

L'olive, image de marque et savoir-faire

Club de l'économie

Par Laure Garetta

L.Garetta@laprovence-presse.fr

Que serait la Provence sans ses oliviers ? Une terre orpheline de son être le plus cher enraciné par les siècles. L'olivier, au même titre que la lavande, façonne le paysage des Alpes-de-Haute-Provence. L'an dernier sa production a été saccagée par la mouche de l'olivier. Un manque qui a fait terriblement défaut à différents secteurs d'activités car l'olive est aujourd'hui au cœur d'une économie florissante : viticulture, cosmétique, agro-alimentaire... Le club de l'économie La Provence s'est installé hier matin au moulin Arizzi aux Mées pour débattre de l'avenir des oliveraies dans le département. Quels sont les enjeux de l'oléiculture face aux incertitudes du secteur agricole ? Doit-elle se professionnaliser davantage ?



Premier prix du concours international d'huile olive en 2013 parmi 650 participants venus du monde entier. C'est entre Oraison et les Mées que le moulin Arizzi veille sur ses oliveraies. Ce propriétaire récoltant, qui a accueilli les partenaires et invités du club de l'économie dans son domaine, fait partie des 20% de producteurs professionnels des Alpes-de-Haute-Provence. La particularité de cette filière est cette importante majorité (80%) d'oléiculteurs du dimanche.

"Ces amateurs sont à eux tout seul un outil de promotion extraordinaire. Ils sont très attachés à leur production. On cueille entre amis, on mange ensemble et on se distribue la récolte... Même si elle n'est pas faite dans des conditions optimales, c'est toujours la meilleure des huiles" raconte, avec le sourire, André Pinatel, aux multiples casquettes notamment membre de la Chambre régionale d'agriculture et représentant des oléiculteurs à Bruxelles. "Tout cela contribue à l'image de l'olivier et il faut en tenir compte. Mais il faudrait un peu plus de "professionnalisation". Ça aurait peut-être permis de sauver la récolte l'an dernier. L'Afidol, association française interprofessionnelle de l'olive, a un système d'alerte quand il y a des maladies ou des prédateurs. Il suffit de traiter à certaines dates précises. Sauf que les amateurs traitent à

contre-courant ou pas du tout. L'an dernier, on a perdu 50 à 60% de la production à cause du non-traitement de la mouche de l'olivier. Si seulement les recommandations avaient été plus suivies..."

"Mais quel plaisir de sortir son huile d'olive à table" a surenchéri Jean-Luc Bonnet, responsable Sud-Est chez Pro-man, avec sa bonne humeur légendaire. "L'olive c'est la tradition. Les Bas-Alpins ont du savoir-faire!"

Les Alpes de Haute-Provence disposent de 1300 ha d'arbres dont 400 en AOP, appellation mise en place en 1999. 10 moulins triturent les récoltes. Aujourd'hui, sur les 5000 tonnes d'huile d'olive produites en France, 50% sont commercialisées. La moitié est donc consommée directement par ces oléiculteurs amateurs. Preuve en est que l'olive est un vecteur économique mais aussi social. "Quand on est enfant, ramasser les

olives est une corvée. Quand on a 50 ans, c'est une fête. On invite la famille!" s'enthousiasme Denis Vogade, président de l'Union des entreprises, dirigeant de Lothantique et oléiculteur amateur comme de nombreux invités du Club de l'économie "spécial olives".

Agro-alimentaire, cosmétique, viticulture, l'olive parfume tant par son arôme que par ses propriétés de nombreux secteurs d'activités. "L'olive c'est notre image de marque, un savoir-faire" a précisé Frédéric Esmiol, président de la Chambre d'agriculture. "En cosmétique, on ne peut pas faire l'impasse. L'olive est une évidence et elle est omniprésente" a ajouté Denis Vogade. "Le 04 a su se placer sur du haut de gamme et de la qualité. Un atout qui a des retombées aujourd'hui."

Au sein du territoire de l'agglomération de Manosque, une réflexion est menée pour l'ouverture d'un show-room. "L'idée est de faire la promotion de tous les produits de notre territoire. Ça sera un espace de mise en valeur" a expliqué Arnel Le Hen, vice-président délégué à l'économie. "De plus, pour l'entretien des oliveraies au Mont-D'Or, on fait appel à une société de réinsertion."

Sociale, paysagère, économique, pharmaceutique, cosmétique, l'olive a de multiples vertus. Les nombreuses plantations ont permis une vraie renaissance de cette filière.



PREMIÈRE PRESSION PROVENCE / MAISON BREMOND

2015 ANNÉE CATASTROPHE

Première Pression Provence avait pour objectif de fournir en huile d'olive l'écomusée à Volx. "On a regroupé, à cette époque, une quarantaine de producteurs" explique Céline Olieric, directrice des achats.

"Puis on a ouvert une vingtaine de magasins en France, surtout dans le Sud et à Paris. L'an dernier, on a eu un gros problème d'approvisionnement. Il a fallu trouver une solution parce que l'huile d'olive représente 40% de notre chiffre d'affaires. On a donc créé

"Maison Bremond" en parallèle pour s'ouvrir aux huiles d'olive de Méditerranée. L'année 2016 va nous permettre de revenir sur cette huile de Provence mais pour que notre structure soit pérenne, ce passage sur la Méditerranée était obligé."



UNIVERSITÉ EUROPÉENNE DES SENTEURS ET SAVEURS



sans modération!"

► L'OLIVIER, 3^e SYMBOLE TOURISTIQUE

"Dans les études touristiques, quand on demande une représentation de la Provence, l'olivier arrive en troisième position derrière la lavande et le soleil, c'est dire son importance!" indique Olivier Bagarri, directeur de l'UESS. "Avec le plan de relance et également le fameux régime crétois, l'huile d'olive est redevenue à la mode. Beaucoup d'études ont été faites dans les années quatre-vingt-dix démontrent ses bénéfices sur les maladies cardiaques avec ses acides gras, sa lutte contre le vieillissement cellulaire grâce à ses antioxydants. Aujourd'hui des tests sont en cours pour établir ses effets de protection contre les agressions du soleil. Et des chercheurs à Marseille plangent sur ses effets sur la maladie d'Alzheimer. L'huile d'olive est un atout à consommer

JANY GLEIZE

"C'est extraordinaire"

"La gastronomie française est entrée au patrimoine mondial de l'Unesco grâce à nos produits de qualité. L'huile d'olive en fait partie. En Provence, on utilise l'huile d'olive comme d'autres utilisent le beurre! Quand elle est de qualité, elle donne des choses extraordinaires, même la plus simple des mayonnaises!" sourit Jany Gleize, maître cuisinier de "La Bonne Étape", étoilé Michelin, à Château-Arnoux. "Quand certains me disent: 'Je n'aime pas l'huile d'olive', je leur réponds qu'ils n'en ont jamais goûté de la vraie. Choisir une mauvaise huile d'olive c'est comme conduire sur le verglas avec une Ferrari aux pneus slicks." Dans la cuisine provençale et sur toutes les bonnes tables, l'huile d'olive est aujourd'hui un ingrédient essentiel. Pour défendre son terroir, le maître cuisinier Jany Gleize a récemment rejoint le club des Ambassadeurs de la Mission de développement économique et a sorti un nouveau livre "La Bonne Étape".



DOUCET CONFISEUR



"ON N'USURPE PAS L'OLIVE"

L'olive de Provence est la première vente de la société. Créée en 1969 par François Doucet, l'entreprise oraisonnaise ne confectionnait à ses débuts que la praline de Provence. Le confiseur a élargi sa gamme et en 1990 apparaît l'olive de Provence. "On recrée le camaïeu du noir au vert. Elle nous demande huit jours de fabrication et cinq couches successives

d'enrobage au chocolat et une teinte naturelle. On n'usurpe pas l'olive, on la travaille" souligne Luc Moulin, directeur général

Le chiffre

450

Les Alpes de Haute-Provence comptent 450 oléiculteurs, dont 220 exploitations en AOP. La commune des Mées est la 4^e commune de France en surface d'oliviers. C'est peu dire que cet arbre est d'une importance cruciale dans le paysage bas-alpin. Un atout qui pourrait être mis à mal par la bactérie Xylella fastidiosa. "Mais pas d'inquiétudes pour l'instant." André Pinatel se veut rassurant. "Elle est dans un périmètre très restreint de l'Italie mais l'Europe a pris conscience qu'il fallait trouver un moyen de la combattre avant qu'elle ne mute."