



HAL
open science

L'oléiculture grecque entre commerce international et circuits courts

Marie-Noëlle Duquenne, Laurent Rieutort

► **To cite this version:**

Marie-Noëlle Duquenne, Laurent Rieutort. L'oléiculture grecque entre commerce international et circuits courts. 2010. halshs-00933086

HAL Id: halshs-00933086

<https://shs.hal.science/halshs-00933086>

Preprint submitted on 19 Jan 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'OLEICULTURE GRECQUE, ENTRE COMMERCE INTERNATIONAL ET CIRCUITS COURTS

Marie-Noëlle DUQUENNE, Université de Thessalie, Laboratoire de l'espace rural
Laurent RIEUTORT, Université Blaise-Pascal, CERAMAC

Même si il est absent de plusieurs régions, l'olivier est fortement associé à l'évocation de la Grèce, ancienne et actuelle. « *Fondement d'une véritable civilisation rurale* » selon M. Sivignon (1978), il occupe une place fondamentale sur les plans géographique (800 000 ha cultivés), économique (quatrième producteur mondial d'huile d'olive) et culturel (premier consommateur mondial par habitant). Pour autant, l'oléiculture grecque – encore largement traditionnelle – est confrontée à de nombreuses interrogations sur son devenir et notamment à la question de la valorisation de sa production spécifique face à des marchés internationaux de plus en plus concurrentiels. Dans le cadre de cet article, nous souhaiterions surtout insister sur la place originale des circuits courts et informels : s'agit-il d'un atout ou d'une faiblesse de la filière oléicole ? La littérature récente sur les circuits de proximité est abondante : au-delà de la réduction de la distance géographique et du nombre d'intermédiaires entre producteurs et consommateurs¹, cette notion de proximité recouvre des dimensions à la fois géographique, marchande et relationnelle (Arnal, 2012)². De nombreux travaux récents ont insisté sur la création de nouveaux modes de commercialisation (vente directe à la ferme, Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne et systèmes de paniers ou encore points de vente collectifs) mais aussi sur la redynamisation de modes plus anciens inscrits notamment dans les relations villes/campagnes (Durbiano 1997; Pouzenc et al., 2008 ; Chiffolleau 2008). Si ces liens rural/urbain ont pu apparaître distendus dans la période contemporaine du fait des mutations d'une agriculture de plus en plus inscrite dans des filières agroalimentaires longues, de nouvelles pratiques réactivent désormais les liens entre productions locales et bassins urbains de consommation, contribuant à « reterritorialiser » l'agriculture (Rieutort, 2009)

¹ Rappelons qu'en France, la définition officielle établie en 2009 par le Ministère de l'Agriculture considère qu'un « *circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur* ». Certains chercheurs élargissent la notion en considérant toute forme de rapprochement, en termes de distance et/ou en termes de lien social, entre agriculteurs et consommateurs.

² Toute une littérature économique a proposé des définitions de la proximité, introduisant notamment une distinction entre, d'une part, la « proximité géographique » qui se rapporte à la distance physique entre les acteurs, et d'autre part, la « proximité organisée » envisagée comme un ensemble structuré de relations, formelles ou informelles et relevant notamment de logiques d'appartenance (interaction entre acteurs facilitée par des règles communes) ou de similitude (lien créé par le partage d'un même système de représentations et de croyances) (Rallet et Torre, 2004). Le concept de proximité géographique offre ainsi un cadre d'analyse pertinent pour étudier les circuits courts et notamment les relations entre la ville et l'agriculture « *dans la mesure où il permet de saisir l'éloignement à la fois spatial et relationnel entre ces deux entités et leurs 'agents'*. La proximité géographique de la ville est essentiellement interprétée, du point de vue de l'activité agricole, en termes d'atouts (la proximité d'un bassin de consommation entraînant des opportunités de développement pour la vente directe, les circuits courts, des activités de récréation ou de service) et de contraintes (pression foncière, concurrence pour l'usage de l'espace, difficultés d'exploitation, etc.), pouvant être source de tensions et de conflits » (Arnal, 2012, p. 20).

tandis que « *les consommateurs conditionnent la confiance alimentaire à l'origine territoriale* » (Arnal, 2012) ; la provenance des produits « locaux » ou « ethniques » constituant désormais un facteur de confiance, voire de qualité relationnelle et d'échanges informels, pour les consommateurs et un support de la réputation du produit pour les producteurs (Delfosse, Bernard, 2007).

I. L'OLÉICULTURE GRECQUE : UN RÔLE MAJEUR DANS LES CAMPAGNES

L'originalité des filières oléicoles grecque transparaît à la fois sur les plans géographiques, sociaux et économiques.

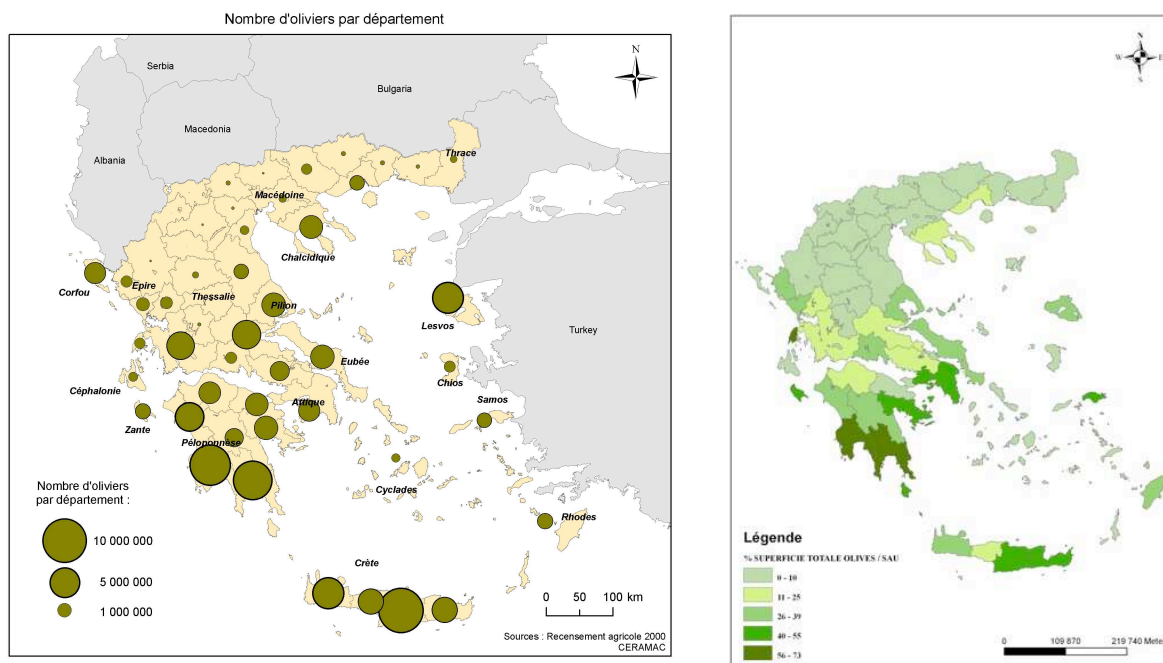
A. Un vaste domaine oléicole

Alors que les autres vergers n'occupent guère plus de 200 000 ha, les oliviers s'étendent donc aujourd'hui sur plus de 800 000 hectares (soit environ 17 % des oliveraies européennes) (source : *National statistical service*) et connaissent une extension sensible (500 000 ha en 1940, 712 000 ha au recensement de 1992). D'après les données statistiques grecques, les surfaces ont progressé à un niveau record en Europe de 20 % entre 1980 et 1998 (ce qui représente environ 6 700 ha nouveaux chaque année ; à comparer toutefois aux 12 200 ha en Espagne même si le pourcentage n'était « que » de 11 %), puis encore de 6,8 % entre 1998 et 2008 (+ 4 700 ha/an)³. Les gains sont notamment remarquables en Crète avec un quart de surfaces en plus sur la période 1980-2008, soit quasiment 2 000 ha plantés chaque année.

En 2000, on comptait 117 millions d'arbres, répartis principalement en plantations compactes, alors que la Grèce n'alignait que 79 millions d'oliviers en 1960 et 46 millions en 1950. Cette répartition est toutefois inégale. Les oliviers occupent plus du tiers, voire davantage, des surfaces agricoles dans de nombreuses îles (à elle seule, la Grèce insulaire concentre plus de la moitié des arbres) ou dans le Péloponnèse (Sivignon et *al.*, 2003). Dans le détail, les cartes issues du recensement de 2000 (Fig. 1) montrent leur faible extension des vergers en Grèce du Nord (sauf en Chalcidique et dans les îles comme Thasos ou Samothrace, où l'on s'oriente souvent vers la production d'olives de table), et leur prépondérance en Grèce du Centre et du Sud : versants du Pélion, Phthiotide (région de Lamia), Etolie-Acarmanie, golfe de Corinthe, Corfou et îles ioniennes, Eubée, Attique, et surtout **Péloponnèse** (Messénie, Laconie), **Crète ou île de Lesbos**. La concentration géographique est marquée puisque la Crète et le Péloponnèse détiennent respectivement 25 et 22 % des surfaces grecques et réalisent à eux seuls 12 % de la production européenne d'olives.

³ Le règlement européen n°1638/1998 a réservé l'aide à la production aux plantations antérieures à 1998 ou à celles qui remplacent d'anciennes oliveraies. Mais en Grèce (3 500 ha) comme en France (3 500 ha) et au Portugal (30 000 ha), des programmes de plantations supplémentaires ont été acceptés.

Fig. 1 : Nombre d'oliviers par département et part de la SAU occupée



Même si l'olivier s'adapte bien à différents types de sols et régimes pluviométriques dans l'étage méditerranéen, cette géographie répond à des facteurs complexes, mêlant classiquement contraintes climatiques (qui excluent les oliviers des régions aux hivers rigoureux, domaines continentaux et ventés du Nord, zones d'altitude à partir de 700-800 m, bassins intérieurs) et éléments anthropiques, la culture de l'arbre d'Athéna ayant été encouragée par les sociétés et acteurs locaux : monastères, Vénitiens (îles de Leucade, Zante), forte pression démographique qui repousse les limites « naturelles » (région des Agrafa ou haute vallée de l'Aspropotamos par exemple) (Labaste, 1941 ; Kolodny, 1971 ; Sivignon, 1978).

Comme on l'a vu, ces oliviers se présentent sous forme de vergers compacts (moins d'un quart étant en culture irriguée) et seuls quelques foyers (golfe de Corinthe, nord du Péloponnèse) montrent une répartition plus diffuse sous forme d'arbres isolés (Fig. 2). La production est très majoritairement orientée vers la fourniture d'huile (environ 100 millions d'arbres), la collecte d'olives de table (17 millions d'arbres) étant davantage spécifique des vergers du Pélion, de la région de Lamia, de l'Étolie-Acarmanie et du sud du Péloponnèse (Kalamata) (Fig. 3). L'augmentation des surfaces a surtout profité aux premières (+12 500 ha / an en moyenne sur la période 1998-2008) alors que les superficies en olives de table ont plutôt eu tendance à diminuer (-5 100 ha/an sur la même période (source : Eurostat). L'ensemble offre des paysages diversifiés. Les vergers des pentes (versants montagneux, coteaux, îles) sont souvent aménagés en terrasses et ponctués de « kalyvia », habitats temporaires autrefois utilisés pour la récolte ; traditionnellement, les oliviers étaient conduits en association avec les cultures de céréales ou de vigne. Les systèmes demeurent à faibles rendements : faible densité de plantation, arbres anciens, peu d'interventions culturales. Dans les plaines, à condition qu'elles soient bien drainées, ou sur les bas versants et collines, les plantations sont plus régulières, parfois irriguées (sud du Péloponnèse, Crète, Lesvos) et en quasi monoculture ou en alternance avec d'autres champs ou vergers (fruitiers, lentisques).

Les façons culturales sont plus poussées (travail du sol, fertilisation, traitements phytosanitaires).

Fig. 2

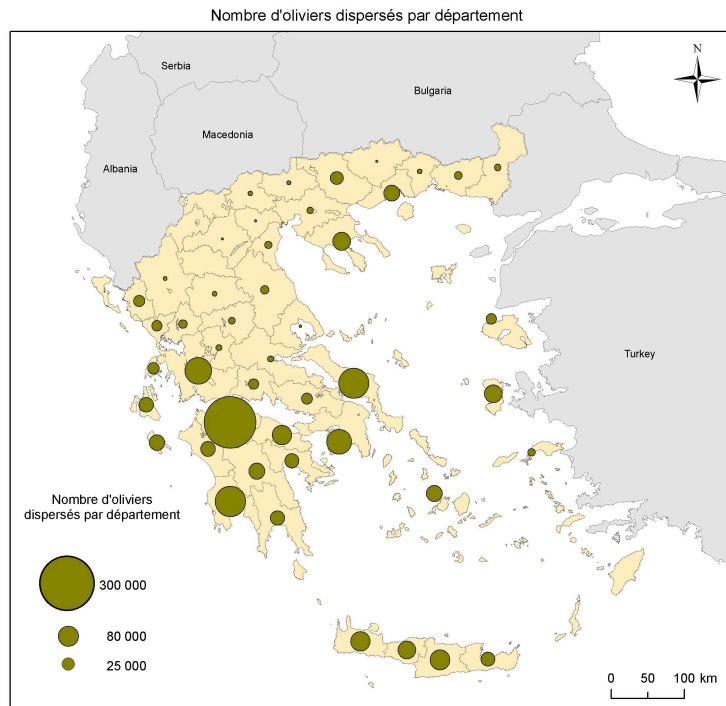
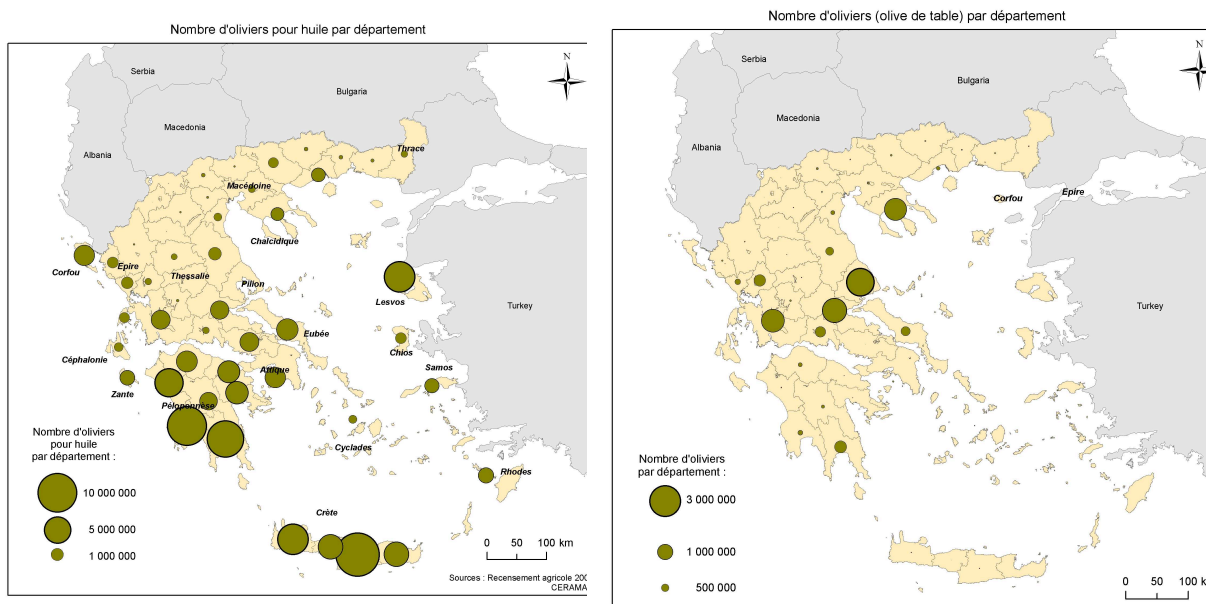


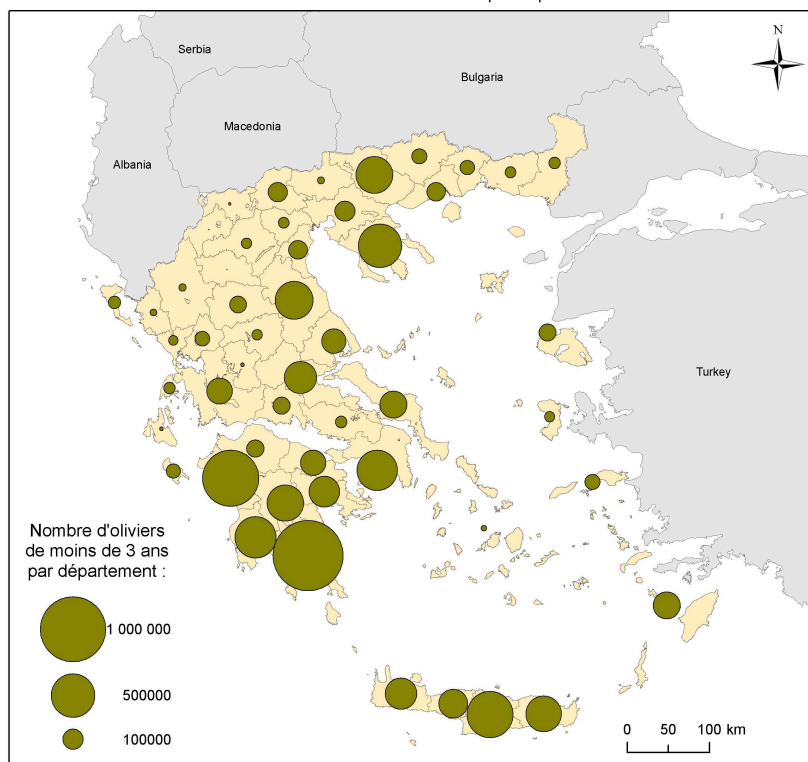
Fig. 3 : Régions productrices d'huile et d'olives de table



Les évolutions contemporaines ont été contrastées : si de nouvelles plantations régulières sont apparues (Péloponnèse, Crète, Chalcidique ou Macédoine où les arbres ont souvent moins de 3 ans), de nombreux vergers ont aussi été abandonnés sur les pentes en lien avec l'exode ou le vieillissement des exploitants... mais cet apparent abandon cache parfois une mise en valeur extensive (taille occasionnelle) en lien avec des « exploitations à distance » ou des polyactifs. Par ailleurs, les difficultés économiques actuelles ont pu relancer une petite exploitation « de repli » des vergers familiaux pour l'autoconsommation.

Fig. 4

Nombre d'oliviers de moins de 3 ans par département

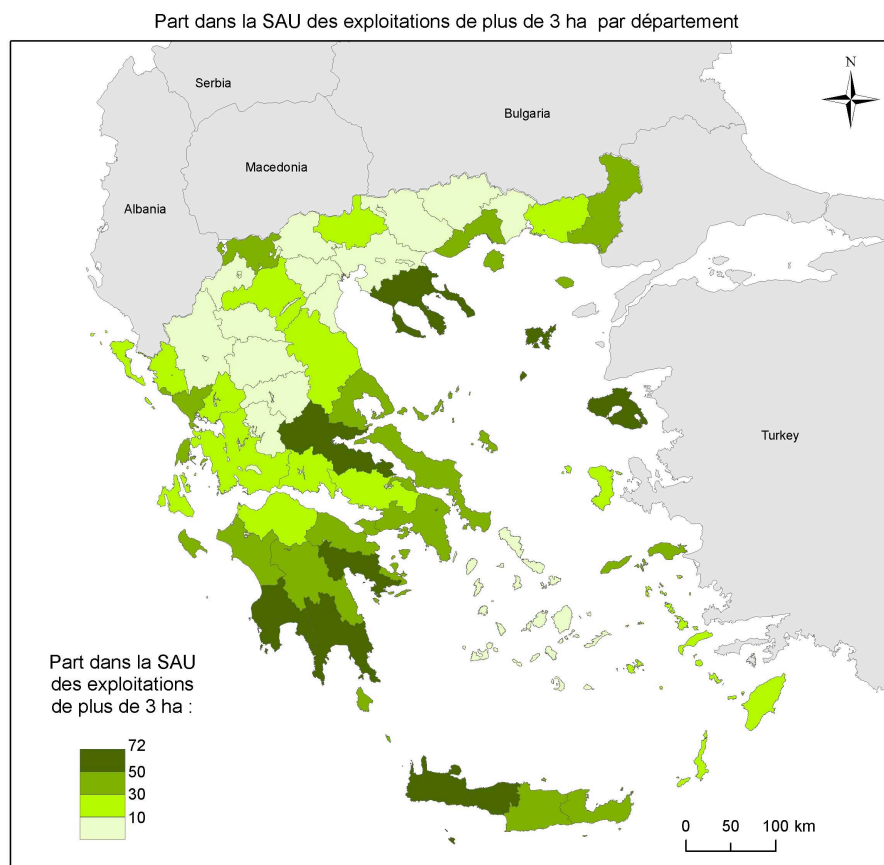


B. Une place sociale originale

Au cœur des sociétés rurales grecques, l'olivier a longtemps accompagné les fortes densités des campagnes, guidant largement le peuplement insulaire comme l'a montré E. Kolodny (1971). C'est aujourd'hui encore une culture « paysanne », marquée par un monde de petits producteurs (450 000 familles, 75 % des oléiculteurs ont moins de 2 ha et seulement la moitié sont à temps plein) dont les vergers fournissent un revenu principal ou complémentaire. Les prix ont longtemps été garantis par l'Etat, ce qui autorisait la constitution de petits pécules faisant dire à E. Kolodny, que l'olivier est la « *seule richesse de l'insulaire* ». Pour autant, des inégalités foncières, largement héritées⁴, subsistent localement, les oliveraies ayant échappé aux réformes agraires de 1920. Au début des années 1970, E. Kolodny comptabilisait 3 % de propriétaires contrôlant 37 % des oliveraies insulaires. Une propriété bourgeoise a ainsi pu résister et les citadins continuent d'exploiter de loin les olivettes dont ils ont hérité. Par exemple sur l'île de Lesbos, 3,2 % des agriculteurs exploitent plus de 20 % des vergers. Outre cette île de l'Egée, la carte montre ces régions de plus grandes olivettes dans le sud du Péloponnèse, en Crète, en Phthiotide mais aussi en Chalcidique. Pourtant, on compte finalement que 13 % d'exploitants utilisant plus de 3 ha d'olivettes.

⁴ M. Sivignon (1978) montre que cette grande propriété est issue des domaines nobles de la période vénitienne ou des commerçants grecs de Mytilène ayant racheté le monopole turc de la vente de l'huile.

Fig. 5



Pour autant, ces contrastes ne s'accroissent guère et la taille moyenne des oliveraies (environ 1,6 ha pour 531 000 exploitations) est une des plus petites d'Europe. Si les surfaces s'accroissent, on observe également une augmentation du nombre d'exploitations. On a même pu observer un transfert lent de propriété, avec des ventes de domaines citadins jugés peu rentables et des rachats « paysans » encouragés par la Banque agricole grecque (Burgel, 1971). Quoiqu'il en soit, divers auteurs (voir Duquenne, Goussios, 2003) ont montré le rôle décisif des « exploitations à distance », l'olivier ne réclamant pas une présence continue. Les chefs d'exploitation résident alors en ville et le travail dans les vergers dépend alors d'une main d'œuvre salariée saisonnière (locale ou « étrangère ») mais aussi des déplacements de l'exploitant (disposant de son « agrotiko », sorte de fourgonnettes) et de l'aide des voisins et parents notamment lors de la récolte. La cueillette était aussi traditionnellement l'occasion de migrations de travailleurs saisonniers venus de l'Épire, de Macédoine ou de Thrace à destination respectivement de Corfou, de la Crète ou des îles de Thasos et Lesbos. C'est donc toute une sociabilité qui est liée à la culture de l'olivier à distance, notamment dans le Péloponnèse, en Crète, dans les îles comme Lesbos, Chios, Samos, Rhodes ou Corfou, à tel point que M. Sivignon (2001) parle du passage d'un « produit de culture » à un « produit de cueillette » car « seuls sont désormais cultivés, engraisés et élagués les arbres d'un accès facile en agrotiko. Les autres tendent à être progressivement abandonnés. Ou du moins sont-ils traités de loin en loin ». Paradoxalement, la part des exploitations spécialisées diminue (60 % au début des années 2000, probablement moins de 50 % aujourd'hui) (Agrosynergie, 2009).

C. Le poids économique des filières

On estime la production d'huile d'olive et d'olives de table entre 400 et 500 000 t avec des variations interannuelles sensibles (peu d'irrigation, accidents climatiques). Les moyennes établies entre les campagnes 2005-2006 et 2008-2009 sont à 368 000 t, ce qui place la Grèce au 2^{ème} rang européen pour les olives de table (16 % des volumes européens ; l'Espagne se taillant la « part du lion » avec 70 %) et au 3^{ème} rang pour l'huile (18 % du total de l'UE à 27 ; l'Espagne et l'Italie réalisant respectivement 54 et 26 %) (Agrosynergie, 2009). Il semble que la production d'huile ait tendance à diminuer sur la période 2000-2008 (- 6 100 t/an en moyenne sur une production moyenne de 380 000 t/an), alors que la production d'olives de table a légèrement augmenté (+1 600 t/an en moyenne sur une production moyenne de 108 000 t/an). Le poids économique de la filière oléicole est estimé à un peu plus d'un milliard d'euros (source : FAO). Cette dernière est émietée et s'organise autour de plus de 2 000 unités de production dont une quarantaine de grandes entreprises qui contrôlent les exportations. En 2000, on dénombrait 2 200 moulins, souvent de petite taille (39 % produisaient moins de 100 t d'huile, 94 % moins de 500 t) et qui joue un grand rôle dans le fonctionnement des circuits courts (Agrosynergie, 2009)⁵. Près de 60 % des moulins sont localisés dans le Péloponnèse et en Crète (Galapoulos et Mattas *in* Mili, Mahlau, 2005) avec une part de coopérative (20 %) souvent organisées en Unions à l'échelle d'un département afin de structurer à la fois la récolte, la transformation mais surtout la commercialisation. Par exemple, l'union de Sfakia en Crète, créée en 1949 regroupe 49 coopératives de base et plus de 8 000 producteurs avec une réelle stratégie marketing (site internet, démarche « bio », etc.). Dans l'ensemble, malgré ce morcellement, on a assisté à une modernisation louable des équipements (stockage, transformation), ce qui contribue à l'amélioration de la qualité des produits. Les trois quarts de l'huile d'olive produite en Grèce sont de l'huile d'olive vierge avec un marché tenu par un petit nombre d'opérateurs, deux marques représentant 70 % des parts de marché (Agrosynergie, 2009). Le reste des circuits passe par un grand nombre d'opérateurs de petite taille.

II. DES FRAGILITÉS SUR LES MARCHÉS MONDIAUX

A. Une tradition d'exportation à faible valorisation

La majorité de la production est « consommée au niveau national dont près d'un quart par les producteurs eux-mêmes directement à la sortie des moulins, sans transformation supplémentaire, ni conditionnement » (Agrosynergie, 2009). A côté de cette consommation intérieure, la Grèce destine encore le quart de sa production à l'exportation, dont 100 000 t d'huile et 105 000 t d'olives de table (vendues en conserve, préparées au sel et souvent fourrées pour les apéritifs). Ces ventes assurent bon an mal an 20 % de la valeur totale des exportations de produits agricoles grecs (source : FAO). Le principal client demeure l'Italie qui contrôle les trois quarts des flux (surtout en huiles d'olive vierges) et domine le marché et les prix. Certes, depuis les années 2000, l'Espagne est devenue le principal fournisseur de l'Italie prenant ainsi des parts de marché importantes à la Grèce qui pouvait réaliser entre le tiers et les trois quarts des approvisionnements de l'Italie sur la période 1995-2000, et seulement 9 à 38 % après 2000 (Agrosynergie, 2009). Mais le problème principal reste la faible valorisation de ces expéditions d'huile de qualité : en fait, 95 % des ventes se font « en vrac », sans identification (marques, origine géographique ou qualité) ; il en résulte qu'une

⁵ A l'aube des années 2000, la Grèce disposait en outre de 27 industries de raffinage, 42 unités d'extraction d'huile de grignon, 90 installations de conditionnement. (Source : COI, Profil Grèce)

bonne part de l'huile grecque est mélangée à d'autres provenances et qu'aucune reconnaissance « officielle » d'une qualité « grecque » n'est faite par les consommateurs.

B. Une diversification récente des marchés

Tout en maintenant cette orientation exportatrice, la Grèce a toutefois tenté de s'adapter. Sur le plan des débouchés commerciaux, et suivant le modèle espagnol, elle a d'abord diversifié ses clients comme le montre le tableau ci-dessous. Le nombre de pays importateurs a été multiplié par 2 depuis 1990, avec des percées nouvelles en Europe (Suisse, Pologne) mais aussi en Asie (Japon, Corée, Chine), sans oublier le renforcement des liens avec les pays à forte diaspora grecque (Allemagne, Canada, Etats-Unis, Australie)

Tableau 1 : L'internationalisation des marchés de l'huile d'olive grecque

| Années | Nombre de partenaires commerciaux | Exportations en tonnes | | |
|--------|-----------------------------------|------------------------|--------------------|------|
| | | Total | Dont pour l'Italie | |
| 1990 | 30 | 85 556 | 70 718 | 83 % |
| 1991 | 33 | 51 750 | 43 572 | 84 % |
| 1992 | 42 | 155 972 | 129 455 | 83 % |
| 1993 | 46 | 98 935 | 84 521 | 85 % |
| 1994 | 46 | 98 731 | 79 465 | 80 % |
| 1995 | 48 | 133 894 | 93 024 | 69 % |
| 1996 | 48 | 124 209 | 94 160 | 76 % |
| 1997 | 48 | 97 732 | 87 376 | 89 % |
| 1998 | 52 | 107 339 | 92 857 | 87 % |
| 1999 | 65 | 152 706 | 109 578 | 72 % |
| 2000 | 60 | 104 106 | 84 065 | 81 % |
| 2001 | 59 | 178 122 | 93 948 | 53 % |
| 2002 | 60 | 73 474 | 60 221 | 82 % |
| 2003 | 60 | 96 704 | 78 177 | 81 % |
| 2004 | 56 | 63 294 | 48 327 | 76 % |
| 2005 | 66 | 98 825 | 79 012 | 80 % |

Source : FAO

On reconnaît là, une nouvelle donne commerciale qui combine à la fois des demandes émergentes (pays à hauts niveaux de vie en quête de nouveaux produits, vertus diététiques du « régime méditerranéen » mobilisant les olives, essor des marchés « ethniques et culturels ») et une offre en pleine recomposition (développement du conditionnement et de la promotion, démarches d'identification et de qualité). La Grèce se positionne nettement dans ce double mouvement, jouant par exemple sur une promotion vigoureuse sur les aéroports du pays afin de capter toute une clientèle touristique internationale. De façon plus durable, le pays s'est engagé dans la reconnaissance de l'origine de ses huiles : le mouvement de mise en place d'AOP et d'IGP européennes a été lancé au début des années 1990 (Anglès, 2007). Aujourd'hui, la Grèce aligne 26 produits en huile et 10 en olive de table, répartis sur l'ensemble du territoire, ce qui représente environ 5 % de la production et 500 entreprises (dont 275 pour les AOP). Mais le processus est encore plus précoce (dès les années 1980) et plus avancé dans l'obtention du label d'agriculture biologique : il faut dire que les modes de culture souvent « extensifs » s'y prêtent bien et aujourd'hui à l'échelle du pays, un tiers des cultures biologiques concernent les oliviers, soit 6-7 % des surfaces (contre 1,7 % en 2000) et une nette orientation vers les huiles (2/3 des volumes). L'engouement est incontestable aussi bien en Magnésie, en Chalcidique, en Etolie-Acarmanie qu'en Laconie ou à Lesbos. La Grèce et l'Italie sont devenus les pays européens avec les pourcentages les plus élevés d'oliveraies conduites en agriculture biologique.

C. Des contraintes récurrentes

Malgré cette diversification commerciale, la filière grecque reste confrontée à de multiples défis. Les coûts de production sont les premiers. Ils font de l'oléiculture grecque, une production à faible rentabilité pour une culture extensive, peu mécanisée, aux récoltes irrégulières alors que certaines oliveraies n'ont pas été renouvelées. Même si la diffusion des filets plastiques à partir des années 1970 a diminué les coûts de récolte, les besoins en main d'œuvre sont importants : le rôle des travailleurs immigrés (Albanais, Bulgares) a été étudié dans les régions agricoles (Sintès, 2001 ; Gabārski, 2008) et montre la précarité de leur situation. Ainsi G Gabārski témoigne qu'« *une règle informelle veut que l'employeur donne à un journalier, outre son salaire, un litre d'huile par jour travaillé. Mais cet accord n'est pas toujours respecté. Très souvent aussi, les migrants sont contraints de faire passer les olives par une trieuse (qui les classe par tailles) après la fin de leur journée de travail, sans que cette tâche additionnelle soit rétribuée* ». Le morcellement des structures de la filière contribue à cette faible rentabilité et au caractère peu professionnel des petites exploitations. Ce statut réduit considérablement le pouvoir de négociation des producteurs quand ils négocient le prix de vente de leur produit.

Un deuxième défi relève des questions foncières et des difficultés de maintien des oliveraies dans bon nombre de zones agricoles confrontées à la concurrence urbaine et touristique : Péloponnèse, Crète, Attique et bon nombre d'îles de la mer Egée (Anthopoulou, Moissidi, 2002). La recherche de S. Nikolaïdou (2007) sur les transformations de l'agriculture en zones périurbaines d'Athènes, dans la région de Mésogée, qui était autrefois orientée vers la polyculture avec une forte place des vignes, montre la complexité des évolutions. Les surfaces agricoles reculent avec l'urbanisation, la construction de l'aéroport (El. Venizelos) et les nouvelles infrastructures : la SAU a reculé de près de 15 % entre 1991 et 2001 et 1250 ha qui était principalement vouée à la viticulture et l'oléiculture ont été défrichés pour les nouveaux usages. Pour S. Nikolaïdou, « *les pressions sur le foncier sous la contrainte de l'urbanisation, en comparaison avec la faible tendance d'innovation, rendent l'avenir de l'agriculture incertain* » mais si on relève une chute des surfaces viticoles, les oliveraies et cultures maraîchères se maintiennent en profitant des marchés de proximité surtout si elles sont accompagnées d'activités innovantes et de résistance foncière.

A l'échelle internationale enfin, les enjeux portent sur la concurrence d'huiles d'autres origines et sur l'identification des productions : on a vu le fort pourcentage de ventes en vrac sans signe officiel et bon nombre de producteurs qui mettent en bouteille préfèrent jouer sur des étiquettes « personnelles » et leur notoriété, plus que sur des labels officiels. La filière se trouve finalement confrontée à la frilosité des milieux professionnels qui témoignent en filigrane de pratiques socioculturelles complexes.

III. LA PLACE RENOUVELÉE DES CIRCUITS COURTS

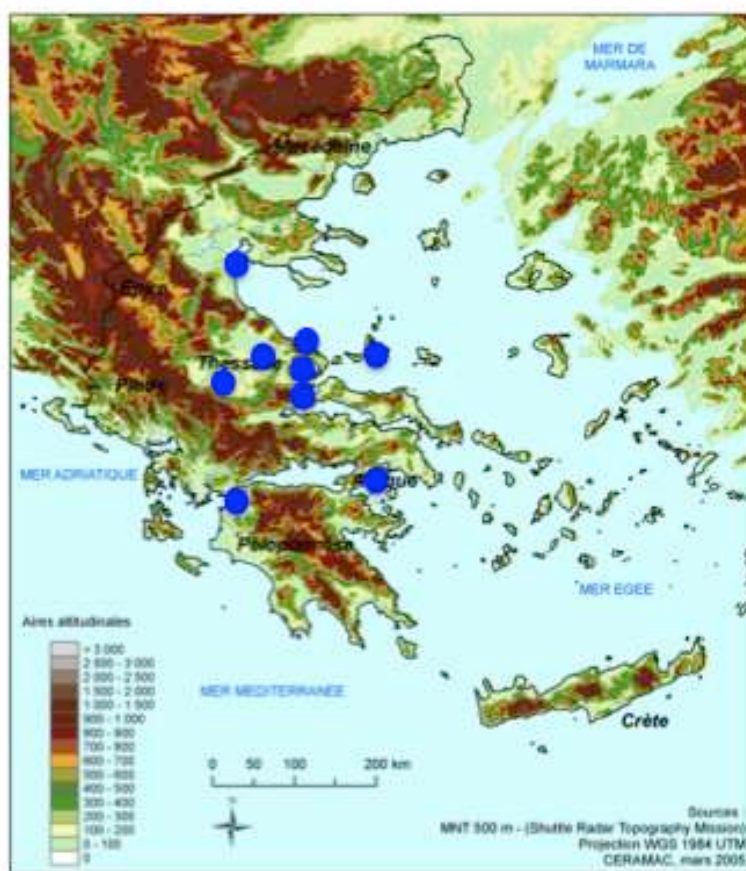
Selon le Conseil Oléicole International, la consommation par tête en Grèce est de l'ordre de 24 litres par an, faisant du pays, le premier consommateur mondial. Or, non seulement ces pratiques alimentaires se sont renforcées (on consommait 19 litres dans les années 1975), mais surtout cet ordre de grandeur cache des nuances, les régions productrices (Crète, Péloponnèse) pouvant afficher des records (entre 28 et 30 kg !). Plus que ces usages, nous avons souhaité dans cette recherche, tenter de saisir les circuits de distribution des huiles comme révélateurs des transformations des relations villes-campagnes en Grèce.

A. Une recherche conduite auprès des consommateurs : l'importance des circuits courts

Afin de connaître les pratiques des consommateurs, nous avons administré un questionnaire auprès des ménages quant à leur mode d'approvisionnement en huile d'olive et à leur consentement à payer davantage (« *willingness to pay* ») pour une huile de marque, de qualité ou encore une huile biologique, etc. Cette enquête s'est déroulée sur plusieurs lieux de résidence afin de mieux saisir certains contrastes géographiques et relations entre bassin de production et zone de consommation. Le questionnaire a permis également de relever les prix pratiqués comme les perceptions des ménages sur la qualité des huiles produites localement ou l'apport des productions familiales dans la consommation... Notre enquête avait pour objectif principal, l'estimation de l'importance des circuits courts de la filière oléicole mais permettait aussi de comprendre les raisons expliquant ces différents modes d'approvisionnement et d'évaluer l'apport des productions familiales dans la consommation de l'huile d'olive et qui explique en partie l'importance des circuits courts. Un tel questionnaire comporte évidemment des limites puisqu'il repose sur des déclarations de consommateurs qui ne permettent pas d'estimer avec précision les volumes concernés par tel ou tel circuit et qu'il oblige à ignorer le cas des approvisionnements multiples.

Au total, 2000 questionnaires ont été reçus et traités avec une assez bonne représentativité géographique et une distribution associant des communes rurales et urbaines (voir fig. 6).

Fig. 6 : Lieux enquêtés



● Lieux enquêtés

Les résultats de l'enquête confirment que la quasi totalité des ménages grecs consomme très régulièrement de l'huile d'olive (de 36 kg/personne/an à Zagora dans une commune

productrice du Pélion à 17 kg dans les villes de Trikala/Karditsa situées de la plaine de Thessalie privée d'oliviers) et que l'approvisionnement par circuit court est dominant, surtout dans les régions productrices mais également dans les villes et à Athènes où l'on dépasse souvent plus de 50 % des ménages qui se fournissent directement soit sur leur propre oliveraie, soit auprès de réseaux de parenté ou d'amis. En moyenne, seulement 30 % des foyers acquièrent leur huile en grande et moyenne surface.

B. Des pratiques d'approvisionnement différentes

La lecture du tableau 2 confirme l'existence de différents « modèles » dans l'approvisionnement en huile d'olive :

- Les **régions rurales productrices d'olives** (Zagora dans le Pélion, Almiros sur le littoral du golfe Pagasétique, île de Skopelos dans les Sporades) détiennent des records puisqu'entre les 2/3 et 95 % du ravitaillement en huile s'opère directement, surtout dans les propres oliveraies familiales ;
- Les **villes ayant gardé des liens importants avec des zones productrices**, soit situées à proximité, soit plus éloignées mais avec des attaches personnelles (généralement communes d'origine) : le cas le plus symptomatique est celui d'Athènes puisque 60 % des ménages enquêtés ont recours à des circuits courts, en particuliers via des vergers exploités à distance ou par la parenté. A Volos, ville moyenne, quasiment le même pourcentage est obtenu, en combinant la proximité des vergers familiaux dans le Pélion et l'existence de nombreux réseaux amicaux ;
- Le cas des **villes du nord** est différent puisque l'on s'éloigne des foyers de production directs ou issus des courants migratoires : on obtient ainsi entre un quart et un peu plus d'un tiers de ménages pour lesquels les provisions se font par circuits courts à Thessalonique, Larissa ou Trikala/Karditsa ; les foyers de la deuxième ville du pays parvenant à s'approvisionner auprès de réseaux familiaux ou amicaux tandis qu'à Larissa, certains « urbains » exploitent à distances quelques pieds d'oliviers ;
- Enfin, le **cas de Patras** est intermédiaire, les ménages se fournissant modestement sur les circuits courts (mais à 80 % sur leurs propres vergers).

Tableau 2 : Part des différents modes d'approvisionnement (en %)

| | Approvisionnement par circuits courts | <i>Dont propre production</i> | <i>Dont réseaux de parenté ou d'amis</i> | Achats dans le commerce |
|------------------|--|-------------------------------|--|--------------------------------|
| Athènes | 60 | 75 | 25 | 40 |
| Thessalonique | 37 | 49 | 51 | 63 |
| Larissa | 28 | 59 | 41 | 72 |
| Trikala/Karditsa | 25 | 0 | 100 | 75 |
| Patras | 33 | 80 | 20 | 67 |
| Zagora | 95 | 68 | 32 | 5 |
| Skopélos | 84 | 87 | 13 | 16 |
| Almiros | 65 | 65 | 35 | 35 |
| Volos | 57 | 60 | 40 | 43 |

Source : Enquête M.-N. Duquenne

L'enquête confirme que de nombreux ménages ont pour origine géographique, un territoire de production (spécialement le Péloponnèse ou le Pélion dans notre échantillon) et qu'ils continuent donc à s'approvisionner auprès de leur famille ou huileries locales. Il ne faut pas négliger le fait que l'exode rural du Péloponnèse s'est fait essentiellement vers Athènes et peu vers la ville de Patras, ce qui peut expliquer la différence de comportement entre les deux villes. Ce modèle est également valable pour les originaires de Crète et de Lesbos à Athènes. En outre, comme l'huile d'olive présente des caractéristiques gustatives différentes d'une région à l'autre, les originaires ont des préférences marquées, largement liées au territoire d'origine.

On note une différence majeure entre Athènes et les villes du Nord (exceptée Volos qui est à proximité de nombreuses régions productrices). Dans ces dernières, le poids relatif des réseaux informels et des circuits courts est nettement moins important dans la mesure, d'une part où les citadins proviennent de régions rurales non productrices, et d'autre part où la place de l'huile d'olive dans l'alimentation n'a pas le même poids et le même sens que dans d'autres régions.

Il ne faut pas négliger également, la question du prix. En acquérant auprès du circuit court (famille et réseau), les ménages ont tendance à s'approvisionner une ou deux fois par an, *via* de grosses quantités (bidons de 18 litres) qu'ils achètent à meilleur prix. Ce facteur joue également dans les comportements des consommateurs.

C. Des clés d'interprétation culturelles

Par delà les facteurs de proximité géographique, d'agriculture à distance ou de parcours migratoires, l'importance des circuits courts – plutôt que « locaux » – renvoie à des critères d'achat et de qualité qui sont d'ordre culturel. Ils montrent des critères de confiance peu codifiables relevant par exemple de l'appartenance à un territoire connu (et renommé) ou bien à un réseau de parenté (famille élargie), d'amitié, de compatriotes, de « communauté », bref de solidarité socio-spatiale, y compris dans les agglomérations. Ce capital social et identitaire témoignent du maintien de liens entre ville et campagnes : pour S. Damianakos (1996) : « *au-delà de l'autoconsommation familiale directe, celle-ci sert à entretenir un vaste réseau de relations parentales ou de clientèle étalé entre le village et la ville* ».

Les réseaux socioculturels sont ainsi transformés en réseau à finalité économique pour l'approvisionnement en huile d'olive. Leur flexibilité assure le maintien de la petite oléiculture, de ces modestes exploitations à distance en profitant des liens avec les consommateurs urbains. A. Papageorgiou (2010) note : « *Le consommateur grec se caractérise par un certain conservatisme. Principalement originaire de régions rurales [...] il a encore tendance à contester et à contrôler ce qui lui est proposé, comme il contrôlait la nourriture qu'il consommait sur son lieu d'origine* ». La notion d'huile « traditionnelle » est souvent mise en avant par les consommateurs car elle recouvre en fait la garantie de la provenance « locale », issue du village « d'origine », du produit.

A la suite d'autres travaux (Duquenne, Vlontzos, 2012), notons également que le « consentement à payer » des consommateurs est plus élevé, notamment en ville, par rapport à une provenance géographique connue : 1/3 des ménages acceptent ainsi de payer plus cher pour éviter une « marque » propre à la grande distribution et favorisent des étiquettes d'entreprises (privées ou coopérative) éprouvée ; ce comportement pouvant expliquer également le scepticisme par rapport aux certifications officielles (AB, AOP/IGP).

CONCLUSION

Cette recherche confirme que l'olivier en Grèce demeure un produit « culturel » avec des pratiques socio-spatiales spécifiques, expliquant notamment l'importance des circuits courts

ou l'existence de réseaux socioculturels à finalité économique... Pour autant ces modalités spécifiques sont à l'origine de plusieurs faiblesses relevées dans l'organisation de la filière et notamment sur les marchés « globaux » : manque de coopération interprofessionnelle, faible identification de l'huile d'olive selon des signes officiels de qualité. Mais ces caractéristiques ne fondent-elles pas plus globalement un modèle culturel méditerranéen dans les relations entre consommateurs et producteurs ?

Références bibliographiques

Agrosynergie, 2009, *Rapport final – Evaluation des instruments du secteur oléicole dans le cadre de la PAC*, [En ligne], 273 p.

Anglès, 2007, Les appellations d'origine protégée (AOP) d'huile d'olive de l'Union européenne : une analyse comparative (Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal), *Méditerranée, revue géographique des pays méditerranéens*, 107, 79-85.

Anthopoulou Th., Moissidi A., 2002, La périurbanisation dans l'espace rural grec, *Géocarrefour*. Vol. 77 n°4. La Grèce aujourd'hui. pp. 359-366.

Arnal, 2012, *La place et le rôle de l'agriculture à la périphérie des villes moyennes. Le cas des villes d'Annecy, Bourg-en-Bresse, Montbrison et Romans-sur-Isère*, Thèse de doctorat de géographie, Université Lyon 2, 518 p.

Burgel G., 1972, *Recherches agraires en Grèce*, Mémoires et Documents du CNRS (Recherches rurales en Grèce), Paris, 60 p.

Chiffolleau 2008, « Les circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable », in MARECHAL G., *Les circuits courts alimentaires*, Dijon, Educagri Editions, pp. 21-30.

Damianakos S., 1996. *Le paysan grec, défis et adaptation face à la société moderne*, l'Harmattan.

Delfosse Cl., Bernard C., 2007, « Vente directe et terroir », *Méditerranée*, n°109, Aix-en-Provence, pp. 23-30.

Duquenne M.-N., Vlontzos G., 2012, « The Greek olive oil market and the factors affecting it », *Economia agro-alimentare*, n°3, pp. 103-124.

Durbiano 1997, *Le Comtat et ses marges, crises et mutations d'une région agricole méditerranéenne*, Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, 217 p.

Gabârski N., 2008, « Les expériences migratoires bulgares en Grèce depuis 1989 », *Balkanologie*, Vol. XI, n° 1-2, [En ligne], mis en ligne le 31 décembre 2008. URL : <http://balkanologie.revues.org/index1132.html>.

Goussios D., Duquenne M.-N., 2003, « L'exploitation agricole à distance en Grèce : mobilité, pluriactivité et ruralisation (Note) », *Méditerranée*, Tome 100, pp. 45-48.

Kolodny E., 1972, L'olivier dans la vie rurale des îles de la Grèce, Colloque de géographie agraire de Madrid, Les sociétés rurales méditerranéennes, Aix-en-Provence, *Méditerranée*, 1972. pp. 157-161.

Labaste A., 1941, « L'olivier en Grèce », *Annales de géographie*, vol. 95, n°283, pp. 223-226.

Mili S., Mahlau M., 2005, *Characterization of European Olive Oil Production and Markets*, CISC - Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 75 p.

Nikolaïdou S., 2007, *Les transformations sociospatiales et l'avenir de l'agriculture en zones périurbaines : étude de la viticulture de Messogheia (Attiki, Grèce)*, CIHEAM-IAMM, Montpellier, Série Thèses et Masters, n°89, 139 p.

Papageorgiou A., 2010, « Perceptions et choix des consommateurs grecs face à la mondialisation de la grande distribution alimentaire », *Économie rurale* [En ligne], 318-319.

Pouzenc M., Bulher A.-E., Coquard D., Girou S., Fontorbes J.-P., Mondy B., Olivier V., Pilleboue J., Vincq J.-L., 2007, *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, Rapport UMR Dynamiques Rurales, Toulouse, avril, 267 p.

Rallet A., Torre A., 2004, « Proximité et localisation », *Economie Rurale*, n° 280, Paris, pp. 25- 41.

Rieutort, L., 2009, « Dynamiques rurales françaises et re-territorialisation de l'agriculture », *L'information géographique*, n°1, vol. 73, pp. 30-48.

Sintès P., 2001, « La migration des Albanais en Grèce. Difficultés méthodologiques pour une étude géographique », *Revue européenne de migrations internationales*. Vol. 17, n°3. pp. 67-85.

Sivignon M., 2001, « L'automobile en Grèce : à la source d'une nouvelle relation entre villes et villages », *Strates* [En ligne], 10.

Sivignon M., 1978, *La Grèce sans monuments*, Guides Bleus, Paris, Hachette, 258 p.

Sivignon M., Auriac F., Deslondes O. ET Maloutas Th., 2003, *Atlas de la Grèce*, Collection « Dynamiques du territoire », RECLUS-CNRS-Libergéo-La Documentation Française, 190 pages, 86 planches, 281 cartes.