



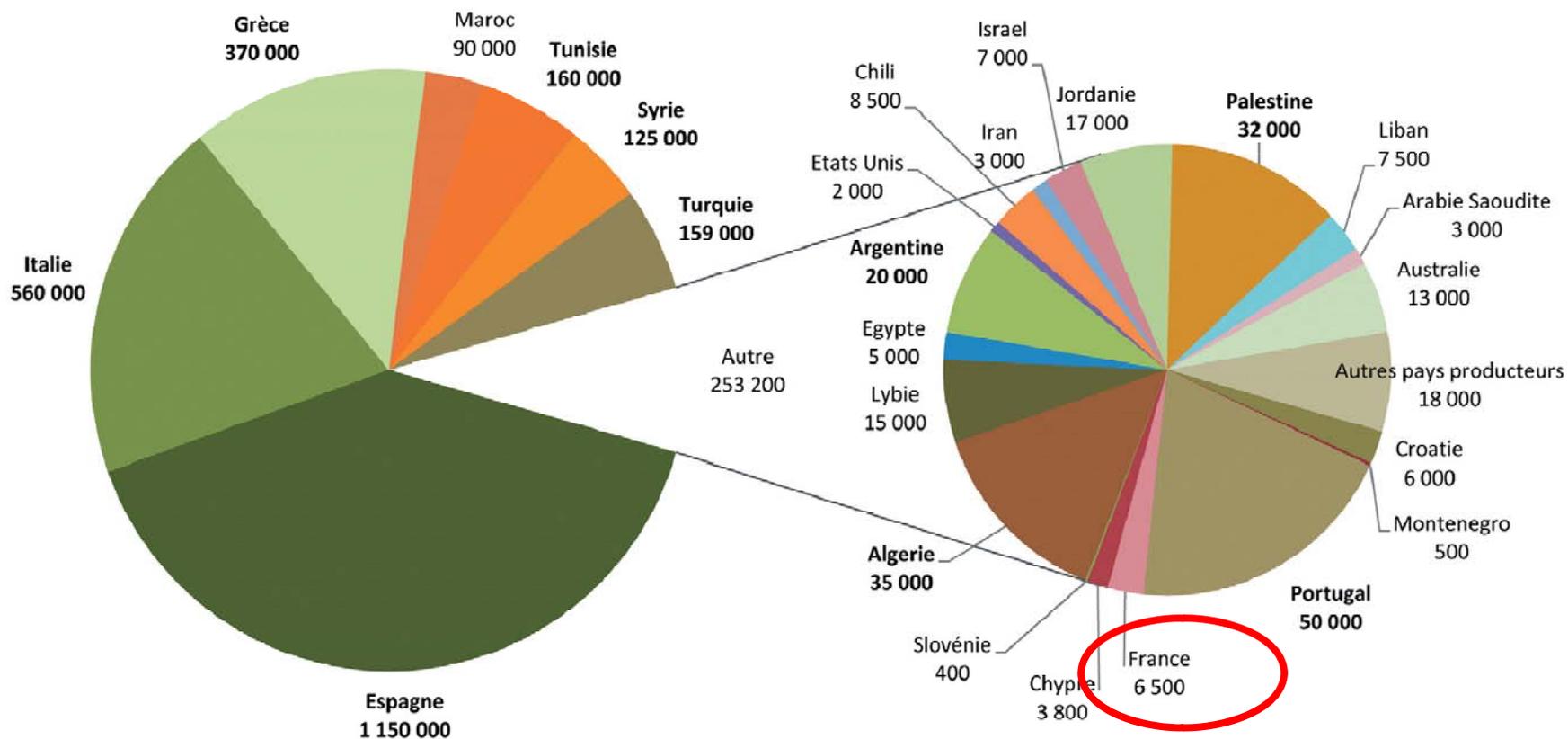
## Le marché des huiles d'olive AOP en France

*Séminaire sur les indications géographiques  
de l'huile d'olive et des olives de table  
Comité Oléicole International – 21 octobre 2010*

# La France, un petit pays producteur



PRODUCTION D'HUILE D'OLIVE PAR PAYS  
(2008/2009, en t, données COI, graph. Afidol/AParis)



Production mondiale : 2 867 200 tonnes

La production française ne représente qu'environ 5% de sa consommation

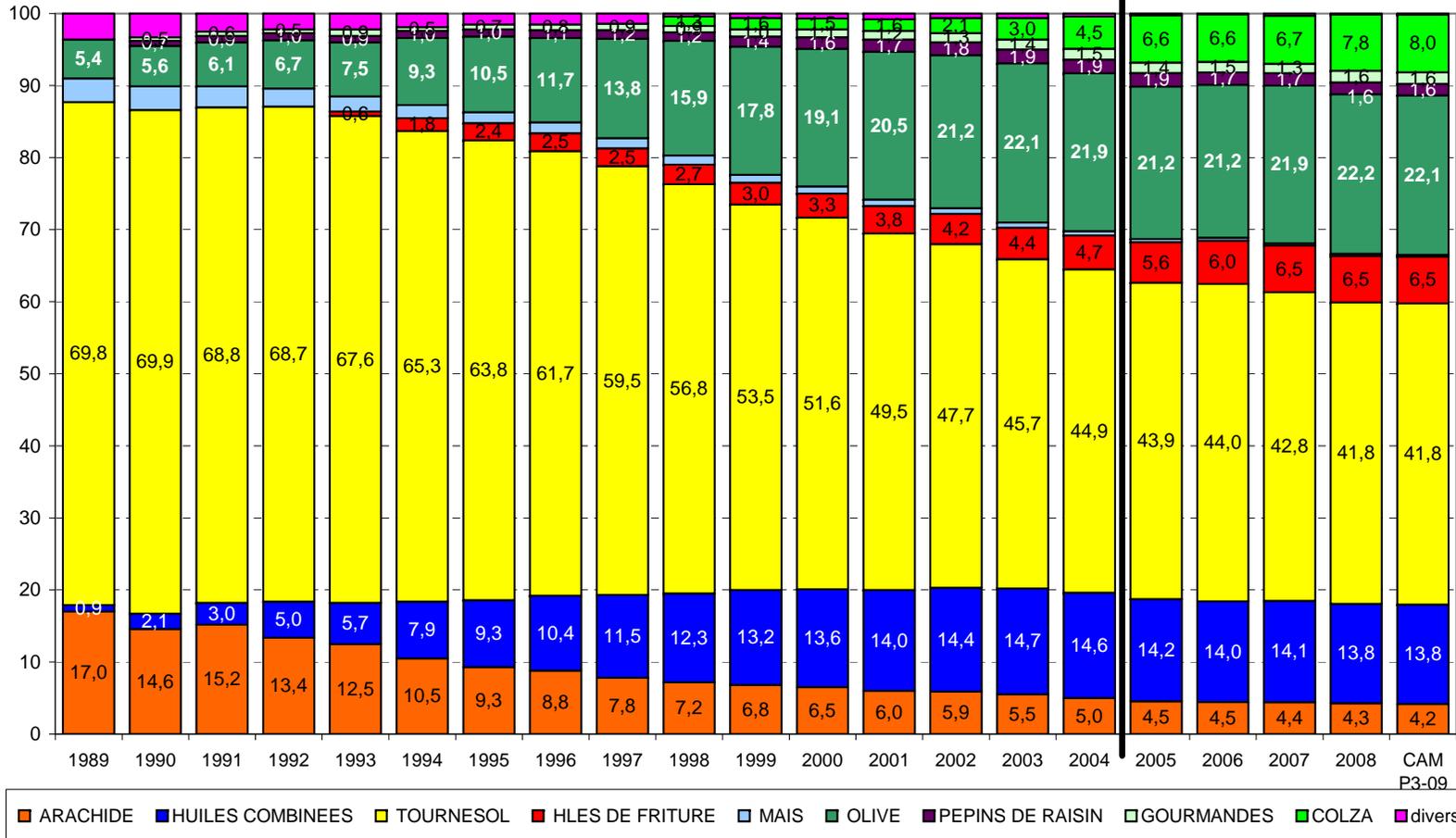
# Mais un gros pays consommateur



Parts de Marché Volume - HM+SM

sources : jusqu'à 2004, panel distri sample IRI (HMSM) , depuis 2005, panel distri census Nielsen (HMSM)

Changement de fournisseur panel et de méthodologie



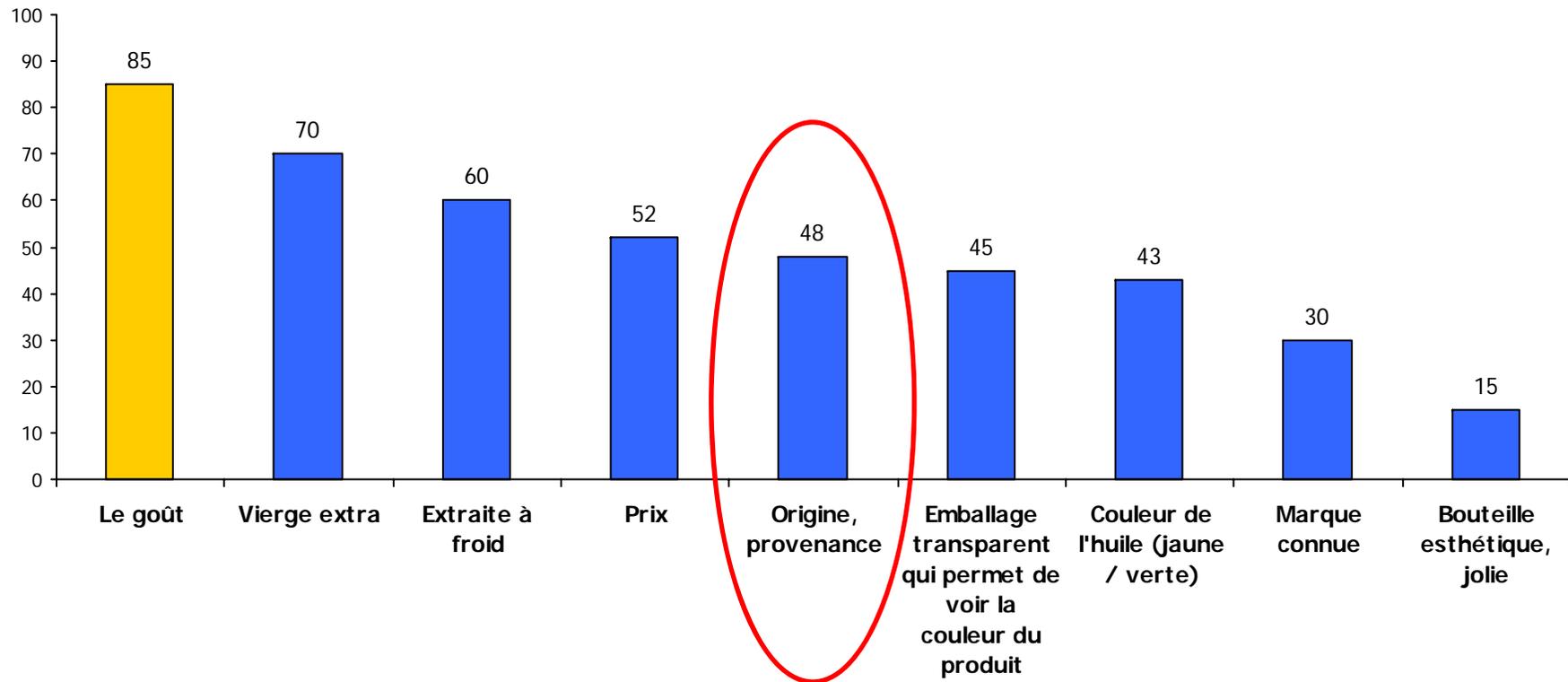
Une consommation qui s'est développée dans les années 90 pour atteindre aujourd'hui :

- 67 608 kL (en HMSM avec HD) Source Nielsen CAM P9 2010
- 68,7% de pénétration, 3,3L par acheteur par an Source Kantar World Panel CAM 2T10

L'origine, un critère qui intervient dans le choix d'une huile d'olive mais derrière le goût, les mentions vierge extra/extraite à froid et le prix

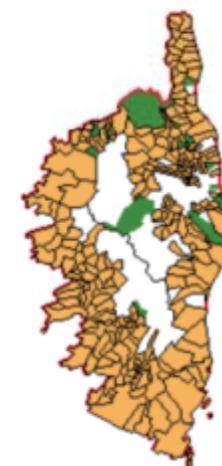
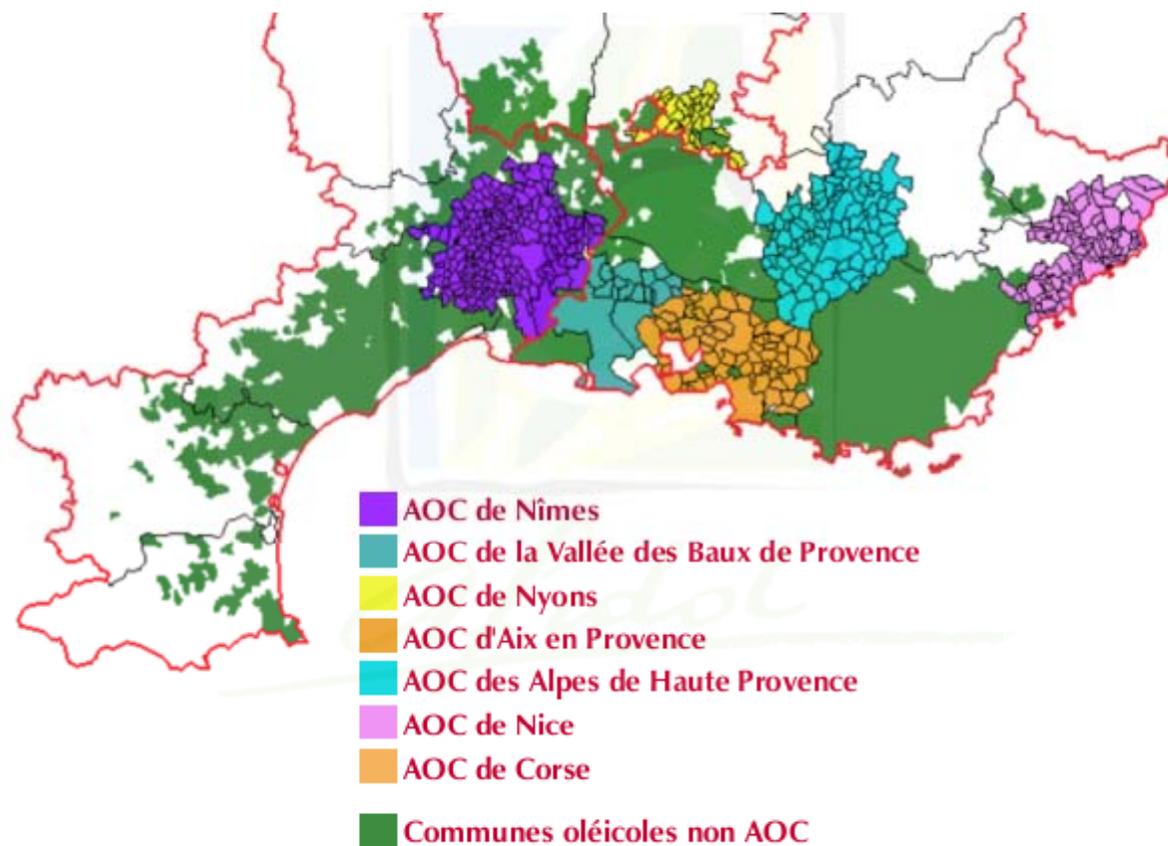


### Critères de choix d'une huile d'olive

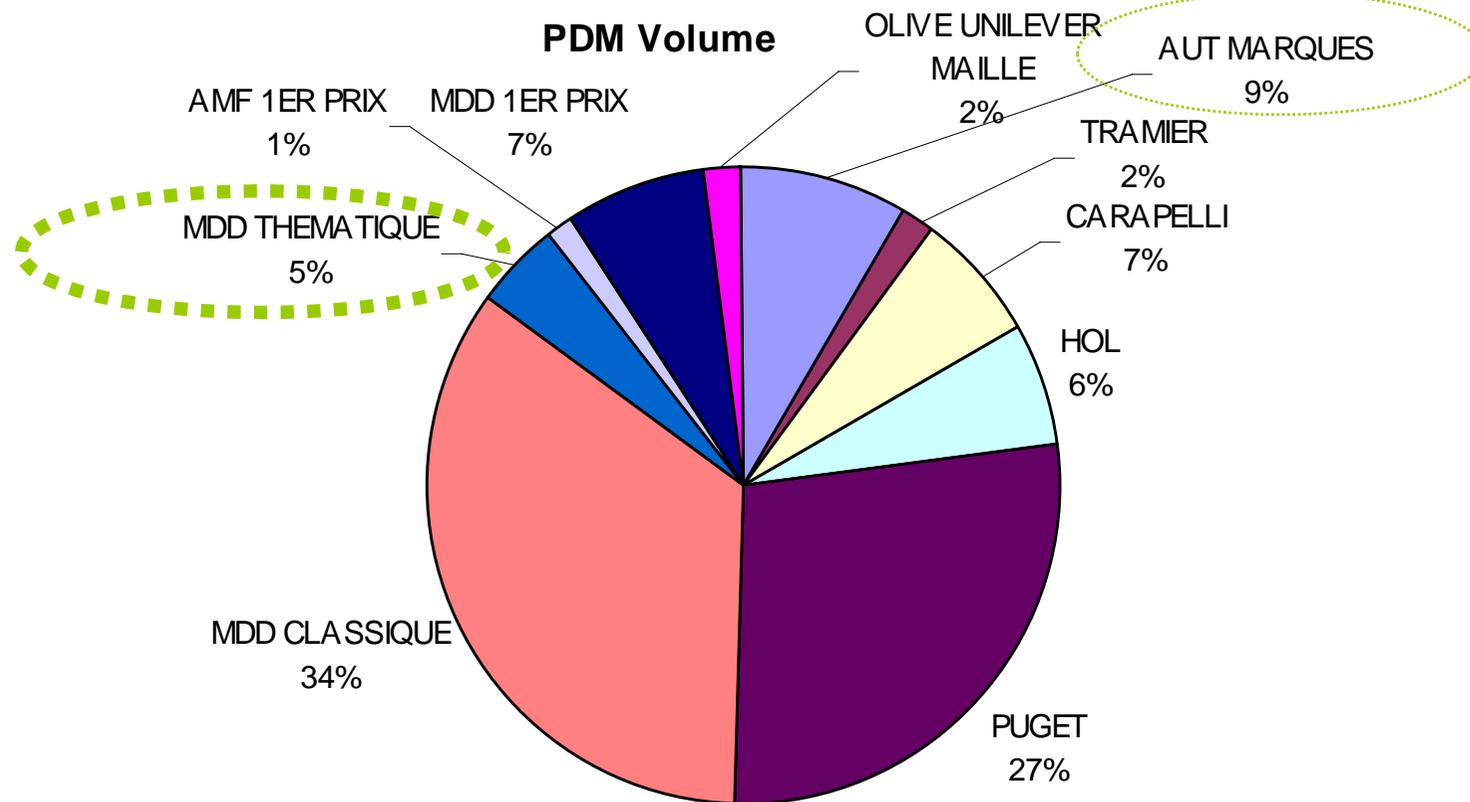


La marque est garante du goût, de la qualité et de l'origine

# 7 AOC Oléicoles dans le sud de la France



# Des AOC peu présentes en GMS



Quelques marques distributeurs thématiques et AOC régionales

# L'offre AOC en GMS



**MDD  
Thématiques**

**Autres  
marques**

# Une perception positive des AOC par les consommateurs



- Une huile d'olive de grande qualité/ haut de gamme
- Garantie par la mention AOC certifiant l'origine de l'huile, une mention rassurante, gage de qualité et de saveur
- Le goût au centre des perceptions, recherche de saveurs inédites
- Fabrication artisanale, authenticité, terroir
- Une origine connue comme une terre d'oliviers
- Des évocations poétiques liées à l'évocation de la région (ex Baux de Provence)

## A noter toutefois :

- Il est préférable de se référer à une région (AOC) plutôt qu'à une origine France : l'origine française n'est pas perçue comme un gage de qualité vs Italie ou Grèce, elle est trop peu précise (préfère une région spécifique ou au moins une évocation de la méditerranée) et élargit le champ de référence à la France avec des régions moins ensoleillées vs le Sud de la France

# Une problématique majeure : le prix



2,60€

4,50€

6-7€

18-20€

Prix moyen au litre

Premiers prix

MDD

Marques nationales

Huiles d'olive

- Origine France (AOC ou non AOC)

- Importation spécifique



Et de ce fait, des niveaux de rotations (VMH = 0,5-1UC) et des volumes décrochés par rapport aux moyennes du marché

↳ Nécessité d'un équilibre rotations/ marge pour ne pas être remis en cause par les distributeurs

## En conclusion

- Les huiles d'olive AOP sont peu présentes dans la grande distribution. Elles sont essentiellement commercialisées en vente directe et en vente moulins puis aux grossistes, en Epicerie Fine...
- Un niveau de prix trop élevé en l'absence d'argumentaire solide (l'origine ne justifie pas tout)
- Un manque d'expertise du consommateur : méconnaissance des spécificités et des goûts, pas de références

### Les opportunités pour les AOP :

- En GMS : cibler les enseignes qualitatives, une offre premium génératrice de valeur pour le distributeur mais limiter l'écart prix pour avoir des rotations suffisantes, valoriser le produit (packaging, mise en scène de l'offre)
- Développer les autres circuits : Epiceries fines, magasins spécialisés, e-commerce, restauration hors domicile, industries agro-alimentaires, export...
- En ce qui concerne les dénominations, privilégier des noms de régions connues et évocatrices (ex : Provence) et éduquer le consommateur sur les spécificités de chaque région