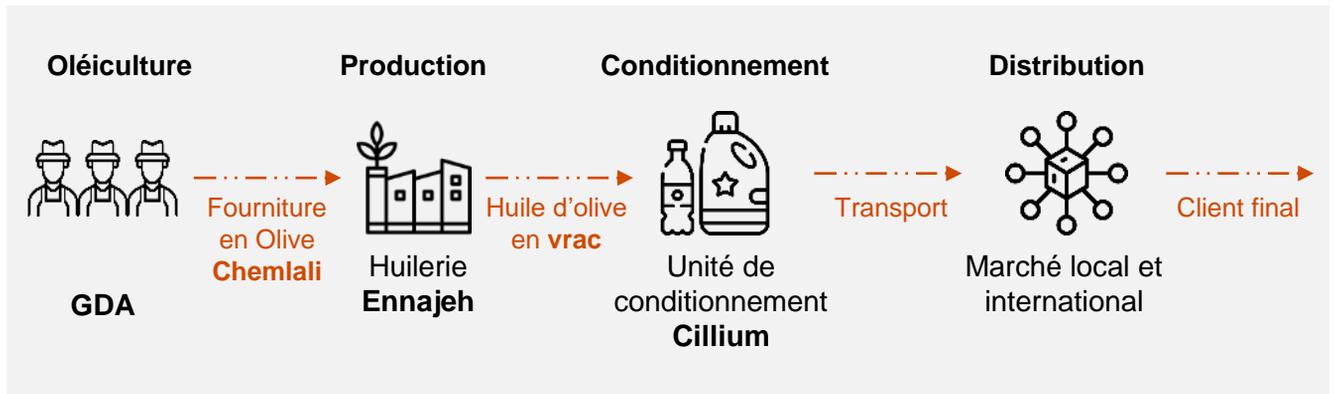
### Business model

- **Cillum** et **L'Huilerie Ennajeh** ont été les initiateurs du regroupement de leurs producteurs partenaires sous forme de de Groupement de Développement Agricole (GDA) dédié à la production d'olives biologiques.
- L'objectif de ce partenariat est créer une relation durable entre les producteurs et entreprise de transformation, en maîtrisant leur approvisionnement en Olive Bio, en encadrant les agriculteurs pour augmenter leur nombre et leur productivité et surtout, améliorer leurs techniques de production en respectant les exigences de la certification BIO et d'autres normes programmées.
- Vente d'huile d'olive conditionnée et en vrac selon les exigences du marché international (exigences strictes en terme de qualité) reste l'unique source de revenu de l'huilerie.

# Positionnement des acteurs sur la chaîne de valeur



cillum  
EARTH FLAVORS



1

**Oléiculture** : Le groupement de producteurs d'olive **GDA** regroupe 38 adhérents qui exploitent environ **250 ha** d'olives biologiques certifiées ECOCERT. Les oliverais ont un rendement de **3T/ha**. Le groupement a pour objectif de consolider et de gérer l'activité de récolte d'olives de la région de Majel Bel Abbes.

2

**Production de l'huile d'Olive** : Elle est assurée par la huilerie **Ennajeh**. Elle a accompagné les producteurs dans la création de la GDA et la démarche de conversion en agriculture biologique.

3

**Conditionnement** : Cillum, dernier maillon de la chaîne de production de l'huile d'olive biologique assure le **conditionnement** et la **commercialisation** du produit fini. L'unité est moderne et a été intégrée à l'aval de la huilerie afin de valoriser au mieux l'huile d'olive biologique

4

**Distribution** : L'huile d'olive conditionnée et en vrac est commercée en local et à l'international à travers un réseau de distribution.



Partenaires clés Producteurs et huileries	Activités clés	Proposition de valeur	Exigences et besoins marché
<p><b>Le secteur privé:</b> Les fournisseurs de services mécanisées, Institution financières et banques</p> <p><b>Le secteur public:</b> Les structures d'appuie (chambre de d'agriculture, Services de vulgarisation)</p> <p><b>Partenaires de développement:</b> GIZ</p>	<p><b>L'huilerie Ennajah</b> est présente sur presque la totalité de la chaine de valeur, du transport, la trituration, le stockage, le conditionnement jusqu'à la vente et la recherche de nouveaux marchés</p>	<p><b>L'huilerie Ennajah</b> propose des olive fraîches de qualité dont l'approvisionnement est régulier. Réduction des coûts de production, par élimination de tous intervenants</p>	<p>La vente de l'huile d'olive à l'international se fait en conditionné avec des exigences qualité strictes, tandis que l'huile d'olive biologique est exportée en vrac</p>

Relation fournisseurs/ Acheteurs producteurs	Structure des coûts
<p>La GDA dispose d'un contrat écrit avec l'huilerie, le paiement des olives se fait sur la base de l'huile produite L'huilerie valorise ses déchets</p>	<p>Les coûts de marketing et de commercialisation Les charges financières ainsi que les charges fixes L'amortissement de l'investissement de l'huilerie</p> <p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>Le GDA est l'unique intermédiaire de l'huilerie, elle se charge de la collecte des olives et son transport.</p> <p><b>Sources de revenu</b></p> <p>La vente de l'huile d'olive en vrac et conditionnée sur le marché local et international</p>

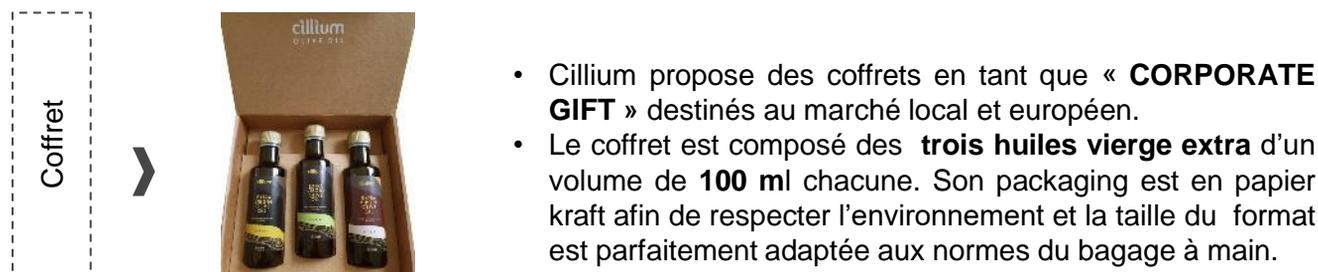
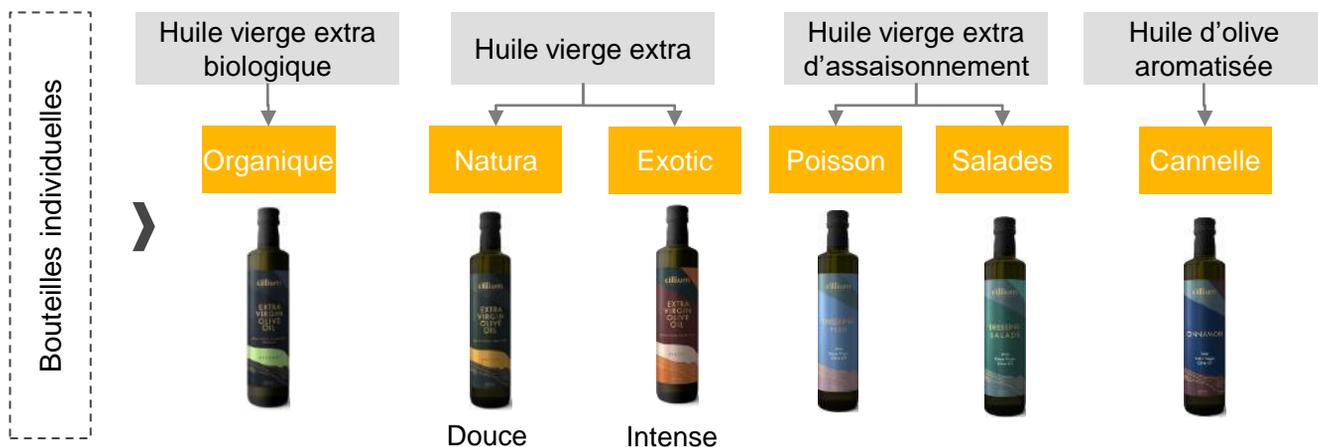
# Conditionnement – offres réalisées



**cillum**  
EARTH FLAVORS

## 1. Conditionnement en verre :

**Cillum** commercialise trois types d'huile d'olive vierge-extra : Naturelle, Organique et exotique et trois types de huile d'olive d'assaisonnement : poisson, salade et Cannelle.



Icones	Volumes	250 ml	500 ml	750 ml	Coffret*
	Prix de l'huile vierge extra	3 euros	5,60euros	8,90 euros	7,60 euros

## 2. Conditionnement en vrac

**cillum**  
OLIVE OIL

Vente de l'huile d'olive en **vrac**



Destinée aux exportateurs du marché local

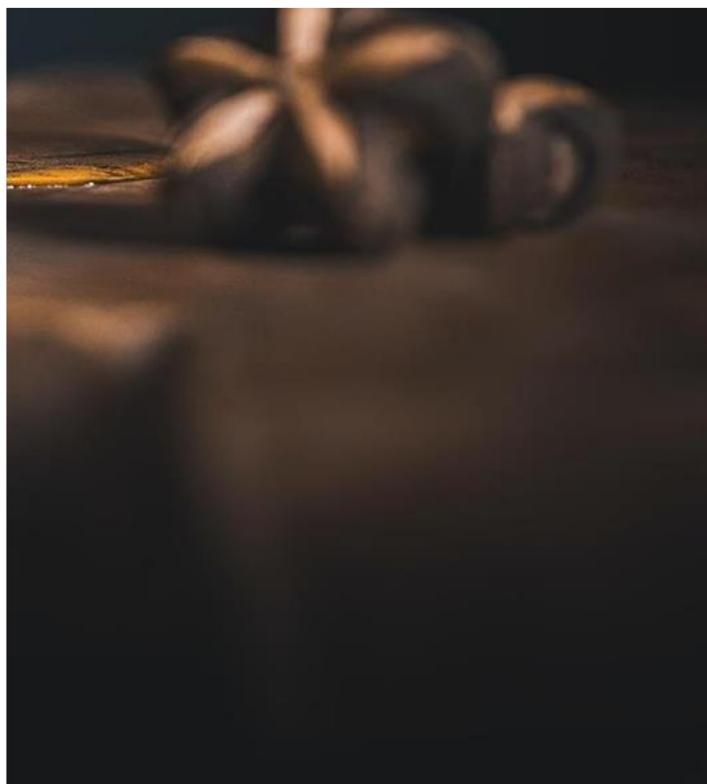


- La vente en vrac se fait uniquement sur le marché local, seul les exportateurs l'achètent auprès de **Cillum** dans des **camions citernes**.

Source:Analyse PwC, référence prix récolte 2021/22



**Italie**



# Benchmark - Italie

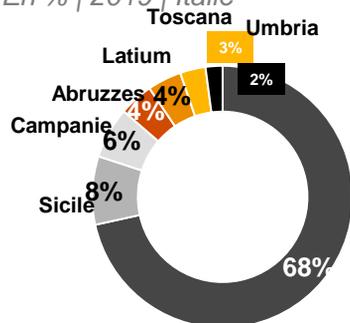


## Présentation de la filière oléicole

L'Italie est l'un des principaux producteurs d'huile d'olive au monde, avec une production annuelle d'environ 300 000 de tonnes. La filière oléicole italienne est principalement concentrée dans les régions du sud, telles que la Calabre, la Campanie et la Puglie, où les conditions climatiques et les sols sont particulièrement favorables à la culture de l'olivier. Ces régions sont reconnues pour leur huile d'olive de qualité supérieure, avec des arômes et des saveurs uniques, qui sont obtenus grâce aux variétés d'oliviers cultivées localement avec des méthodes de production traditionnelles. La croissance des oliviers en Italie est lente, quatre ou cinq ans pour donner leurs premiers fruits et dix à quinze ans de plus pour atteindre leur pleine capacité. La récolte des olives a lieu d'octobre à décembre, elles sont généralement cueillies à la main et la récolte est pressée le jour même. Cette méthode, qui nécessite beaucoup de mains d'œuvre permet de différencier le produit italien des autres et contribue fortement à son niveau de qualité, mais, en même temps il augmente les coûts de production en limitant les économies d'échelle.

### Répartition de la production de l'huile d'olive par région

En % | 2019 | Italie



La Calabre et les Pouilles

La Calabre et les Pouilles contribuent à **68%** de la production italienne d'huile d'olive. Grâce à environ **538 variétés d'olives différentes**, l'Italie est capable d'exprimer de nombreuses saveurs et parfums différents qui font du pays une oliveraie unique et exclusive.

Le secteur de l'huile d'olive en Italie montre que les olives italiennes sont récoltées principalement à la main, et sont ensuite pressées pour produire de l'huile d'olive vierge extra. Cette méthode de production artisanale garantit une qualité supérieure de l'huile d'olive, en préservant les arômes naturels et les propriétés nutritionnelles de l'huile.

Source: Rapport ISMEA 2021, Analyse PwC



**1,14 M Ha**

Du territoire italien est réservé aux oliviers



**285 000 Tonnes**

d'huile d'olive produite en 2022

**2<sup>ème</sup>**



Plus grand producteur mondial d'huile d'olive



**180 millions**

D'oliviers



**4 480**

Huilleries en Tunisie

# Benchmark - Italie



## Caractéristiques de la filière oléicole

La filière oléicole est composée de plus de **700 000 entreprises**, dont seulement 11% sont considérées comme « hautement compétitives ». 26% de ces agro-entreprises sont considérées comme « potentiellement compétitives » en raison de leur spécialisation dans la culture de l'olivier ou de leur capacité à adresser les marchés qui offrent un espace de croissance.

Les **63% restantes des entreprises productrices d'huile d'olive sont considérées comme « marginales »**. Ce sont des PME dont l'activité huile d'olive est secondaire sur laquelle peu d'efforts d'investissement sont consentis.

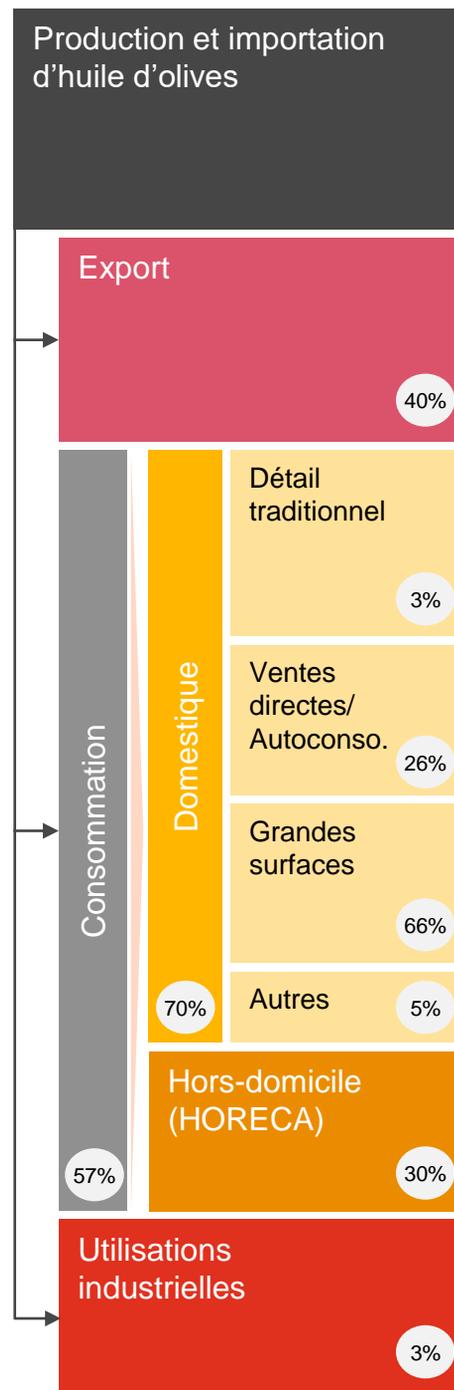
Une autre partie des producteurs « marginaux » sont de petites entreprises axées sur la culture de l'olivier à temps partiel ou de petites exploitations familiales qui adressent le marché mais, ne produisent pas de volumes significatifs.

Les petits producteurs dont l'activité est axée sur l'autoconsommation ou la vente directe à de petits clients locaux sont également représentés parmi les producteurs « marginaux ». De toutes les ventes aux familles, qui représentent 70% ventes d'huile d'olive italienne, **26% vont à l'autoconsommation ou à la vente directe**.

**76% des moulins d'huile d'olive italiens fonctionnent avec une quantité de moins de 500 tonnes d'olives**. Même si leur nombre élevé gonfle le coût de l'ensemble du secteur, leur disponibilité à proximité des zones de production permet la transformation des olives dans les 24 heures suivant la récolte, un facteur de qualité essentiel».

Parmi les entreprises italiennes d'huile d'olive les plus compétitives figurent les petites entreprises agroalimentaires hautement spécialisées et fortement axées sur la qualité de leur produit. Ces entreprises dépendent souvent de leur propre usine ou travaillent avec des entreprises spécialisées à proximité.

## Répartition de la production d'huile d'olive par destination

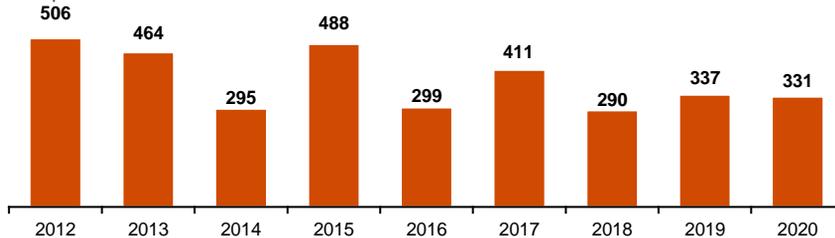




## Evolution de l'activité oléicole en Italie

### Production d'huile d'olive

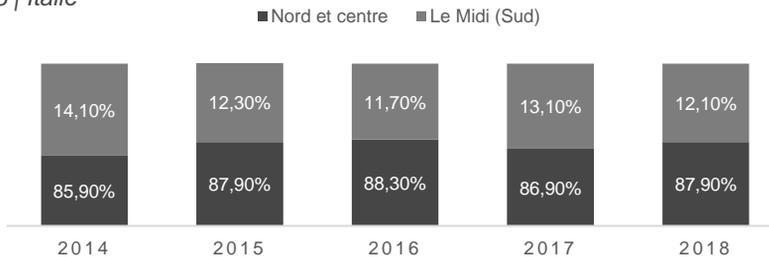
En Kt | 2012 – 2020 | Italie



La production italienne d'huile d'olive s'est distinguée par une irrégularité ces dernières années, cela est due majoritairement au changement climatique, de forte sécheresse des attaques de la bactérie tueuse « *Xylella Fastidiosa* » d'oliviers qui a contribué fortement à la baisse de la production et la hausse des coûts des matières premières, des engrais, du verre, du papier et de la logistique qui ont mis à l'épreuve la résilience du secteur.

### Répartition des huileries par région

En % | 2014 – 2018 | Italie



Actuellement, en Italie, il y a moins de **5 000 moulins en activité**, dont **70%** sont situés dans le Sud. Sur l'ensemble de la production nationale, seule une part égale à environ **20%** peut être attribuée aux moulins coopératifs.

Il y a de nombreuses petites et moyennes huileries qui produisent de l'huile d'olive en Italie. Ces entreprises sont souvent intégrées verticalement, elles contrôlent toutes les étapes de la production, de la récolte des olives à la mise en bouteille. Elles produisent de l'huile d'olive de qualité supérieure, souvent en petites quantités et des méthodes de production artisanales.

En revanche, les grandes entreprises de l'industrie de l'huile d'olive en Italie sont souvent spécialisées, elles achètent de l'huile d'olive, la mélangent éventuellement et la mettent en bouteille, généralement loin des bassins de production, puis la commercialisent. Principalement situées dans le centre-nord de l'Italie, Elles achètent l'huile d'olive sur le marché intérieur et à l'étranger. En effet, le marché de l'huile d'olive en Italie est très concentré, avec quelques grands producteurs qui dominent le marché. Selon les données de l'Union européenne, les trois principaux producteurs d'huile d'olive en Italie sont la société Fratelli Carli, la société Farchioni et la société Carapelli. Ces entreprises possèdent des marques bien connues qui sont très populaires auprès des consommateurs italiens et étrangers.

# Analyse du secteur oléicole

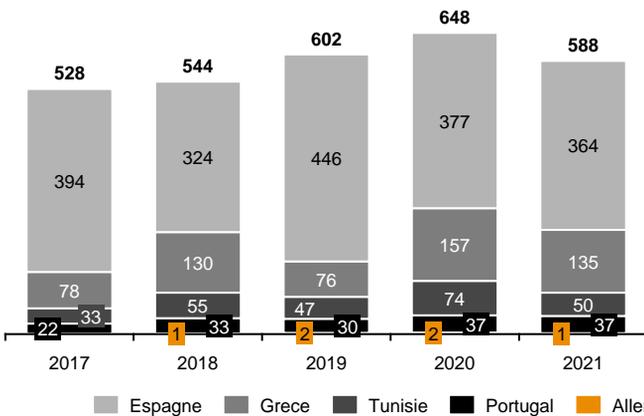


## Dynamique du marché

Au cours des cinq dernières années l'Italie a connue une tendance baissière de sa production et une augmentation significative de sa consommation d'huile d'olive. Ce phénomène a poussé l'Italie à augmenter ses importations pour satisfaire sa demande locale.

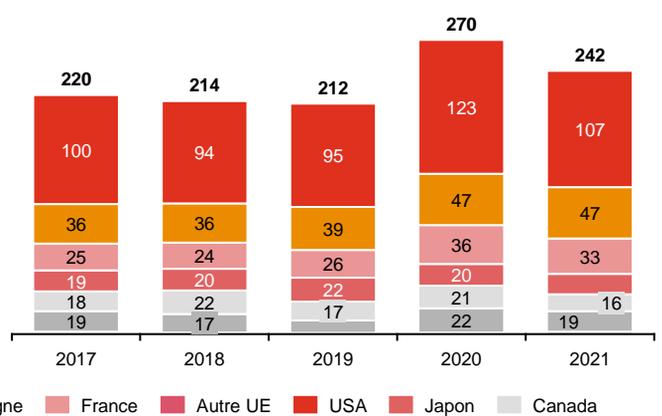
### Imports d'huile d'olive vers l'Italie par origine

En Kt | 2017 – 2021 | Huile d'olive EV, V et Pomace



### Exports d'huile d'olive italienne par destination

En Kt | 2017 – 2021 | Huile d'olive EV, V et Pomace



Les importations servent également à alimenter les exportations des industries italiennes. Le produit est importé essentiellement en vrac, puis mélangé, mis en bouteille et fourni à la distribution italienne et étrangère

Les exportations représentent un élément fondamental du bilan oléicole italien qui a toujours été apprécié pour son savoir-faire en termes de composition des mélanges de produits des différents pays producteurs. Environ 45% de la valeur totale des ventes italiennes à l'étranger est réalisée aux États-Unis, le principal marché de destination, suivi de l'Allemagne, de la France et du Canada.

Les importations montrent une forte corrélation aux exportations. L'Italie source près de **100%** de ses importations d'huile d'olive dans quatre pays: **l'Espagne, la Grèce, la Tunisie et le Portugal** avec respectivement, 60%, 20%, 10% et 5% en moyenne chaque année. Avec une production moyenne de **300 000 tonnes d'huile annuelle**, l'Italie consomme donc près de **500 000 t sur son marché local**.

En termes de structure des échanges d'huile d'olive entre l'Italie et le reste du monde, il apparait que plus de 80% des flux entrants soient en vrac. Ces huiles sont, par la suite, mélangées et conditionnées sous des marques locales pour être commercialisées. 84% des huiles exportées sont conditionnées contre 16% en vrac. En assurant l'approvisionnement sur le marché international, ce système permet de générer et d'acquies de la valeur ajoutée.

Sources : Coldiretti, Istat, Analyse PwC, IOC, UN Comtrade pour les données de commerce extérieur

# Conditionnement italien



## Principales offres d'huile d'olive conditionnée italienne

L'Italie est leader sur le marché mondial dans le secteur du packaging. Les principales entreprises de packaging sont situées principalement dans la région centrale et dans le nord de l'Italie. Elles embouteillent **800 000 à 900 000 tonnes d'huile d'olive chaque saison**. La pratique de longue date des embouteilleurs italiens est d'acheter des huiles d'olive d'autres pays et de réaliser des mélanges avec des huiles locales. Ce qui a conduit à l'identification de l'huile d'olive mélangée, comme un produit exclusivement "made in italy" dans la conscience des consommateurs mondiaux. Les principaux matériaux utilisés pour le conditionnement de l'huile d'olive sont représentés par le verre, l'acier, le fer-blanc, la céramique et, dans une moindre mesure, le plastique.

Principaux emballage d'huile d'olive premium conditionnée		➤	<b>Bouteille en verre</b> généralement opaque pour une meilleure conservation contre la lumière. Disponible notamment pour les petits formats 250ml, 500ml, 750ml ...
		➤	<b>Le Bag-in-Box</b> permettant une conservation optimale de l'huile contre l'oxydation, la lumière et l'humidité. Disponible en plusieurs formats notamment 3L et 5L.
		➤	<b>Les boîtes métalliques</b> sont disponibles en différents volumes notamment 250 ml, 500ml, 750ml, 1L, 3L, et 5L.
		➤	<b>Pot en céramique</b> disponible sous différents formats 100ml 250 ml 500 ml 1l et 3l
Huile d'olive de qualité medium		➤	<b>Les bidons en PET</b> sont généralement de moindre qualité comparé au Bag-in-Box. Les volumes les plus répandus sont le 3L et 5L.

Sources : Coldiretti, Istat, Analyse PwC, IOC, UN Comtrade pour les données de commerce extérieur

# Labellisation



Le pays a construit l'image de marque du « **Made in Italy** » autour de produits de qualité avec un packaging véhiculant les valeurs de la filière oléicole. L'Italie a bien compris que le marché mondial est friand de différenciation. En ce sens, de plus en plus de producteurs adoptent, par exemple, l'agriculture biologique. Par ailleurs, l'Italie est le pays qui possède le plus grand nombre d'huiles d'olive vierges extra **en appellation d'origine protégée (AOP)** et **indication géographique protégée (IGP)**.

Des petits et moyens producteurs se sont organisés et travaillent activement à travers des fédérations d'oléiculture indépendante à promouvoir l'artisanat, le terroir et leurs régions. La labellisation a permis à ces acteurs de se distinguer des grands producteurs industrialisés.



Le processus de production biologique est certifié à travers un système de contrôles, reconnu au niveau européen, qui permet d'étiqueter les produits avec la mention "issu de l'agriculture biologique".



Reconnaissance octroyée par l'Union européenne pour désigner un produit agricole ou alimentaire dont la totalité du cycle de production, de la matière première au produit fini, se déroule dans une aire géographique bien délimitée et ne peut pas être reproduite ailleurs



Ces produits respectent un cahier des charges de production dans lequel sont précisées de manière détaillée toutes les caractéristiques du produit, la zone géographique, les méthodes de culture et de transformation et les variétés d'olives.

Les AOP et IGP des huiles d'olive bénéficient d'une bonne image avec des prix de commercialisation parfois **2x supérieur** à celui des huiles d'olive conventionnelle. La mise en place d'une AOP s'accompagne d'une stratégie globale de développement territorial ; valorisation du paysage, du patrimoine (route de l'olivier), de l'histoire (musées) du goût (un ville un goût). Les retombées économiques des indications géographiques ne sont pas assurées, elles dépendent de plusieurs paramètres essentiels comme la gouvernance, l'interaction avec les autres ressources locales, la réputation et l'efficacité commerciale

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (1/4)

Les institutions interprofessionnelles occupent une place prépondérante dans la filière oléicole italienne. Ces dernières ont subi une restructuration afin de mieux organiser l'interprofession et apporter plus de poids sur la table des négociations. En effet, les organisations de **l'industrie de l'huile d'olive** (ASSITOL), des **producteurs** (AIPO, CNO, UNAPOL, UNASCO, UNAPROL), du **commerce de l'huile d'olive** (FEDEROLIO) et celles du **secteur de la transformation** (AIFO et ASSOFRANTOI) se sont unis sous l'égide du **FOOI** (Filiera Olivicola-olearia Italiana).



La **FOOI, Filiera Olivicola Olearia Italiana**, est l'organisation interprofessionnelle de l'huile d'olive et des olives de table par excellence. La FOOI représente toutes les composantes de l'oléiculture italienne, la production, la transformation, le commerce et l'industrie. Elle opère dans tout le pays et représente les intérêts du secteur auprès des institutions nationales et internationales. Les missions de la FOOI sont les suivantes :



Faire connaître les produits italiens au niveau national et international;



Renforcer la compétitivité économique et l'innovation des entreprises;



Réaliser des actions de promotion sur le marché national et international: étude de marché, campagne d'information.

La FOOI s'engage à améliorer la production, à superviser la traçabilité des produits et à protéger l'environnement en limitant l'utilisation de pesticides. Les membres de la FOOI s'engagent également à respecter des normes strictes pour maintenir la qualité de l'huile d'olive vierge extra italienne et à mettre en place des programmes communs.

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (2/4)

Principales organisations du secteur oléicole regroupées dans le FOOI



### Confagricoltura

Figure parmi les premières organisations de protection et de représentation des entreprises agricoles. Elle s'engage à sauvegarder le revenu des agriculteurs, à faire évoluer et à simplifier les réglementations du secteur, à combler les lacunes structurelles et les limitations concurrentielles, à assurer le libre accès au marché, à développer les chaînes d'approvisionnement intersectorielles et à protéger les produits "made in Italy".



A été créée en 1972 par la fusion des trois associations pour les secteurs de l'huile d'olive, de l'huile de graines, de la margarine et des produits dérivés. L'Assitol promeut la définition de la convention collective des secteurs concernés, élabore des accords interprofessionnels avec les autres organisations qui composent la chaîne agroalimentaire et aide les entreprises à résoudre des problèmes spécifiques d'ordre juridique, syndical, fiscal et technique.



Organisation syndicale représentant les personnes et les entreprises opérant dans les secteurs de l'agriculture, de la pêche, des activités connexes et de l'élevage. Coldiretti fournit aux catégories représentées les informations politiques, syndicales, techniques, et économiques nécessaires à leur activité



Société collective, née en 1966 et regroupe aujourd'hui 72 organisations de producteurs locaux, auxquelles adhèrent à leur tour plus de 650 000 entreprises oléicoles. elle fournit une assistance technique aux producteurs pour produire de l'huile d'olive vierge-extra.



Organisation interprofessionnelle visant à protéger et à garantir la qualité de l'huile d'olive vierge extra mise sur le marché en promouvant une "chaîne d'approvisionnement optimale".

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole (3/4)

L'Italie dispose d'institutions gouvernementales opérant de manière active dans la filière oléicole comme: ISMEA, CREA, AGEA.



Etablissement public économique réalisant des services d'information, d'assurance et financiers et établit des formes de crédit et de garanties financières pour les entreprises agricoles. Accompagne les régions dans les actions de réaménagement du territoire, par la constitution et l'extension de la propriété agricole, et favorise la relève générationnelle dans l'agriculture sur la base d'un régime d'aide spécifique approuvé par la Commission européenne.



Etablissement public économique réalisant des services d'information, d'assurance et financiers et établit des formes de crédit et de garanties financières pour les entreprises agricoles. Accompagne les régions dans les actions de réaménagement du territoire, par la constitution et l'extension de la propriété agricole, et favorise la relève générationnelle dans l'agriculture sur la base d'un régime d'aide spécifique approuvé par la Commission européenne.

AGEA

est un organisme d'Etat italien qui coordonne et gère les paiements des fonds de l'Union Européenne aux producteurs agricoles. Il sert de mécanisme pour l'octroi de financements européens aux agriculteurs italiens afin de soutenir leur activité et de répondre aux besoins de l'industrie agricole italienne.

## La politique communautaire :

La politique communautaire fait référence aux politiques de l'Union Européenne qui ont une influence sur l'oléiculture dans les différents pays membres de l'UE. Ces politiques ont un impact sur les stratégies et les décisions prises par les gouvernements nationaux et régionaux en matière d'oléiculture. Il existe très peu de mesures nationales et régionales importantes en dehors du cadre politique de l'UE, cela signifie que les politiques de l'Union Européenne ont une grande emprise sur l'oléiculture dans les pays membres.

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Mesures et cadre de développement et de promotion du secteur oléicole(4/4)

### La Politique Agricole Commune (PAC) :

Le régime de soutien de la **PAC** à la production oléicole de l'UE est doté d'un budget annuel de **2 250 M euros**, il a joué un rôle important dans la manière dont le secteur oléicole s'est développé depuis les années 1980 (en Grèce, en Espagne et au Portugal) et plus tôt en Italie. Le régime de soutien continue d'être une force motrice importante qui influence fortement l'échelle et la nature de l'oléiculture dans l'UE. Ses principaux objectifs sont :



Assurer un niveau de vie équitable à la population agricole



Stabiliser les marchés et garantir la sécurité des approvisionnements

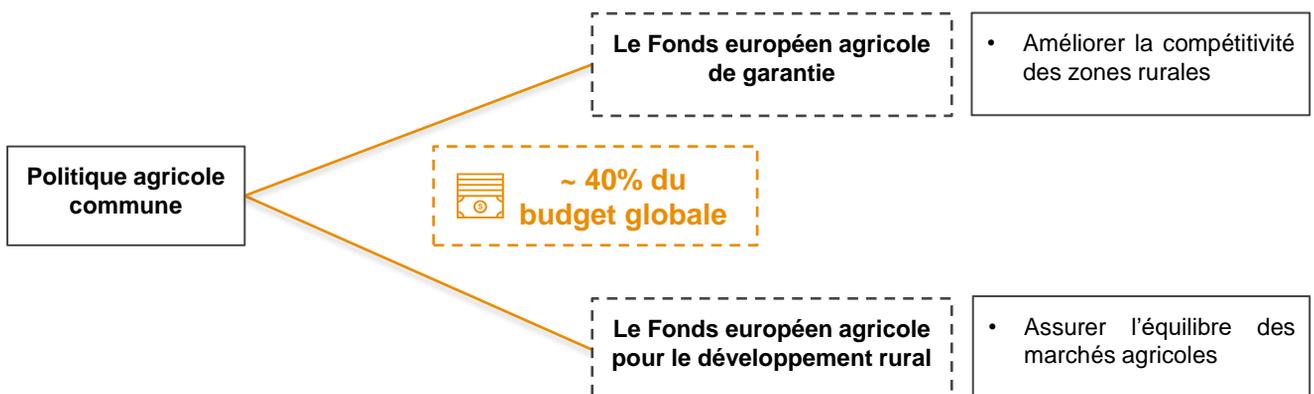


Assurer des prix raisonnables aux consommateurs.



Accroître la productivité de l'agriculture en développant le progrès technique et en assurant un emploi optimum des facteurs de production

Si au départ, les agriculteurs bénéficiaient essentiellement d'aides indirectes ("prix garanti" sur les productions, subventions à l'exportation, taxe douanière sur les produits importés), ils bénéficient également depuis 1992 d'aides directes, ou aides au revenu, et d'un soutien au développement rural (aides à l'installation, à la modernisation etc.)



# Les coopératives oléicole

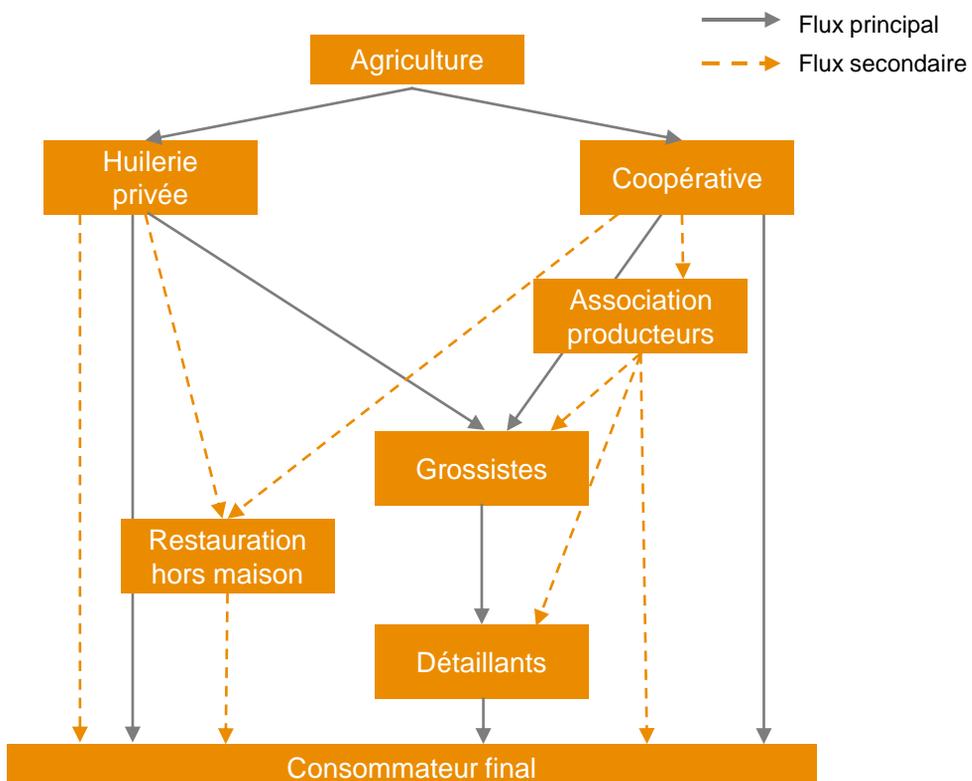


## Situation des coopératives

En général, l'Italie a une forte tradition de coopératives agricoles qui est appréciée pour sa capacité à créer des réseaux d'entraide. La coopération agricole est un secteur important qui joue un rôle clé dans le développement de l'agriculture et de l'industrie agroalimentaire. Les coopératives agricoles ont pour mission la défense des intérêts des agriculteurs, la promotion de la qualité des produits et la protection de l'environnement. Les coopératives agricoles en Italie ont également un rôle important dans la gestion des fonds européens pour le développement de l'agriculture.

Les coopératives italiennes ont connu une croissance remarquable et une forte capacité de développement, stimulée par l'émergence et le renforcement des formes associatives qui englobent désormais la majorité des oléiculteurs. La coopération oléicole s'est principalement développée dans le secteur de la transformation des olives. Ces coopératives sont organisées comme des huileries privées. Elles achètent les olives, les transforment, les conditionnent et les vendent principalement aux grossistes. La croissance des coopératives a débuté dans les années 60 et s'est poursuivie jusque dans les années 90.

## Schéma synthétique de la chaîne d'approvisionnement oléicole italienne



# Les coopératives oléicole



## Situation des coopératives

Les coopératives oléicoles achètent des olives aux producteurs, les triturent et vendent l'huile d'olive par différents canaux en vrac, en conditionné ou en conserve pour les olives de table.

Le tissu coopératif oléicole est fragmenté, beaucoup de petites coopératives se font concurrence les unes aux autres. Cela affaiblit leur gestion financière, organisationnelle et productive, entraînant un faible pouvoir de marché et d'économie d'échelle. En conséquence, seul un nombre réduit de coopératives disposent d'installations d'embouteillage et d'équipements de conditionnement. **En effet, 25% seulement** de la production des coopératives est embouteillée par elles-mêmes, car la majorité est vendue en vrac à des grossistes et aux industries de l'emballage. Cette situation est particulièrement marquée dans le nord de l'Italie, où les marques d'huile d'olive les plus connues ont établi leurs usines d'embouteillage.

Il existe, cependant, des coopératives plus innovantes qui ont réussi à se développer sur la partie aval de la chaîne d'approvisionnement. Cela signifie que certaines coopératives oléicoles ont commencé à se concentrer sur les étapes de la chaîne d'approvisionnement qui se trouvent après la récolte et la transformation des olives. Ces étapes incluent le conditionnement, l'emballage, la vente et la distribution des produits finis.

Dans ce présent rapport nous vous présenterons deux coopératives italiennes qui ont réussi à se développer sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement oléicole. Elles sont présentées ci-après en fiches descriptives comprenant une synthèse sur les coopératives, leurs positionnement sur la chaîne de valeur, le modèle d'affaires utilisé et leur offres conditionnées.

Coopérative		Région
		
 <b>Nuovo Cliente</b>	➤	<b>Naples, mauro cileto salerno</b>
 <b>Terra de Olivi</b>	➤	<b>Bari : Molfetta</b>

# Success story Italienne

## La Coopérative Nuovo Cilento



### Fiche de synthèse de la coopérative Nuovo Cilento

Acteur	Date de création	Pays	Chiffres clés
Nuovo cilento	1976		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 360 membres</li> <li>• 2500 hectares de terre cultivée</li> </ul>

### Présentation

- La coopérative agricole "Nuovo Cilento" a été fondée en 1976 à San Mauro Cilento et se compose de 360 membres cultivant 2500 hectares de terre dans le parc national du Cilento, du Vallo di Diano et de l'Alburni. La production d'olives est réalisée selon les méthodes de l'agriculture biologique. L'exploitation dispose d'une installation moderne pour le traitement des olives et la mise en bouteille de l'huile d'olive vierge-extra avec le statut d'appellation d'origine protégée. Cette coopérative dispose également d'une zone équipée pour l'élevage d'animaux.

### Principales offres

- La coopérative propose un panel de produits et de services mettant en valeur la richesse du terroir. En effet, les activités de la coopérative sont variées : l'apiculture, la filière de l'oléicole, la culture de plantes médicinales, la ferme biologique...

Huile d'olive vierge-extra conditionnée et commercialisée sous différentes marques

- «Terre del Casale» huile vierge-extra légèrement fruitée, agréablement et douce.
- «Terre dei Monaci » huile d'olive vierge-extra fruitée avec des notes amères et piquantes marquées.
- «Terre Antiche» huile d'olive vierge-extra biologique fruitée.

Autres produits du terroir et services annexes

- La coopérative commercialise des produits de la région à savoir : figes blanches du Cilento, les olives "Salelle Ammaccate", les haricots Controne, les pois chiches de Cicerale, les anchois de "Menaica", la soppressata (salami) de Gioi, différents types de miel, les vins biologiques et AOP du Cilento, les céréales anciennes (Carosella, Senatore Cappelli, Saravolla, Gentilrosso) ...
- Plusieurs services annexes sont également proposés : Ecotourisme, restauration, activité didactique autour de l'agriculture...

### Business model

- Culture des oliviers au sein de la coopérative
- Trituration et stockage de l'huile d'olive
- Vente d'huile d'olive conditionnée
- Vente de légumes et produits du terroir
- Proposition de services annexes : formations, écotourisme, restauration...

### Démarches de certification

- Leader en Italie dans la protection de la biodiversité, dans la certification biologique et dans l'appellation d'origine protégée.
- Adoption de l'agriculture biologique régénérative.

# Une nouvelle offre diversifiée et différenciée



## Présentation de l'offre de service

- Ecotourisme



- Restauration avec produits du terroir



- Coopérative



- Ferme biologique «l'arche de Noé»



- Huile d'olive

## Analyse

- La stratégie de différenciation de la **coopérative Nuovo Cilento** repose sur la création d'une véritable expérience client. En effet, cette coopérative se différencie par **l'attention accordée aux consommateurs** à travers la proposition de différents produits et de services annexes.
- Cette dernière adopte une **démarche RSE** en proposant des cours éducatifs sur différents thèmes agricoles.
- La ferme biologique collabore avec les écoles pour soutenir le développement du processus d'apprentissage inductif : exercices en laboratoire, création de jardins scolaires éducatifs.
- Le programme didactique de la bio-ferme utilise la méthode inductive, afin de promouvoir une approche émotionnelle et expérimentale de la connaissance.
- La Coopérative accueille le laboratoire de recherche gastronomique "Al Frantoio", pour la mémoire des plats typiques du Cilento, pour l'éducation environnementale, sensorielle et nutritionnelle et pour la réflexion scientifique sur les aspects bénéfiques du régime méditerranéen.

# Business Model

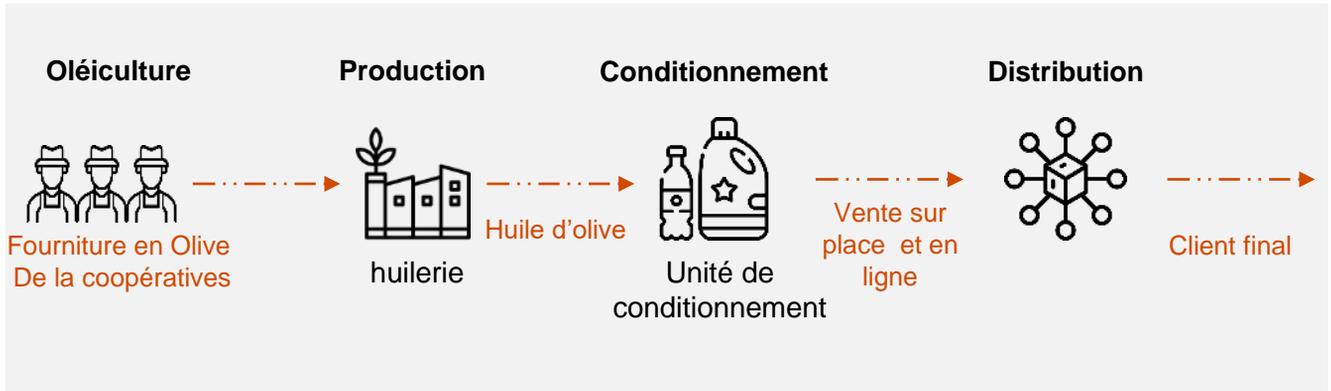


Partenaires clés Producteurs et huileries	Activités clés	Proposition de valeur	Exigences et besoins marché
<p><b>Le secteur privé:</b> Les fournisseurs de services mécanisées Institution financières et banques</p> <p><b>Le secteur public:</b> Les structures d'appuie (chambre de commerce, Services de vulgarisation)</p> <p><b>Partenaires de développement:</b> Organismes interprofessionnels</p>	<p><b>Nuovo cilenito est présente sur toute la chaîne de valeur :</b> De l'amont à l'aval avec les activités d'oléiculture et de récolte, trituration, stockage, conditionnement jusqu'à la vente et la recherche de nouveaux marchés.</p>	<p>Nuovo cilenito propose une huile vierge-extra de qualité, dont le processus de production est maîtrisé de bout en bout. Cette intégration de l'ensemble du processus de fabrication permet ainsi de réduire les coûts de production. Par ailleurs, le caractère sensoriel de huile est dû aux olives de la région des Pouilles.</p>	<p>La demande locale est de plus en plus exigeante. D'autant plus que la renommée des olives des Pouilles exige un certain degré de qualité supérieure.</p>

Relation fournisseurs/ Acheteurs producteurs	Structure des coûts
<p>Nuovo cilenito occupe une place centrale dans la région des Pouilles. Cette coopérative a permis la création d'un moulin commun moderne pour les producteurs de la région. Ces derniers ont même créée la marque ombrelle Tera di Olivi. L'approvisionnement en olive se fait directement auprès des oléiculteurs de la région. Concernant l'aval, le produit a une bonne image de marque symbolisant l'huile d'olive du terroir des pouilles.</p>	<p>Les charges financières ainsi que les charges fixes L'amortissement de l'investissement de l'huilerie Les coûts de marketing et de commercialisation</p> <p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>La marque Nuovo cilenito se vend en ligne (ce qui permet de toucher un public plus jeune ayant la culture du e-commerce), des ventes en circuits court sont également organisées par la coopérative.</p> <p><b>Source de revenu</b></p> <p>La vente de l'huile d'olive conditionnée.</p>

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Positionnement de la coopérative sur l'ensemble de la chaîne de valeur



1

**Oléiculture** : 360 membres oléiculteurs cultivent 2500 hectares de terres dans le parc national du Cilento. La région est caractérisée par des olives de qualité des espèces suivantes: « La Salella, la Rotondella, l'Olive Blanche, la Pisciotana, le Frantoio ». Ces dernières sont résistantes aux parasites et à la sécheresse, caractérisées par un taux d'antioxydant élevé.

2

**Production de l'huile d'Olive** : Le moulin de la coopérative Nuovo Cilento utilise le système d'extraction **Pieralisi Leopard**, qui préserve davantage d'antioxydants dans l'huile, bons pour le corps humain et essentiels pour une conservation correcte du produit. Ce moulin est le plus important de la région pour la quantité et la qualité des olives broyées. Les technologies innovantes du moulin permettent de maintenir un maximum de polyphénols et la vitamine E dans l'huile.

3

**Conditionnement** : L'exploitation dispose d'une installation moderne pour la mise en bouteille de l'huile d'olive vierge-extra avec le statut d'appellation d'origine protégée. L'huile conditionnée est également certifiée comme étant une **huile d'olive vierge-extra avec une concentration très élevée d'antioxydants** (polyphénols, vitamine E, ...) étant donné la technologie d'extraction utilisée.

4

**Distribution** : Concernant le réseau de distribution, la coopérative favorise la vente en **circuit court** et la **vente en ligne** sur son site internet.

# Positionnement par label



## Offre conventionnelle

A partir d'olives sélectionnées, provenant de terrains cultivés de manière éco-durable et constamment contrôlés par des techniciens spécialisés, pressées à froid avec un système intégral, la coopérative propose une huile vierge-extra de haute qualité, commercialisée sous différentes marques: "TERRE DEI MONACI", "TERRE ANTICHE" et "TERRE DEL CASALE". La principale différence entre ces dernières est la saveur de l'huile qui varie selon l'analyse sensorielle et les différentes certifications accordées à chacune d'entre-elles.

### 1. Huile d'olive vierge-extra «Terre del Casale»

L'huile d'olive vierge-extra "Terre del Casale" est une huile d'olive 100% italienne de la région, légèrement fruitée, agréablement sucrée. Cette huile d'olive vierge-extra de qualité, riche en antioxydants et en polyphénols, est un élément de base du régime méditerranéen.



	Volumes	250 ml	500 ml	750 ml	1L / 5 L
	<b>Prix contenant bouteille</b>	4,3 euros	6,8 euros	9 euros	n/a
	<b>Prix contenant métallique</b>	6,5 euros	9 euros	n/a	14,5 euros / 45 euros

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Positionnement par label



## Offre Disposant d'un IGP

### 3. Huile d'olive vierge-extra «Terre Dei MONACI»

L'huile d'olive "Terre dei Monaci" du Cilento est une huile d'olive vierge-extra 100% italienne, fruitée avec des notes amères et épicées marquées.

Particulièrement adaptée à ceux qui préfèrent une alimentation authentique, naturelle et respectueuse de l'environnement.

Produit exclusivement à partir des meilleures olives des variétés Frantoio, Leccino et Ogliarola, typiques de la région du Cilento.



La certification d'appellation d'origine protégée exige le respect d'un cahier des charges de production de l'UE. Cette certification atteste que la totalité du cycle de production se déroule dans une aire géographique bien délimitée et ne peut pas être reproduit ailleurs.



	Volumes	250 ml	500 ml	750 ml	1L / 3L
	<b>Prix contenant bouteille</b>	4,10 euros	7,5 euros	10,5 euros	n/a
	<b>Prix contenant métallique</b>	4,8 euros	8,10 euros	n/a	12,5 euros / 33 euros

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Positionnement par label



## Offre Biologique

### 2. Huile d'olive vierge-extra «Terre ANTICHE»

"Terre Antiche" du Cilento est une huile d'olive vierge-extra biologique fruitée et harmonieuse aux délicates notes végétales.



La certification biologique exige que seuls des produits naturels, sans pesticides ni engrais chimiques, soient utilisés pour la culture. Le processus de production biologique est certifié à travers un système de contrôles, reconnu au niveau européen, qui permet d'étiqueter les produits.



	<b>Volumes</b>	250 ml	500 ml	750 ml	1L / 3L
	<b>Prix contenant bouteille</b>	5 euros	8,5 euros	12 euros	n/a
	<b>Prix contenant métallique</b>	7 euros	10 euros	n/a	17 euros / 37 euros

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Success story Italien

## Le Consortium Riviera Ligure



### Fiche de synthèse de la coopérative Riviera Ligure

Acteur	Date de création	Pays	Chiffres clés
Riviera Ligure	2001		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie oléicole : 2.223,98 hectares</li> <li>• Plantes certifiées AOP : 667193</li> <li>• Oléiculteurs : 363</li> </ul>

#### Présentation du consortium

- Le Consortium de protection de l'huile d'olive vierge-extra AOP Riviera Ligure, avec le fort soutien de ses membres oléiculteurs, presseurs et embouteilleurs et grâce à la reconnaissance reçue du ministère italien des Politiques agricoles, alimentaires et forestières, a pour objectifs de protéger un produit unique et traditionnel, de promouvoir et de contrôler l'huile d'olive de Ligurie dans ses trois indications géographiques d'origine (Riviera dei Fiori, Riviera del Ponente Savonese et Riviera di Levante) afin d'offrir aux consommateurs une huile de qualité.

#### Principales offres

- Le consortium est le garant de la qualité des huiles d'olive de la région, en collaborant avec les producteurs membres afin de proposer des huiles certifiées d'appellation d'origine protégée. Les huiles d'olives proposées proviennent de trois sous-domaines de la région à savoir : Riviera dei Fiori, Riviera Ponente Savones et Riviera di levante donnant ainsi naissance à des huiles d'olive aux caractéristiques sensorielles différentes.

Huile d'olive vierge-extra conditionnée

- ▶ Riviera dei Fiori : 1416,98 quintaux commercialisés entre 2021 et 2022
- ▶ Riviera Ponente Savones : 18,32 quintaux commercialisés entre 2021 et 2022
- ▶ Riviera di levante (GE) : 13,89 quintaux commercialisés entre 2021 et 2022
- ▶ Riviera di Levante (SP) : 102,98 quintaux commercialisés entre 2021 et 2022

Événements organisés par le consortium en collaboration avec les producteurs membres



Visite d'oliveraies moulins



Séance de dégustation d'huile d'olive



Activités éducatives

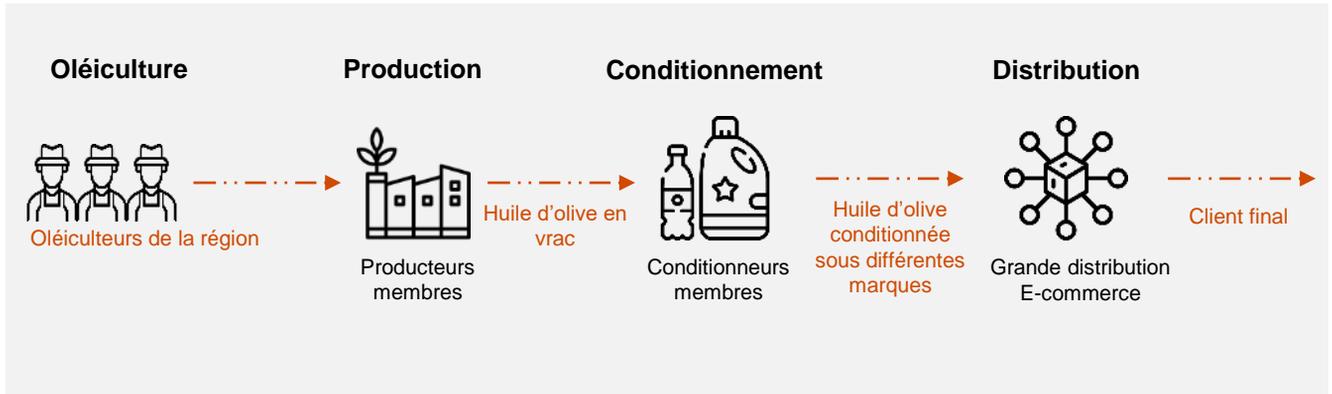


Activités sportives

#### Organes de gouvernance

- ▶ L'Assemblée des membres du Consortium est composée de tous les membres du Consortium et constitue l'organe souverain. Chaque membre du consortium est tenu de payer des cotisations annuelles régulières. L'assemblée des membres du Consortium approuve les états financiers, nomme le Conseil d'administration (67% de producteurs et 33% de presseurs et embouteilleurs), ainsi que les membres du Conseil des commissaires aux comptes.
- ▶ Le Conseil d'administration supervise l'ensemble de la gestion du Consortium, en fournissant tout ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs du Consortium.
- ▶ Le Président est élu par le Conseil d'administration et est le représentant légal du Consortium.

# Le Consortium présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur



1

**Oléiculture** : Une grande partie de la qualité de l'huile d'olive vierge-extra IGP Riviera Ligure est due à la variété des oliviers (Taggiasca, Lavagnina, Pignola et autres variétés locales dérivées de la variété Frantoio) qui, au cours des siècles d'adaptation à la zone et au climat de la Ligurie, fournissent un produit à faible acidité, aux saveurs fruités et légères avec une sensation de douceur. Les producteurs doivent faire face à des sols en terrasses abruptes, secoués par des conditions météorologiques imprévisibles.

2

**Production de l'huile d'Olive** : La production de l'huile d'olive s'effectue au niveau des différents moulins membres du consortium. En effet, la production de ce produit est décentralisée, le rôle du consortium est donc de garantir la qualité des huiles d'olive de la région en effectuant des tests sur des échantillons d'huile AOP Riviera Ligure.

3

**Conditionnement** : Le conditionnement d'huile d'olive certifiée AOP Riviera Ligure est décentralisé. En effet, les producteurs membres détiennent chacun leur propre marque d'huile d'olive conditionnée. Dans ce sens, différentes marques d'huile d'olive certifiées AOP Riviera Ligure sont proposées sur le marché.

4

**Distribution** : L'huile d'olive vierge-extra DOP Riviera Ligure est présente dans les points de vente de la grande distribution : Billa, Carrefour, Conad, Coop, Crai, Esselunga, Maxisconto, Simply, surtout dans les régions du nord de l'Italie, dans les points de vente du circuit Eatitaly. De plus, certaines marques vendent ces produits en ligne sur leur site internet.

# Business Model



Partenaires clés	Activités clés	Proposition de valeur	Exigences et besoins marché
<p><b>Le secteur privé:</b> Institution financières et banques</p> <p><b>Le secteur public:</b> Ministère des Politiques agricoles, alimentaires et forestières et les structures d'appuie (chambre de commerce, Services de vulgarisation)</p> <p><b>Partenaires de développement:</b> Organismes interprofessionnels</p>	<p>Le consortium supervise et teste les échantillons d'huile AOP Riviera Ligure présents sur le marché, en vérifiant leur conformité et en répétant les analyses chimiques, physiques et sensorielles sur l'huile AOP Riviera Ligure.</p>	<p>Le consortium est le garant de la qualité des huiles d'olive de la région, ce dernier protège un produit unique et traditionnel, promeut et contrôle l'huile d'olive de Ligurie dans ses trois indications géographiques d'origine (Riviera dei Fiori, Riviera del Ponente Savonese et Riviera di Levante)</p>	<p>La demande est de plus en plus exigeante. D'autant plus que la renommée des huiles certifiées par le consortium est grande.</p>

Relation avec producteurs membres	Structure des coûts
<p>Le consortium occupe une place centrale dans la région. Il garantit la certification d'appellation d'origine protégée à ses producteurs membres répondant à un cahier de charges spécifique pour l'obtention de cette certification. Ce signe de distinction joue en faveur de l'image de marque des différents membres producteurs.</p>	<p>Les charges financières ainsi que les charges fixes Les coûts relatifs aux services effectués (contrôle qualité ...)</p>
	<p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>L'huile d'olive certifiée « Riviera Ligure » est commercialisée de manière décentralisée au niveau des différentes marques membres du consortium. (Grande surface / e-commerce)</p>
	<p><b>Source de revenu</b></p> <p>Principalement les cotisations annuelles régulières payées par les membres du consortium.</p>

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Labélisation des produits



Huile d'olive certifiée DOP Riviera Ligure est commercialisée sous différentes marques sur le marché.

Chacune de ces marques a son propre packaging et design avec en commun l'étiquette appellation d'origine protégée DOP Riviera Ligure et le logo du consortium « Riviera Ligure » en haut des contenants.

Dans ce sens, cette huile d'olive certifiée se présente sous différents packaging relatifs à différentes marques avec en commun ce signe de distinction.

En effet, grâce à la collaboration entre le Consortium de protection et l'organisme de certification, les consommateurs trouveront désormais sur les bouteilles d'huile d'olive DOP Riviera Ligure une étiquette numérotée qui assure la traçabilité de la filière de production. Contrairement aux autres huiles non certifiées présentes sur le marché, le produit de l'appellation d'origine protégée est toujours soumis à des contrôles sur le terrain, à des audits documentaires et à des analyses sensorielles et chimico-physiques et ce n'est qu'au terme de ce régime de contrôle qu'il peut porter cette prestigieuse marque communautaire.



DOP : Denominazione d'Origine Protetta

Sources: Site Web, Analyse PwC

# Différentiation des marque par le goût



Les huiles d'olives proposées proviennent de trois sous-domaines de la région à savoir :

- Riviera dei Fiori
- Riviera Ponente Savones
- Riviera di levante

Chacune de ces huiles d'olive a ses propres caractéristiques sensorielles créant ainsi une gamme de produit variée.

## 1. Huile d'olive vierge-extra Riviera Dei Fiori

Huile d'olive issue de plus de 90% d'olives Taggiasca . De couleur jaune clair avec de légères nuances verdâtres. Cette huile est douce et délicate, avec des notes de pomme et un arrière-goût amer et légèrement piquant.

## 2. Huile d'olive vierge-extra Riviera Del Ponente Savone

Huile d'olive issue de plus de 50% d'olives Taggiasca, avec une couleur jaune clair avec des reflets verdâtres ; parfums légers de fruits ou d'olives fraîches. Caractérisée par un équilibre entre amertume et piquant avec des notes d'amande et de pomme.

## 3. Huile d'olive vierge-extra Riviera di Levante

Huile d'olive issue de plus de **65%** d'olives Lavagnina, Razzola, Pignola et autres cultivars autochtones. Caractérisée par une couleur jaune or avec des reflets verdâtres, parfums fruités légers ou moyens, notes végétales d'artichaut frais ; velouté et équilibré, note poivrée persistante ; avec des saveurs amande et fleurs des champs.



Ces huiles sont commercialisées sous différentes marques et packaging avec des prix fixés indépendamment par chaque enseigne.

Les contenants sont majoritairement des bouteilles en verre opaques pour les différentes marques .



**Volumes  
majoritairement  
disponibles**

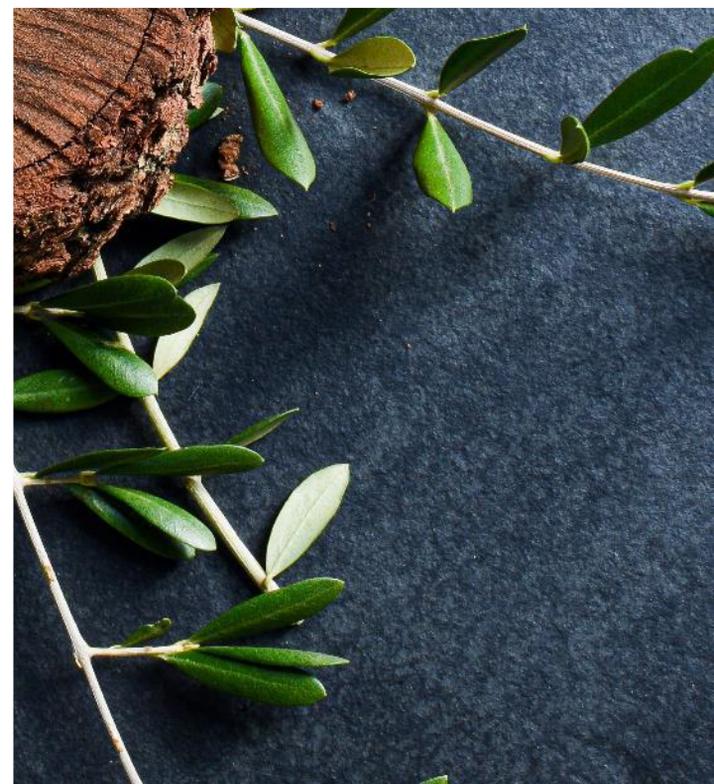
250 ml

500 ml

750 ml



# Portugal



# Benchmark - Portugal



## Caractéristiques de la filière oléicole

Comme dans l'ensemble du pourtour méditerranéen, l'huile d'olive occupe une place centrale dans la gastronomie portugaise.

L'entrée du Portugal au sein de l'Union Européenne, a permis à la filière oléicole locale de se muer en véritable locomotive économique nationale. Le lancement de grands projets d'infrastructures, notamment dans la région de l'Alentejo, la structuration de la filière, et la mécanisation rapide des producteurs d'huile d'olive ont permis au pays d'opérer une véritable transformation lui permettant de passer d'une production principalement vivrière à un secteur générant près de **600 million d'euros annuellement en 2019**, cela représente 2,5 fois les chiffres réalisés lors des campagnes 2010-2012, dont près de 500 millions d'euros en exportations.

Le Portugal compte cinq grandes régions oléicoles : Trás-Os-Montes, Beira littoral, Beira intérieur, Riatejo e Oeste et Alentejo. En **2010, l'Alentejo a fourni 51 % de l'huile d'olive** produites au Portugal, suivi de la région de **Trás-Os-Montes** qui représentait **27 %** de la production nationale.

**Galega** est la variété la plus abondante, elle représente **80%** de l'oliveraie portugaise suivie de Corcovil, Verdeal et Cobrançosa.

Aujourd'hui, le secteur oléicole portugais dispose de quatre avantages compétitifs fondamentaux:

- La taille des exploitations ;
- La disponibilité de l'eau suite à la construction du barrage de l'Alentejo permettant l'irrigation nécessaire aux techniques de production intensives pratiquées dans le pays ;
- Le choix d'espèces à temps de maturation court ;
- L'adoption rapide et extensive des dernières technologies de culture agricoles et de production d'huile d'olive.



~**360 000**  
**Ha**

Sont réservés  
aux oliviers



**1,6%**

De la production  
agricole nationale  
en 2018



**8<sup>ème</sup>**

Producteur mondial  
d'huile d'olive



**53%**

De la production  
d'huile d'olive  
provient de la  
région Alentejo



# Analyse du secteur oléicole

## Caractéristiques de la filière oléicole

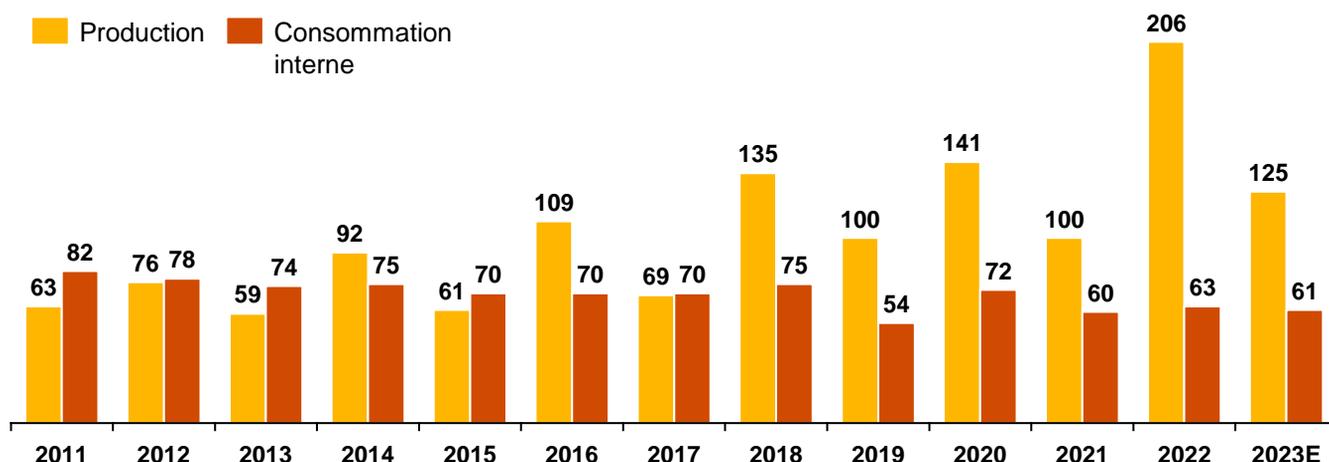
L'adoption en amont des nouvelles espèces d'oliviers adaptés à la mécanisation, l'irrigation systématique rendue possible par l'amélioration des ressources hydriques des régions oléicoles ainsi que l'accroissement de la taille des oliveraies ont permis l'augmentation de la productivité des plantations d'olive. Au niveau de la production d'huile, c'est l'introduction de nouvelles technologies d'extraction d'huile permettant à la fois d'augmenter le taux de récupération d'huile vierge et vierge-extra à des coûts unitaires relativement bas, et l'augmentation de la taille des entreprises et coopératives, rendue nécessaire par les coûts d'investissement à réaliser pour rester compétitifs, qui ont permis au pays de tripler sa production d'huile d'olive entre 2011 et 2022 et de la multiplier par 8,3 par rapport à l'an 2000. Soit une augmentation moyenne de de la production d'huile de près **9 000 t/an**.

Cette nouvelles réalité est néanmoins à contraster avec la baisse de la consommation moyenne d'huile d'olive au Portugal, qui est passée de 10 Litres par personne par an à moins de 8 Litres par personne par an sur la période 2010-2018. Cette tendance baissière est à imputer aux exigences accrues des consommateurs portugais quant à la qualité et aux propriétés de l'huile d'olive qu'ils consomment – surtout lorsque des sources de graisse bien moins onéreuses sont disponibles pour leur utilisation courante –, dans le contexte des difficultés économiques que traverse le pays depuis 2008 et de la baisse du pouvoir d'achat qui s'en est suivie, ainsi que de la cherté du produit de bonne qualité.

La consommation locale fébrile a eu pour effets de (1) intensifier la concurrence pour le marché intérieur, avec une augmentation de la qualité et une baisse des prix sur les segments huile d'olive vierge et vierge-extra, (2) augmenter les quantités disponibles à l'exportation par des acteurs locaux qui ont encore du mal à s'imposer à l'international.

## Production d'huile d'olive vs. Consommation interne

En Kt | 2011 – 2023E | Portugal



Sources: Recherche PwC, OliveOilTimes, UN Comtrade



# Analyse du secteur oléicole

## Caractéristiques de la filière oléicole

Selon FAOSTAT, la superficie couverte en olives représentait **~360 000 hectares** au Portugal en 2017, dont environ **23% est irriguée**.

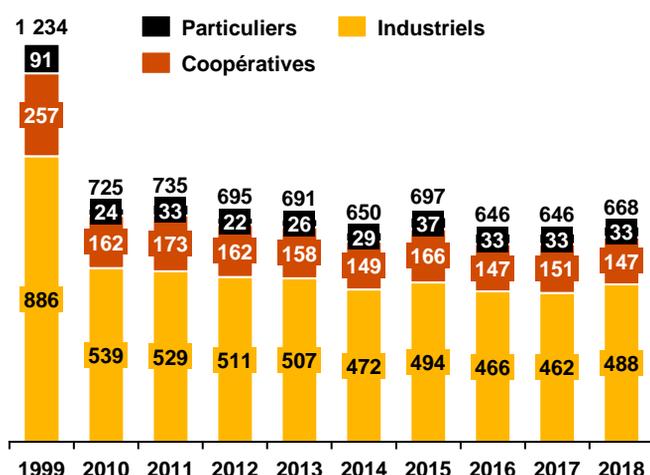
Suivant l'entrée du Portugal dans l'Union Européenne en 1986, un puissant mouvement de modernisation de la filière oléicole s'est développé. A l'aide des dernières technologies agricole et de transformation des olives, un grand nombre d'acteurs du marché ont réussi à opérer une transformation de leur techniques de production, ce qui leur a permis de graduellement augmenter leur productivité et la qualité de leurs huiles. Les programmes européens et nationaux successifs de développement des surfaces cultivées ont permis par la suite de fortement augmenter les surfaces oléicoles, notamment dans le nord du pays.

Revers de la médaille, la pression réglementaire introduite par l'adoption des règles européennes de qualité, et le coût de capital des outils productifs modernes, ont mené un grand nombre de producteurs à la faillite au cours des années 1990. **Le nombre de producteurs d'huile d'olive** est passé de plus de **1200** à près de **700** aujourd'hui.

Néanmoins, au cours des dernières années, les entreprises portugaises ont lancé des **stratégies agressives d'exportation et de distribution d'huile d'olive à travers le monde**. Au Brésil par exemple, Sovena, l'un des principaux producteurs et distributeurs mondiaux d'huile d'olive, avec ses olives cultivées localement, et son internationalisation en Espagne, en Italie, en Grèce et au Maroc. La société exporte de l'huile d'olive sous ses marques « Oliveira da Serra » et « Andorinha » vers les pays européens, ainsi que vers le Brésil, les États-Unis, le Canada et le Japon. Mais ce ne sont pas les seuls. Au cours des 20 dernières années, de nombreux acteurs aux stratégies de placement agressives sont apparues sur le marché, à la fois sur les segments premiums que mass market, une situation qui contraste fortement avec celle d'il y'a moins de 30 ans.

## Acteurs par catégorie

Nombre | 2010 – 2018 | Portugal



Sources: Recherche PwC, OliveOilTimes, UN Comtrade

## Principaux acteurs sur le marché





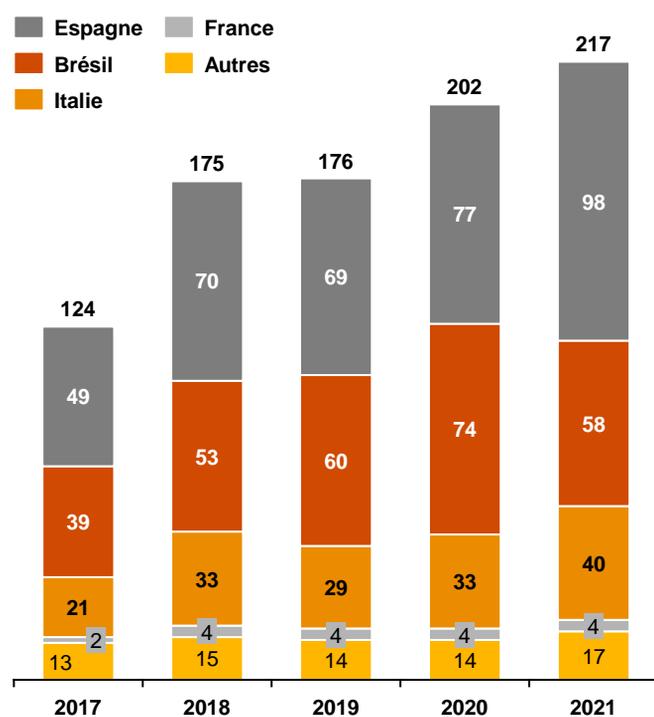
# Analyse du secteur oléicole

## Dynamique du marché

Le **secteur oléicole portugais** est principalement tourné **vers l'exportation en vrac**. Les principaux marchés d'export du Portugal sont **l'Espagne, le Brésil et l'Italie**. Ils représentent respectivement, **45%, 27% et 19% des exportations d'huile d'olive** tous types confondus, soit **88% du total des exportations**.

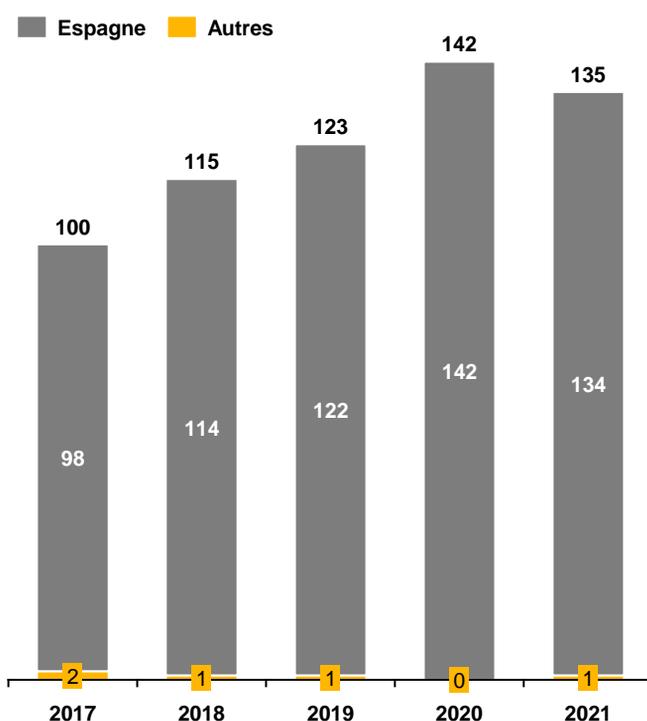
### Exportations d'huile d'olive

En Kt | 2017 – 2021 | Par destination



### Importations d'huile d'olive

En Kt | 2017 – 2021 | Par origine



L'**Espagne** importe annuellement entre **50 K tonnes et 100 K tonnes** d'huile d'olive depuis le Portugal, principalement **en vrac** afin d'alimenter les nombreuses **sociétés d'embouteillage** du pays. Ce pays représente le principal marché cible européen pour l'huile d'olive portugaise. Les exportations portugaises d'huile d'olive vers l'Espagne et l'Italie ont connu la plus forte croissance depuis 2017, à un taux moyen de 15% et 14% respectivement par an. Au cours des cinq dernières années, ses exportations vers l'Espagne sont passées de 49 Kt à 98 kT et vers l'Italie de 21 kT à 40 kT tonnes.

Le Portugal exporte principalement de l'huile d'olive de haute qualité: plus de 70% est vierge-extra dont près de 60% sont destinées à d'autres pays européens. Néanmoins, en dehors du Brésil, les entreprises portugaises n'arrivent pas ou peu à placer leurs huiles d'olives dans les états espagnols, italiens et allemands, principaux consommateurs européens du produit. De ce fait près de **90%** de leurs exports vers le reste de l'Europe se font en vrac.

Sources: UN Comtrade, Analyse PwC

# Le conditionnement au Portugal



## Les principale offres d'huile d'olive conditionnée portugaise

Les consommateurs portugais d'huile d'olive délaissent de plus en plus les produits de basse qualité pour des huiles d'olive vierge et vierge-extra, et sont prêts à payer plus cher quitte à réduire leur consommation et remplacer leur consommation d'huile d'olive de basse qualité par d'autres sources de graisses. Par conséquent, les entreprises portugaises d'huile d'olive proposant de l'huile vierge et vierge-extra sont très dynamiques. Face à l'augmentation significative de leur production, les huileries portugaises ont néanmoins du mal à placer leur produit emballé dans le reste du monde à l'exception des marchés naturels du Portugal tels que le Brésil, ou la France qui concentre une grande communauté d'origine portugaise

Principaux emballages d'huile d'olive premium conditionnée



**Bouteilles en verre opaque** pour une meilleure conservation contre la lumière, disponible dans plusieurs formats de 50ml à 2l dans une gamme de prix allant de 3 EUR à 40 EUR pour l'huile d'olive Extra Vierge (EV)



**Le bag in box** est l'emballage le mieux adapté à la conservation de l'huile d'olive, particulièrement contre l'oxydation. Il existe dans des format de 3l ou 5l et dans des gammes de prix de 13 à 90 EUR pour l'huile d'olive EV



Bien que disponibles sur le marché portugais, **l'emballage en boîtes métalliques** tend à disparaître, malgré ses qualités de conservation de l'huile d'olive. Des huiles emballées avec cette technologie existent de 250ml à 3l dans des gammes de prix allant de 3 à 24 EUR



Des huiles d'olive vierge et vierge-extra continuent à être conditionnées en **PET** et sont disponibles dans des formats allant de 1l à 3l, dans des gammes de prix similaires à celles des bouteilles en verre

Huile d'olive de qualité moyenne

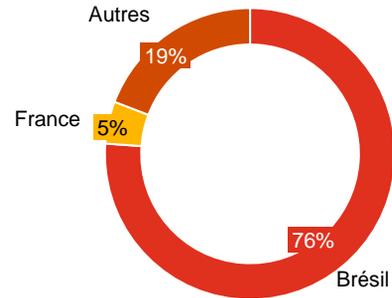


Les huiles d'olives pomace, et raffinées continuent à être vendues sur le marché portugais, principalement embouteillées en **PET** en formats de 500ml à 5l et des gammes de prix allant de 2 à 24 EUR

# Les exportations par type d'emballage



## Huile d'olive emballée

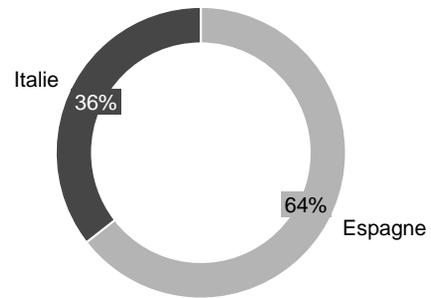


La principale destination des huiles d'olives portugaises emballées sont les anciennes colonies portugaises ainsi que les pays à la forte population d'origine portugaise tel que la France.

## Huile d'olive en vrac



olive oil - huile d'olive 1000 litres



Les pays tels que l'Espagne et l'Italie, les deux premières destination des exportations d'huile d'olive Portugaise représentent à eux deux en moyenne 58% des exportations d'huile d'olive portugaise,

Du fait de la proximité géographique de de l'Italie et de l'Espagne, la voie routière est généralement la plus usitée pour les exportations

# Organismes chargés du développement du secteur oléicole



## Dynamique du marché

### Mesures de développement et promotion de l'exportation du secteur oléicole

**Les institutions interprofessionnelles** occupent une place centrale dans la promotion et le soutien du secteur agricole dans sa globalité au Portugal. Concernant la filière oléicole l'interprofession s'organise principalement autour de AIFO (Association interprofessionnelle du secteur oléicole) qui regroupe les plus grandes associations représentatives du secteur de l'huile d'olive au Portugal à savoir :

**Secteur de la production** : Confédération des agriculteurs du Portugal (CAP), Confédération nationale des coopératives agricoles et du crédit agricole du Portugal (CONFAGRI), Confédération nationale de l'agriculture (CNA) et Association des jeunes agriculteurs du Portugal (AJAP).

**Secteur transformation et commercialisation** : CONFAGRI et Casa do Azeite - Associação do Azeite de Portugal.

Par ailleurs, il existe plusieurs autres entités qui cherchent à soutenir la production d'huile d'olive nationale notamment les centres d'étude et de promotion d'huile d'olive intervenant au niveau national et international.

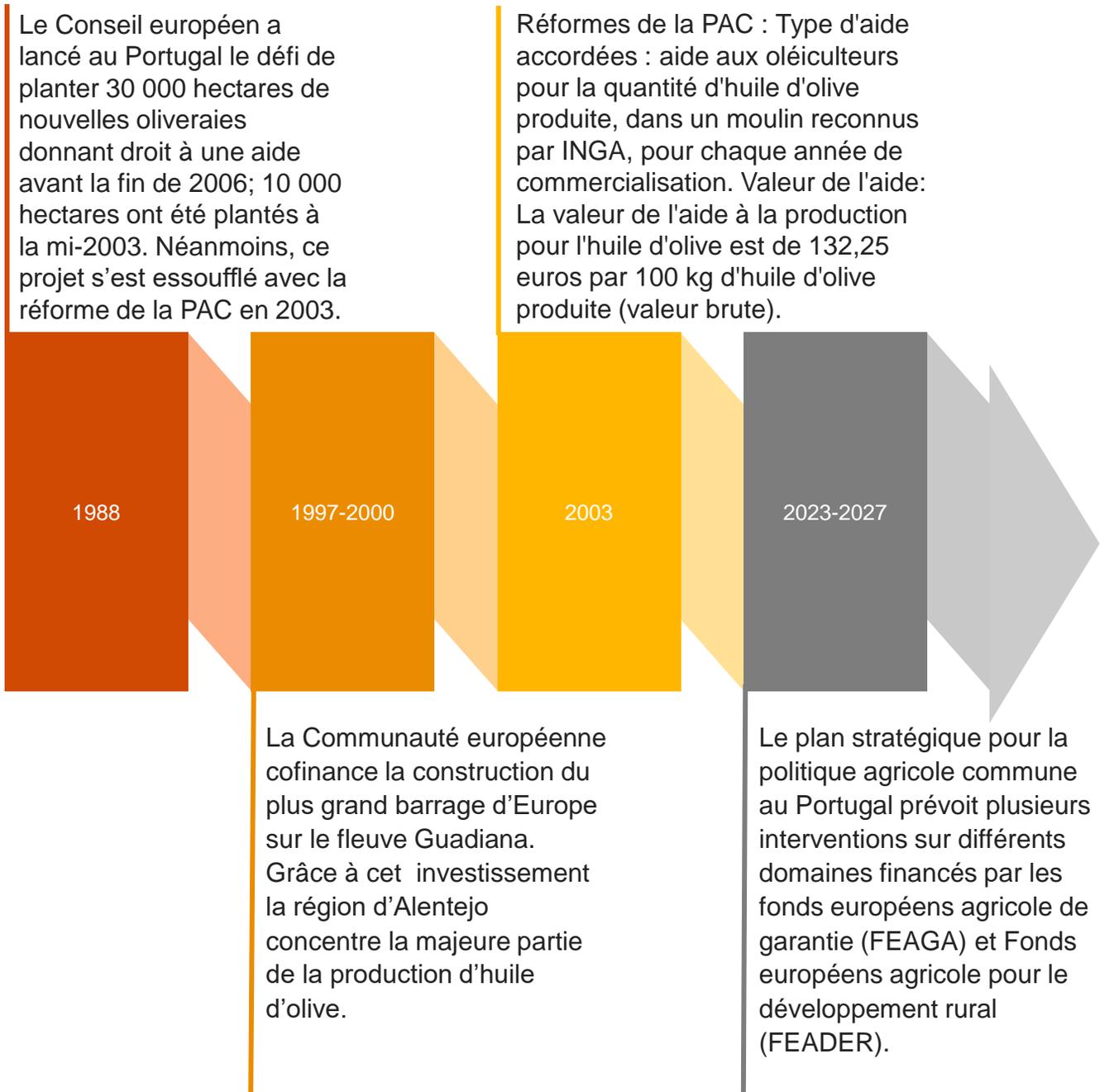


**AIFO (Associação Interprofissional da Fileira Olivícola):** Il s'agit d'une structure formellement reconnue en 2015 et qui regroupe les plus grandes associations représentatives du secteur de l'huile d'olive au Portugal. Cette organisation interprofessionnelle a pour objectif principal la promotion nationale et internationale de l'huile d'olive portugaise, ainsi qu'un fort engagement dans les questions liées à l'information et à la réglementation de l'huile d'olive, des olives et de leurs dérivés.



# Principales aides accordées au secteur oléicole portugais

## Historique des principales réformes des aides accordées au secteur oléicole Portugais



Sources : Base de données interne, site officiel de la commission européenne, analyse PwC

# Success story portugaise Coopérative VALPAÇOS

Changer  
le  
drapeau



## Fiche de synthèse de la coopérative VALPAÇOS

Acteur	Date de création	Pays	Chiffres clés
Coopérative VALPAÇOS	1951		<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1095</b> agriculteurs</li><li>• <b>2 M</b> de litres d'huile d'olive par an</li><li>• <b>70</b> cuves de stockage</li></ul>

### Présentation

- La coopérative VALPAÇOS a été créée en 1951, elle est située dans les terres hautes et froides du Nord-Est du Portugal à **Trás-os-Montes**. La richesse des sols, la parfaite altitude ainsi que les conditions climatiques définissent un authentique terroir de cette région.
- Cet espace a toujours été maintenu et respecté par les oléiculteurs qui ont su préserver l'héritage.
- La coopérative propose de l'huile d'olive vierge-extra aromatisée possédant des caractéristiques organoleptiques.

### Prix

- Le moulin de la huilerie a été classé comme étant l'un des 50 meilleurs du monde. En 2017, il a été considéré par la [worldsbestoliveoils.org](http://worldsbestoliveoils.org) le **9ème** meilleur moulin.

### Marques

- **ROSMANINHO** : Huile d'olive vierge extra aromatisée, multi variétale (Cobrançosa, Madural et Verdeal)
- **VILANOVA** : Huile d'olive vierge-extra de haute qualité à acidité inférieure à 0,2% / 750 ml
- **ANCESTRAL** : Huile d'olive vierge-extra de haute qualité à acidité inférieure à 0,5% / 5L

### certification

ISO 22000, HACCP et ISO 9001

### Business model

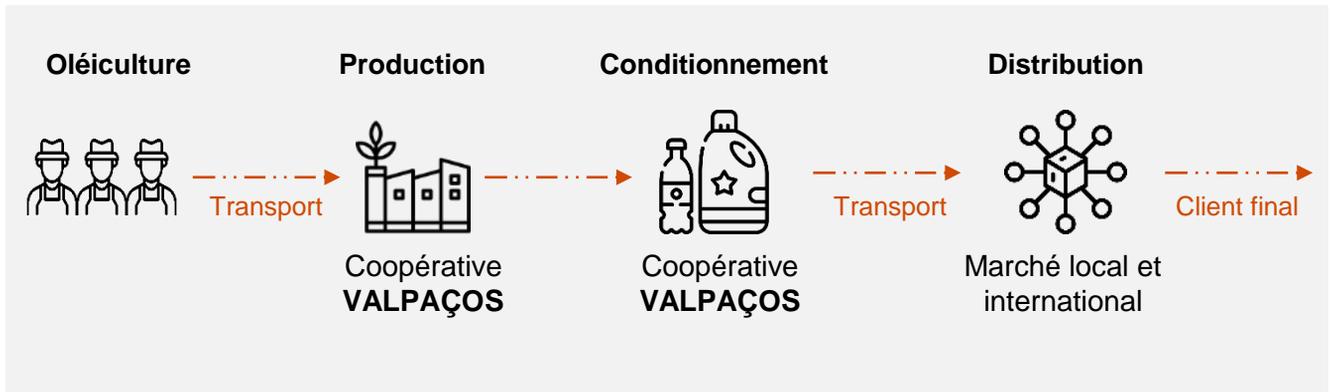
- La coopérative VALPAÇOS verticalise toute la chaîne de valeur de l'huile d'olive depuis l'oléiculture à la bouteille. Ses produits sont par la suite vendus dans les étals principalement au Portugal

Sources: Site web, Analyse PwC

# Positionnement de la coopérative sur de la chaîne de valeur



la Coopérative de **Valpaços** est présente sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de la récolte jusqu'à la vente. **La coopérative dispose d'une huilerie moderne d'une classe mondiale.**



1

**Oléiculture** : La récolte des olives se faisait de manière traditionnelle, c'est-à-dire en frappant sur les branches des oliviers et les olives tombaient dans un linge étendu tout autour des troncs. Depuis quelques années, des machines spécialisées sont utilisées pour la récoltes des olives

2

**Production de l'huile d'Olive** : assuré par le moulin de la coopérative **VALPAÇOS** qui dispose d'une capacité de traitement de l'ordre de **800 tonnes** ainsi que **70 cuves** de stockage en acier inoxydable d'une capacité de plus de **2.000.000 de litres**.

3

**Conditionnement** : Une fois transformée, l'huile d'olive passe par la ligne automatique d'embouteillage, elle sera emballée selon les différents formats.

4

**Distribution** : L'huile d'olive conditionnée est distribuée au niveau de la zone de vente au public, où les acheteurs peuvent goûter et acheter le produit.

# Conditionnement – Offres proposées



## Packaging proposé

La coopérative VALPAÇOS réalise le conditionnement de l'huile d'olive produite dans des **bouteilles en verre opaque** sous quatre formats 500 ml et 750 ml, 2 L et 5 L, en PET et en PVC alimentaire pour le compte de trois marque : **ROSMANINHO**, **VILANOVA** et **ANCESTRAL**.



L'huile d'olive conditionnée par la coopérative VALPAÇOS bénéficie de l'appellation d'origine protégée (AOP) car elle est produite dans une zone spécifique du Portugal : Trás-os-Montes. Ce label permet de garantir aux acheteurs que l'huile d'olive est d'origine.

# Cas Sovena – Internationalisation réussie



## Exportation d'une marque portugaise, Andorinha, au Brésil par la société Sovena

A partir du milieu des années 2000, Sovena a lancé une campagne d'internationalisation vers le Brésil à travers sa marque Andorinha. Ce cas est particulièrement intéressant pour une marque telle que Numidia, dont la maison mère dispose de moyens financiers, humains et matériels lui permettant d'attaquer de nouveaux marchés à l'international.

### Contexte

#### Une entreprise portugaise à la croissance foudroyante au Brésil

- Andorinha est embouteillée par Sovena au Portugal et vendue par Bunge au Brésil
- C'est la seconde marque du pays en 2011, avec une croissance de ses ventes de 25% entre 2010 et 2011



### Actions

#### L'entreprise a joué sur les qualités du produit à travers une campagne de communication

- Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux vertus de l'huile d'olive
- Andorinha a massivement investi dans des campagnes marketing autour du thème santé

### Enseignement

#### Les produits premium doivent être accompagnés d'un marketing fort

- Le segment huile d'olive vierge et vierge-extra attire de plus en plus de consommateurs soucieux de leur santé
- Des campagnes marketing fortes, construites autour du thème de la santé et des bénéfices pour la santé des consommateurs a des effets positifs sur les ventes



## Sovena a massivement investi au Brésil

- L'huile d'olive devient un produit de plus en plus à la mode au Brésil. Les consommateurs locaux remplacent d'autres types d'huile par de l'huile d'olive, notamment en raison de ses bienfaits pour la santé. Néanmoins, la consommation par habitant au Brésil est encore très faible (300 ml par habitant par an) par rapport à celle de pays comme le Portugal et l'Espagne (6 à 10 litres par an) et la Grèce (20 litres par an), avec un important potentiel inexploité.
- Selon le Conseil oléicole international, le marché de l'huile d'olive au Brésil a connu une croissance significative (50%) au entre 2017 et 2021. Les importations ont atteint 120 000 tonnes en 2021
- Sovena a investi près de 3,2 millions de dollars dans des campagnes marketing en 2012, soit 30% de plus que le montant investi en 2011.

## La version « bio » a encore mieux performé, soulignant l'opportunité dans le segment premium

- En fait, une enquête menée en 2011 montre que 53% des Brésiliens affirment qu'ils sont prêts à payer un peu plus pour des produits biologiques, ce qui est beaucoup plus élevé que la moyenne mondiale de 40%. Cela représente une forte opportunité pour les fabricants de répondre avec plus de choix de produits haut de gamme.

## Une campagne de marketing solide était cruciale pour susciter l'intérêt du produit

- La marque Andorinha a formé un partenariat avec TV Globo et a lancé un personnage de télévision appelé « Andorinha Dorinha » (Hirondelle Dorothy) pour jouer avec « Louro Jose » (perroquet Joseph), un personnage célèbre de l'émission télévisée « Mais Voce » présentée par Ana Maria Braga. Le spectacle est diffusé quotidiennement et promeut « Dorinha » en tant qu'experte en huiles d'olive et en gastronomie.
- Au cours de l'émission de télévision, le personnage « Dorinha » enseigne au public comment les huiles d'olive Andorinha sont produites, leurs caractéristiques gustatives et leurs bienfaits pour la santé, en plus de conseils gastronomiques pour cuisiner avec de l'huile d'olive.
- Le partenariat exclusif entre Sovena et TV Globo semble avoir aidé l'entreprise à mieux faire connaître la marque au Brésil. En communiquant avec toutes les classes sociales, la marque a régulièrement réussi à augmenter ses ventes dans le pays.
- La marque a également lancé un livre de recettes avec des recettes inspirées de la cuisine européenne.



# 3

## Analyse comparative par pays

# Analyse comparative des différentes expériences

## Tunisie



## Italie



## Portugal



	Tunisie	Italie	Portugal
Capacité de regroupement et taille	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les producteurs tunisiens sont peu regroupés en coopératives pour des raisons historiques négatives (270 coopératives).</li> <li>La majorité des nouvelles coopératives sont de petite taille (moins de 7 employés) et ne connaissent pas le succès en raison d'un manque de financement et peu de vision quant à leurs rôles dans la filière.</li> <li>Les programmes d'appui et d'encadrement gouvernemental ont contribué à la constitution de groupement par des incitations financières et matériels.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le système coopératif a débuté et s'est étendu en Italie après la révolution industrielle. Leurs tailles sont relativement réduites comparé au reste de l'Union Européen. (4722 Coopératives).</li> <li>Les coopératives italiennes sont composées en moyenne de 16 employés, disposent de techniques sophistiquées qui ont permis à l'industrie de l'huile d'olive de devenir compétitive et rentable.</li> <li>Depuis une décennie les coopératives se regroupent pour donner de grands consortiums pour augmenter leur pouvoir de négociation avec les grands groupes privés et les institutions gouvernementales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'émergence des coopératives au Portugal s'est faite tardivement (1 400 coopératives).</li> <li>Les coopératives sont parfois constituées en sociétés mixtes avec des entreprises privées et ils emploient en moyenne 17 personnes.</li> </ul>
Capacité de négociation dans le marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>La constitution en coopérative et/ou en SMSA a permis au producteur de relever la performance des producteurs et de renforcer leurs pouvoirs de négociation et de réduire les coûts communs (ex transport) et assurer un marché pour l'huile d'olive produite.</li> <li>Au niveau international, les coopératives ont des difficultés à adresser le marché au regard du niveau élevé des barrières à l'entrée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dans l'industrie de l'huile d'olive, les embouteilleurs de grande taille dominent le marché italien et international. Cependant, la grande disparité de taille et de constitution entre les coopératives les affaiblit sur le marché national.</li> <li>Les coopératives les plus performantes ont donc tourné leur attention vers l'international pour chercher de la croissance et justifient leurs tarifs par une forte spécialisation et un haut niveau de qualité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les coopératives portugaises ont adopté une stratégie de concentration par région pour promouvoir leurs marques sur le marché intérieur et extérieur.</li> <li>La coopérative doit supporter des coûts de développement de marché élevés ce qui nuit fortement à leur rentabilité.</li> </ul>

# Analyse comparative des différentes expériences

## Tunisie



## Italie



## Portugal



	Tunisie	Italie	Portugal
Aides gouvernementales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le cadre institutionnel est très complexe, même si plusieurs mesures sont prises par les pouvoirs publics pour le développement de la filière oléicole.</li> <li>Les subventions à l'exportation restent négligeables, mais des mesures de soutien sont accordées pour les entreprises qui réalisent le conditionnement.</li> <li>Le gouvernement encourage les coopératives à développer l'agriculture biologique via des subventions et déduction fiscale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le gouvernement italien fourni des fonds pour le soutien des producteurs réalisant du Bio Made in Italy</li> <li>Les pouvoirs publics investissent régulièrement via des fonds régionaux dans la technologie et la connaissance pour l'amélioration continue de la qualité de production oléicole.</li> <li>L'Italie est le 4ème plus gros bénéficiaires de la PAC les principaux bénéficiers sont les producteurs certifié AOP et IGP italien.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les petits producteurs d'huile d'olive ne sont pas assez protégé et ne peuvent pas rivaliser sur un marché ouvert.</li> <li>Les fonds issus de la PAC sont essentiellement utilisés dans l'amélioration de la qualité de production et la protection des zones de région productives (irrigation et replantation).</li> </ul>
Investissement et action	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque d'investissement dans des usines de conditionnement avec des bouteilles de qualité.</li> <li>Faibles investissements des coopératives dans le développement de leurs activités.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les coopératives compétitive investissent régulièrement sur l'ensemble de la chaine de valeur oléicole (Outils de production embouteillage certification).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les coopératives investissent essentiellement sur le développement des surface de culture et des technologie de production et de surface.</li> </ul>

# Analyse comparative des différentes expériences

## Tunisie



## Italie



## Portugal



	Tunisie	Italie	Portugal
Labialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Tunisie se concentre sur l'agriculture biologique et les indicateurs géographiques.</li> <li>• Elle dispose de la plus grande superficie oléicole certifiée biologiquement au monde.</li> <li>• 14 régions dispose actuellement indicateurs géographiques enregistrés, dont 1 pour l'huile d'olive.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Italie dispose du plus grand nombre d'Indicateur géographique (ADP et IGP) d'Europe.</li> <li>• 43 AOP au total dans les six grandes régions productrices d'huile d'olive.</li> <li>• 11% de la production d'huile d'olive vierge-extra italienne est biologique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Portugal a lancé de vaste projet qui vise à créer une référence de développement durable et des certifications et label de qualité reconnaissable</li> <li>• Au Portugal 3% de la production d'huile d'olive dispose d'une AOP (6 certifications)</li> </ul>
Marketing & communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les producteurs et coopératives réalisent régulièrement des foires pour faire connaître leurs huile d'olive.</li> <li>• Plusieurs coopératives ont développé des marques communes et des marque détenue par une huilerie pour promouvoir la production locale et leur savoir faire.</li> <li>• L'e-commerce se développe rapidement et permet de faire connaître, de vendre les marque des régions reculés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Italie a su tirer avantage de ses marques historiques qui ont contribué à italianiser l'huile d'olive.</li> <li>• Les petits producteurs et coopératives en tirent profit et augmenter leurs visibilités par du marketing territorial et de l'artisanat et sur l'identité de la région.</li> <li>• Les efforts de promotions se font particulièrement par des foires, e-marketing et de l'oléitourisme.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les coopératives portugaises ont énormément évolué sur la partie marketing et marque.</li> <li>• Ils misent sur les signes de différenciation régionale le positionnement marque selon la qualité du produit.</li> <li>• Tourisme oléicole dans la région de Beja (Alentejo)</li> </ul>

# 4

## **Synthèse des différentes expériences du benchmark**

# Synthèse des différentes expériences du benchmark (1/3)

Nous avons examiné le contexte de développement et l'émergence de succès story de conditionnement de l'huile d'olive dans les pays suivant : Tunisie, Italie et Portugal pour comprendre les similitudes, les différences et les éventuelles limites. Nous avons comparé les différents modèles économiques, les options de conditionnement et la structure de la chaîne de valeur qui ont contribué à leur succès.

## Tunisie



Les cas de la Tunisie est intéressant à étudier pour comprendre les opportunités dans la région de la Kabylie. Les deux régions ont une histoire similaire de réticence à l'égard des associations et des coopératives dans le secteur de l'huile d'olive

Le modèle économique en Tunisie est axé sur une concentration de la production en se basant sur des projets économiques menés par des entreprises coopératives ou des groupes de producteurs qui mutualisent les services tels que le conditionnement et la vente sous une ou plusieurs marques. L'installation d'unités de conditionnement et la création de marques ont permis un positionnement haut de gamme sur le marché. Les projets collectifs d'intérêt économique sont fortement soutenus par les différentes aides institutionnelles nationales et internationales. Grâce à un accompagnement méthodologique et financier (comme la mise en place de cahiers des charges, l'aide à l'installation d'unités de conditionnement, l'aide à la mise en place de normes), le secteur oléicole «conditionné» a connu une véritable mutation. Cependant, la politique agricole de la Tunisie dans le secteur de l'huile d'olive est fortement axée sur l'exportation et il est subventionnée.

La compétitivité de l'huile d'olive à l'exportation n'est plus à prouver, mais ce produit est évalué uniquement sur ses attributs matériels, tandis que les attributs symboliques (immatériels) sont récupérés par les pays importateurs. De plus, la consommation de l'huile d'olive est en baisse en Tunisie. L'huile d'olive reste un produit de luxe qui n'est pas accessible à la plupart des Tunisiens. Les habitudes d'achat dans les circuits informels persistent malgré les mesures législatives et juridiques.

# Synthèse des différentes expériences du benchmark (2/3)

## Portugal



La plupart des exploitations oléicoles au Portugal sont de petite ou de moyenne taille et sont généralement familiales. Le Portugal a investi dans l'irrigation et a introduit des technologies pour améliorer l'agriculture. Depuis l'entrée du Portugal dans l'Union Européenne en 1986, il y a eu un mouvement de modernisation de la filière oléicole qui a entraîné une augmentation de la taille des entreprises et coopératives, ainsi qu'une surproduction qui a entraîné une baisse des prix. Le secteur oléicole portugais est principalement axé sur l'exportation en vrac (90%), mais l'huile d'olive conditionnée est également commercialisée sur le marché domestique de masse, dans les anciennes colonies portugaises et dans les pays à forte diaspora portugaise, comme la France.

Les consommateurs portugais d'huile d'olive choisissent de plus en plus des produits de qualité supérieure, comme l'huile d'olive vierge et vierge-extra. Les entreprises portugaises proposant des huiles de haute qualité sont donc très dynamiques. Cependant, face à l'augmentation de leur production, les huileries portugaises ont du mal à écouler leur produit emballé sur les marchés domestiques et peinent à se positionner sur les marchés étrangers, à l'exception des marchés axés sur le naturel, la santé du Portugal, ainsi que les marchés du Brésil et de la France .

Les institutions interprofessionnelles jouent un rôle central dans la promotion et le soutien du secteur oléicole au Portugal. D'autres organisations soutiennent, également, la production d'huile d'olive nationale, comme les centres d'étude et de promotion d'huile d'olive qui agissent au niveau national et international.

La coopération oléicole est très présente. Elles ont adopté un modèle économique vertical qui regroupe toute la chaîne de valeur de l'huile d'olive, depuis la culture des oliviers jusqu'au conditionnement. Elles disposent d'huileries modernes et de chaînes de conditionnement intégrées. Leurs produits, souvent labellisés et sous marque, sont vendus sur le marché domestique haut de gamme et quelques niches à l'international.

Par ailleurs, la société SOVENA, avec une forte croissance, a participé à faire connaître l'huile d'olive portugaise en l'internationalisant. Elle a misé sur une forte stratégie marketing, axée sur les bénéfices pour la santé des consommateurs, qui a des résultats positifs sur les ventes.

# Synthèse des différentes expériences du benchmark (3/3)

## Italie



Le secteur de l'huile d'olive en Italie se caractérise par sa production artisanale qui garantit une qualité supérieure de l'huile d'olive, en préservant les arômes naturels et les propriétés nutritionnelles de l'huile. Ils ont un savoir-faire de production et de commercialisation de longue date.

Il existe en Italie de nombreuses petites et moyennes huileries qui sont organisées sous forme coopératives. Ces entreprises ont une structure similaire à celle des huileries privées, en gérant toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement, de l'achat des olives à l'extraction de l'huile, le conditionnement et la vente (conditionnée et vrac pour les grands opérateurs). Ces entreprises sont souvent situées dans les régions du sud de l'Italie, où les conditions climatiques et les sols sont particulièrement favorables à la culture de l'olivier. Elles se concentrent souvent sur des marchés de niche, tels que les restaurants haut de gamme, les épiceries fines et spécialisées ainsi que les ventes en ligne. Les producteurs italiens d'huile d'olive ont adopté une stratégie de concentration de l'offre pour faire face à la rude concurrence de grands conditionneurs et distributeurs.

Pour cela, ils ont mis en place des infrastructures de production mutualisées et investit dans communication auprès des consommateurs à la recherche de produits de qualité et de produits du terroir.

Ce modèle économique fut possible grâce aux aides de la politique agricole commune (PAC) et du soutien de l'Union européenne. La réglementation et les normes de mise en marché de l'UE a, également, joué un rôle important dans la régulation et la normalisation du marché.

# 4

## Principaux enseignements de l'étude

# Principaux enseignements de l'étude (1/2)

Les principaux enseignements que nous avons retenus dans notre benchmark et qui sont des facteurs clés stratégiques pour le développement de services de conditionnement et de commercialisation de l'huile d'olive, se déclinent comme suit :

## Le développement de coopératives



L'émergence de coopératives/ groupements d'entreprises nécessite l'association de plusieurs maillons de la chaîne de valeur. Le développement de ses groupes doit être porté par des acteurs locaux d'une même région œuvrant sur un modèle d'affaire qui intègre une forte dimension business. Des partenariats avec des entreprises privées (Huileries et embouteilleurs) peuvent être un boost pour un développement rapide des groupements. La mise en place de contrats ou d'un cadre d'échange permettant d'assurer la chaîne d'approvisionnement oléicole et de contribuer à la sécurisation du projet.

## Dynamisme des institutions



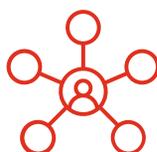
Les conditions de développement d'une chaîne de valeur oléicole solide et viable exigent l'implication de l'interprofession et des institutions publiques qui facilitent le développement des acteurs. Apporter des solutions de financement, des subventions ciblées ; des aides dans la chaîne du conditionnement et de la commercialisation sont des facteurs qui entraînent toute la filière et dynamisent le marché. Engagement fort de l'interprofession pour faire émerger des sujets d'intérêt communs permettant de construire des projets structurants pour la filière. Elle collabore également avec les pouvoirs publics pour élaborer des politiques agricoles et commerciales favorables au secteur.

## Marque et Label



L'utilisation de marques et de labels permet aux producteurs et aux acteurs de l'industrie oléicole de valoriser l'huile d'olive, en assurant son attractivité. Les labels aident les clients à identifier l'origine de l'huile d'olive et à être certains de la qualité de la production. Cela peut entraîner une amélioration des marges pour les producteurs et une plus grande visibilité pour leur produit.

## Marketing Fort



Une stratégie de promotion régulière des institutions et des acteurs de la filière oléicole doit être mise en place pour développer une forte notoriété auprès des consommateurs. Il est important de mettre en avant le niveau élevé de qualité et l'expertise artisanale associée à la production d'huile d'olive. Le packaging est un outil clé pour valoriser le produit et promouvoir les valeurs et caractéristiques de chaque région. Les consommateurs peuvent mieux comprendre les différences et les avantages de chaque huile d'olive, renforçant ainsi la stratégie marketing globale.

# Principaux enseignements de l'étude (1/2)

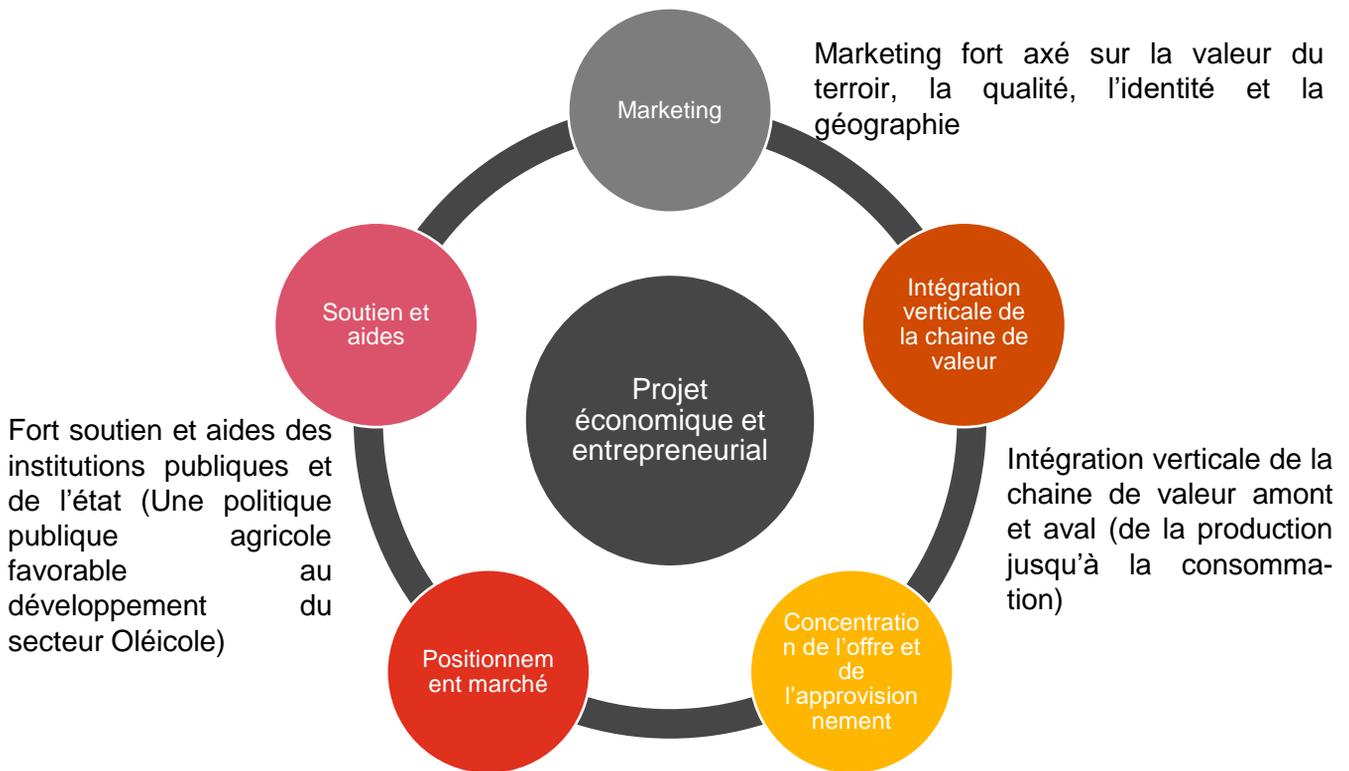
Pour la région de la Kabylie, il est impératif d'identifier attentivement et d'encourager les petites et moyennes huileries qui souhaitent s'engager dans une démarche collective entrepreneuriale (entreprise coopérative, Société de services mutualisés, groupement d'intérêt économique...). Cette démarche gagnerait à être accompagnée par les organisations interprofessionnelles et les institutions techniques.

Les structures de promotion du conditionnement et le soutien matériel, le financement et l'accompagnement dans les démarches de marketing sont des facteurs critiques pour garantir le succès de ces initiatives.

Les aides et les soutiens doivent être accordés à ces projets émergents et/ou en développement. Ce levier constitue un amorçage pour une filière de niche prospère qui préserve et valorise un patrimoine naturel et culturel.

En investissant dans des groupements et en renforçant la qualité de l'huile d'olive, La Kabylie peut devenir un leader dans la production d'huile d'olive de qualité supérieure.

## Schéma des facteurs clés de développement de services de conditionnement et de commercialisation de l'huile d'olive.



Positionnement marché de niche avec de la qualité supérieure et aux normes et standards internationales (Marché domestique et export)

Modèle économique basé sur la concentration de l'offre et de l'approvisionnement en créant des groupements et des collectifs pour la mutualisation des services; le conditionnement et la vente sous une ou plusieurs marques

# Merci

[pwc.fr](https://www.pwc.fr)

© 2023 PricewaterhouseCoopers Algérie. Tous droits réservés. PricewaterhouseCoopers Algérie est membre de PricewaterhouseCoopers International Ltd, société de droit anglais. PwC désigne la marque sous laquelle les entités membres de PricewaterhouseCoopers International Ltd rendent leurs services professionnels et peut également faire référence à l'une ou plusieurs des entités membres de PricewaterhouseCoopers International Ltd dont chacune est une entité juridique distincte et indépendante.