



ETUDE SUR LES HUILES D'OLIVE BIO EN FRANCE ET EN EUROPE

18 mars 2015

Contact client
Alexandra Paris
alexandra.paris@afidol.org
04 75 26 90 92

Contact Opened Mind
Thierry JONQUOIS
tjonquois@openedmind.fr
01 74 37 19 15

OBJECTIFS



Les objectifs de cette étude sont les suivants :

- 1) Faire un état des lieux général de la production et de la commercialisation des huiles d'olive bio et en particulier des huiles d'olive bio françaises**
- 2) Repérer les circuits, les positionnements marketing à développer et les marchés potentiels pour la commercialisation des huiles d'olive françaises bio**
- 3) Repérer les marchés potentiels en France et en Europe pour de l'huile d'olive bio haut de gamme**



SOMMAIRE



I) ETUDE DE MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR LES FILIÈRES OLÉICOLES EN EUROPE ET EN TUNISIE

(France, Italie, Espagne, Tunisie)

- 1) Structure des filières oléicoles (nombre d'exploitations, surfaces en hectares, répartition par régions)
- 2) Les bassins de production de l'olive bio
- 3) Production d'olives BIO par pays
- 4) Estimation de la production d'huile d'olive BIO par pays
- 5) Focus sur les huiles d'olive avec appellation (Italie et Espagne)
- 6) Focus sur les exportations d'huiles d'olive françaises

II) VAGUE D'ENTRETIENS QUALITATIFS D'EXPERTS DE LA FILIÈRE

- 1) Méthodologie et identification des profils
- 2) Résultats de l'étude qualitative
- 4) Conclusions et tendances qualitatives

III) IDENTIFICATION DES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

(France, Allemagne, Angleterre)

1. FRANCE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

2. ALLEMAGNE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

3. ANGLETERRE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

IV) SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE DOCUMENTAIRE

V) ETUDE DE VALIDATION CONSOMMATEURS IPSOS

VI) RECOMMANDATIONS FINALES





PARTIE 1

ETUDE DE MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR LES FILIÈRES OLÉICOLES EN EUROPE ET EN TUNISIE *(France, Italie, Espagne, Tunisie)*

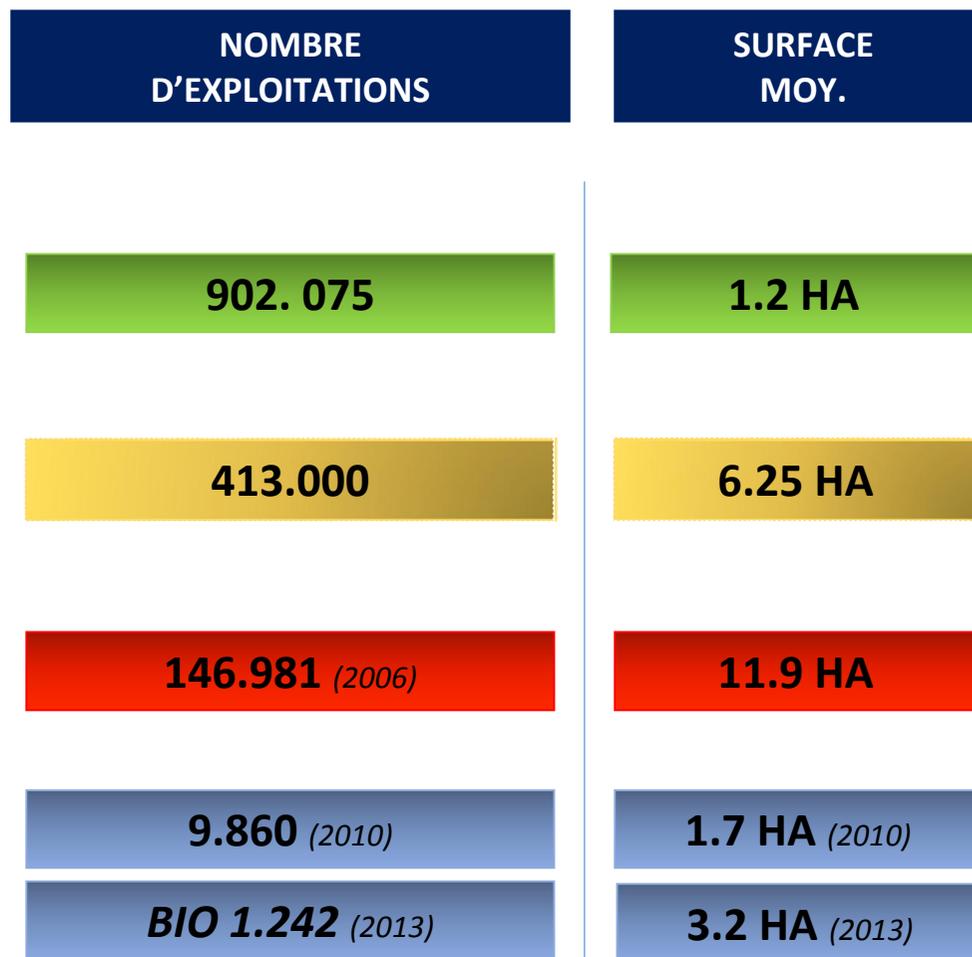
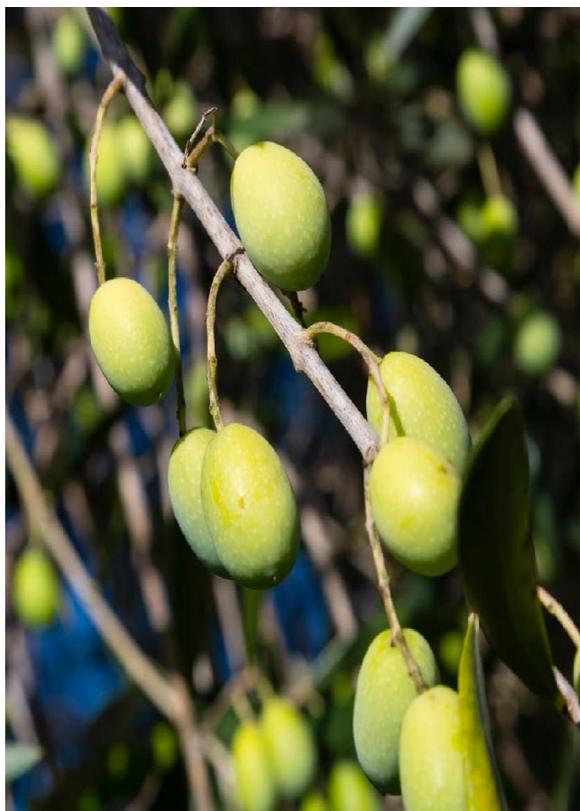


A close-up photograph of an olive branch against a clear blue sky. The branch is covered with small, green, unripe olives and elongated, silvery-green leaves. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

1) STRUCTURE DES FILIERES OLEICOLES

(Nombre d'exploitations, surfaces en hectares, répartition par régions)

NOMBRE D'EXPLOITATIONS OLÉICOLES ET SURFACES MOYENNES



Source 1: Espagne - Commission européenne, Direction générale de l'agriculture et du développement rural

Source 2 : Italie – Ismea 2010

Source 3 : France - MAAF/SSP, Recensement Agricole 2010 / Bio = données « Assises nationales de l'oléiculture bio » 2014

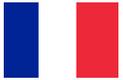
Source 4 : Tunisie Analyse de la filière oléicole – Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

REPARTITION DES EXPLOITATIONS OLEICOLES EN ITALIE



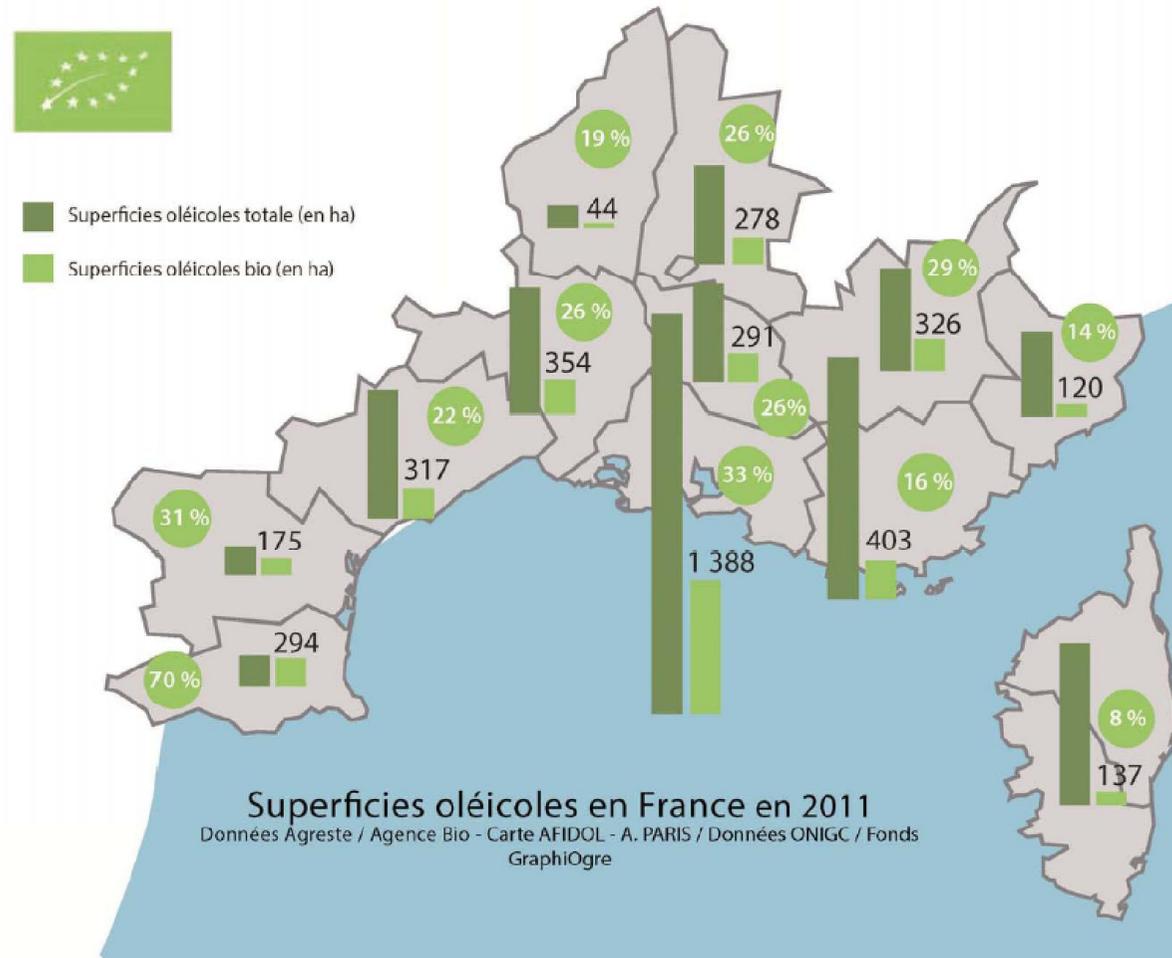
| Nombre D'exploitations (2010) | Superficie moyenne par exploitation (2010) |
|-------------------------------|--|
| 902. 075 | 1,2 HA |





REPARTITION DES EXPLOITATIONS OLEICOLES EN FRANCE

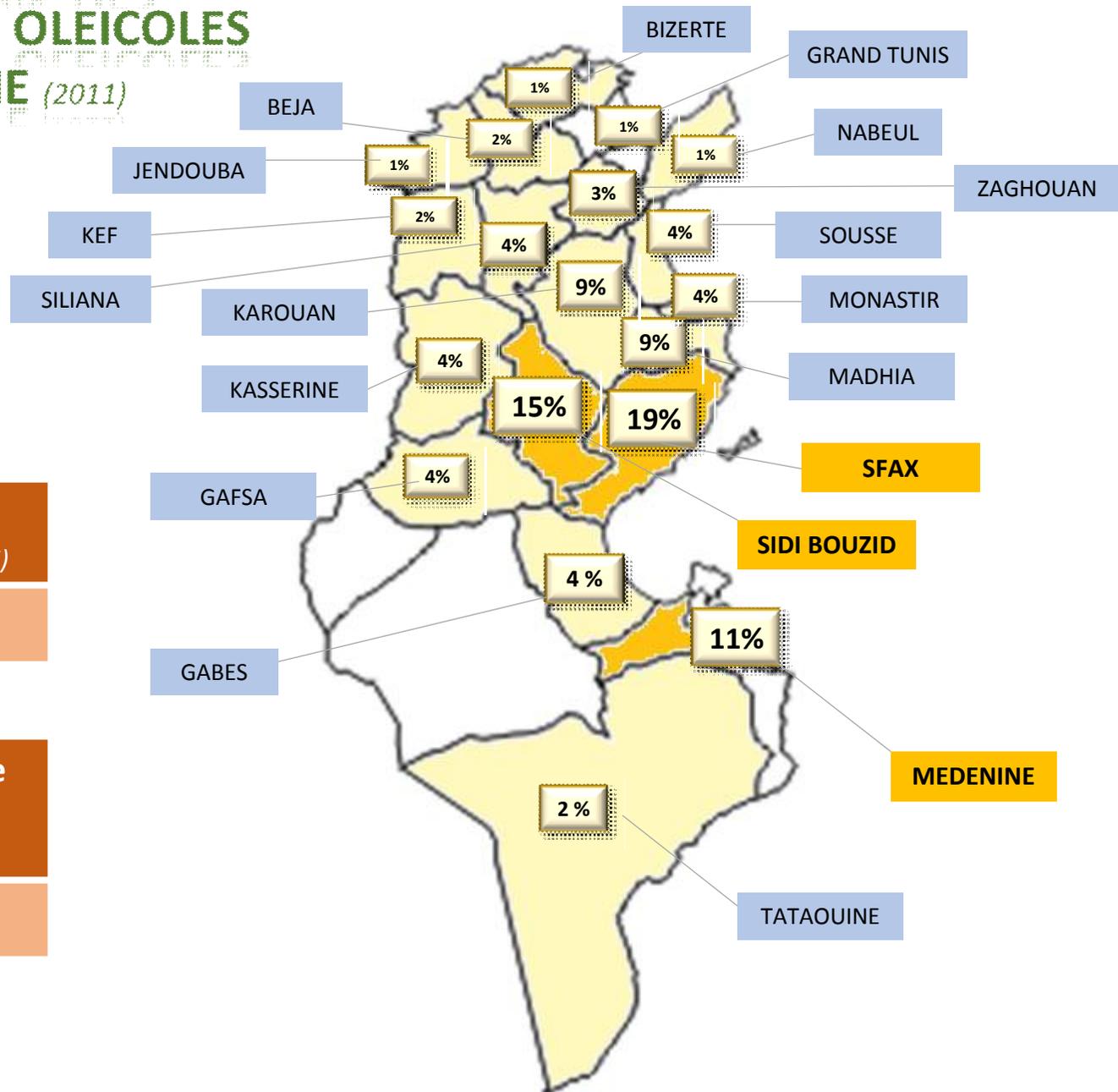
| Nombre D'exploitations (2010) | Superficie moyenne par exploitation (2010) |
|-------------------------------|--|
| 9.860 | 1,7 HA |





REPARTITION DES EXPLOITATIONS OLEICOLES EN TUNISIE (2011)

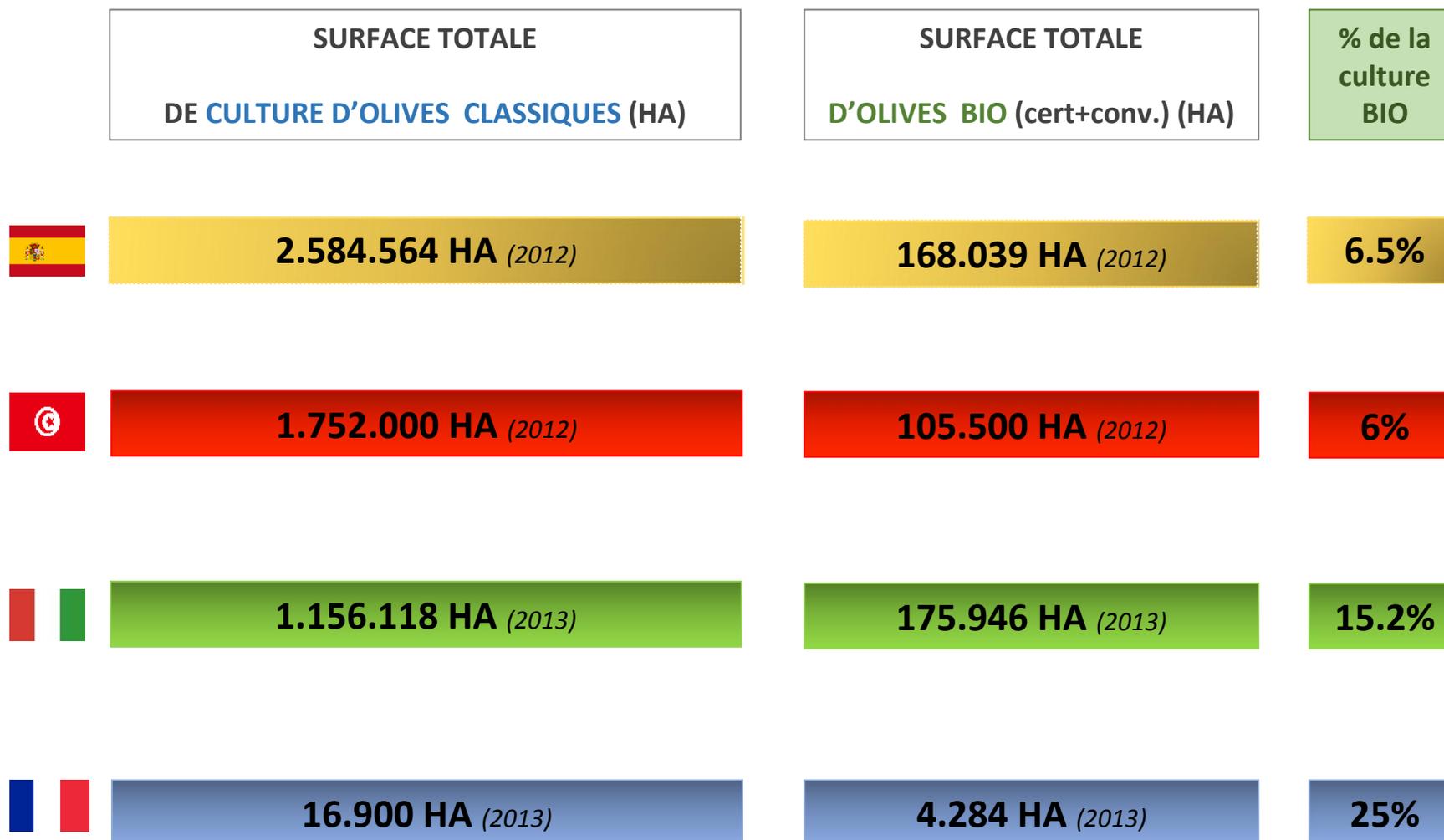
| |
|---|
| Nombre d'exploitations (2006) |
| 146.981 |
| Superficie moyenne par exploitation (2010) |
| 11,9 HA |



A close-up photograph of an olive branch with several green olives. The leaves are elongated and have a silvery-green hue. The background is a clear, bright blue sky. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text.

2) LES BASSINS DE PRODUCTION DE L'OLIVE BIO

25% DES HECTARES SONT CONSACRES A LA CULTURE BIO EN FRANCE



Source 1: Espagne - http://file.scirp.org/Html/1-3000692_43010.htm#Table%201

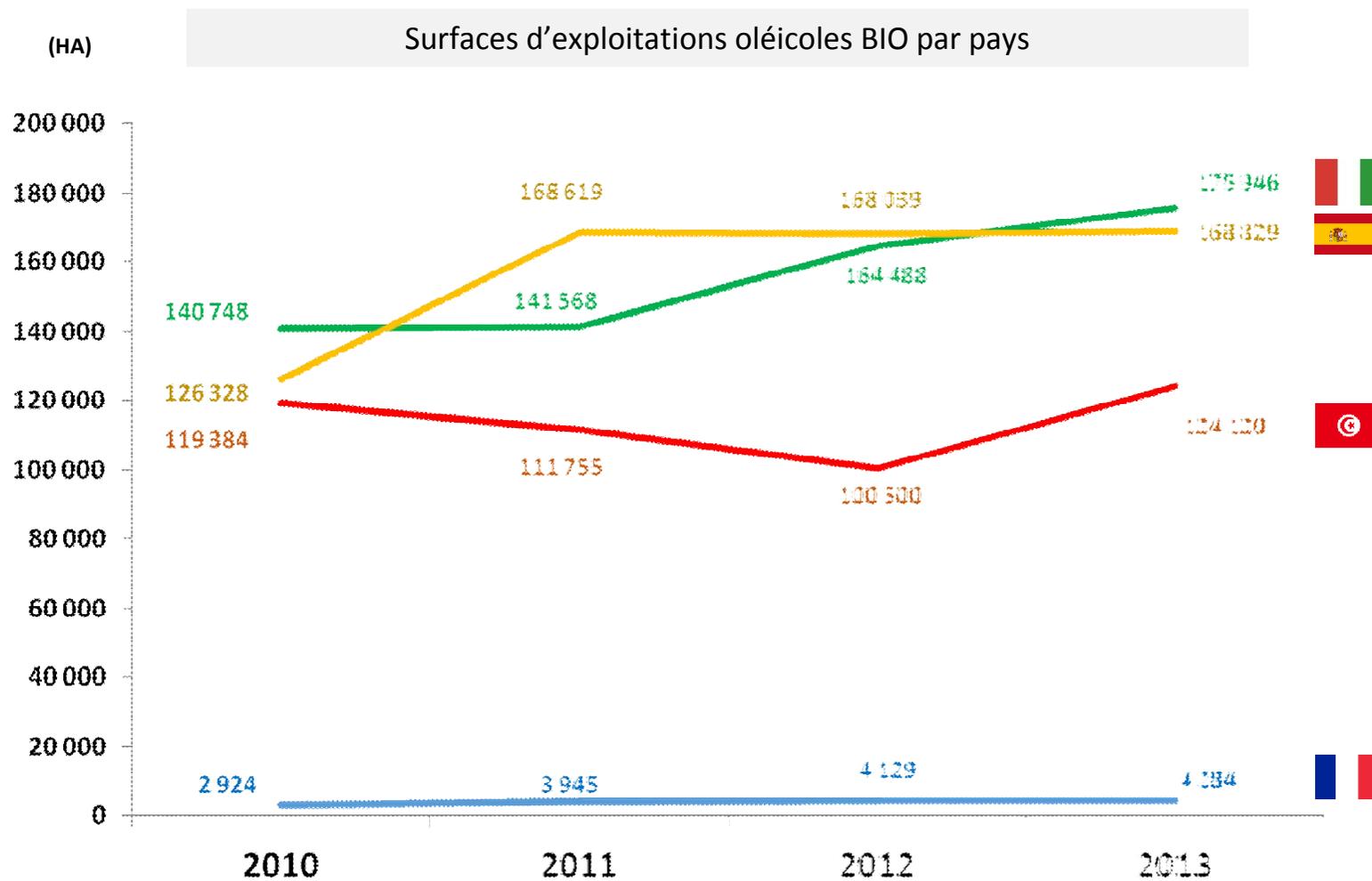
Source 2 : Italie – Ismea 2010 / Sinab

Source 3 : France – Afidol / Agreste

Source 4 : Tunisie – Analyse de la filière oléicole – Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

LA FRANCE SE SITUE LOIN DERRIÈRE SES VOISINS EUROPÉENS ET TUNISIEN

(CERTIFIÉE ET EN COURS DE CONVERSION)

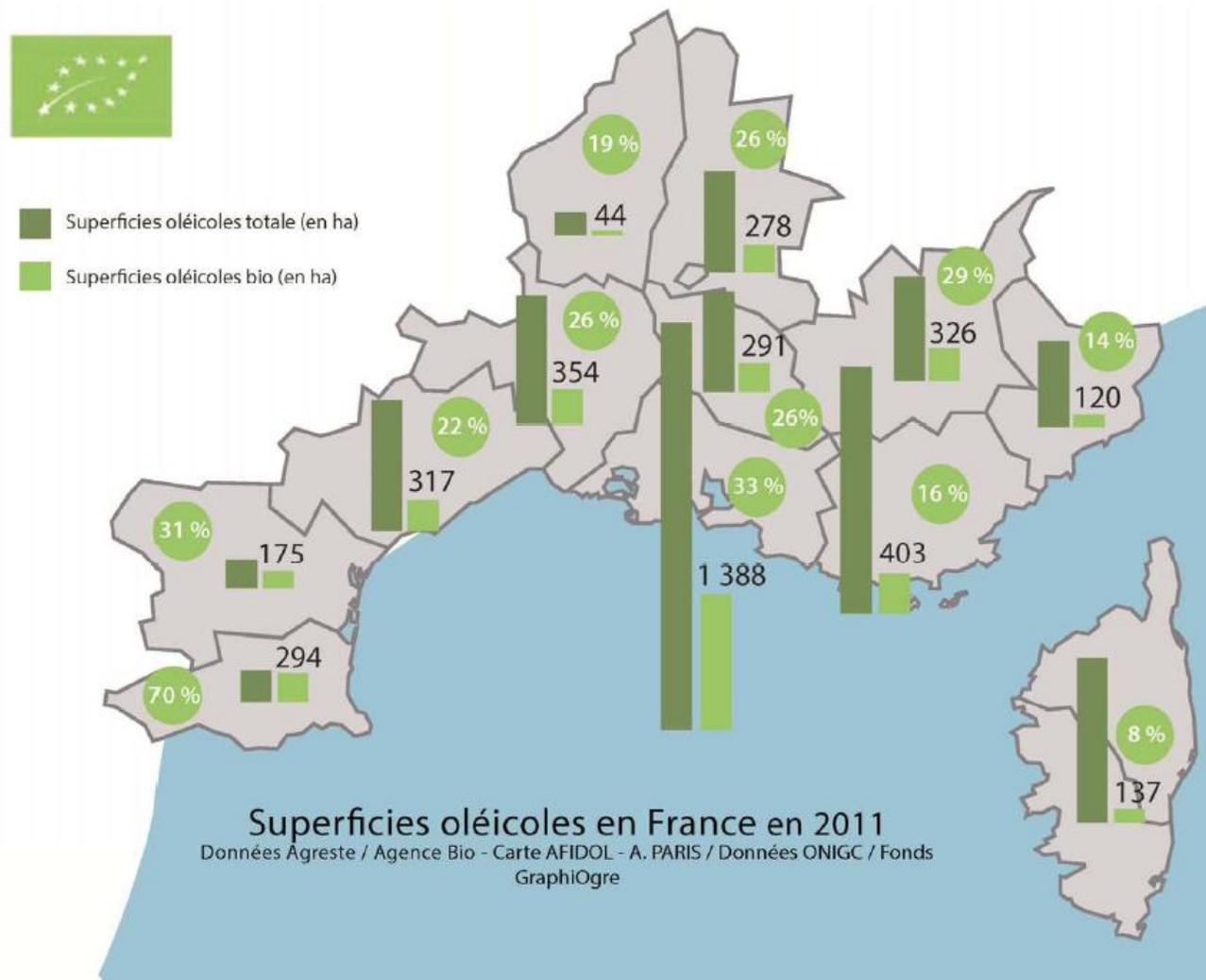


Sources : Agence Bio(France) & Afidol /Ministère de l'Agriculture (Tunisie)/ Sinab – Bio in cifre(Italie)/ Agricultura Ecologica Estadísticas (Espagne)

LES BOUCHES DU RHÔNE DÉTIENNENT LA PLUS GRANDE PART DE SUPERFICIES OLÉICOLES BIO



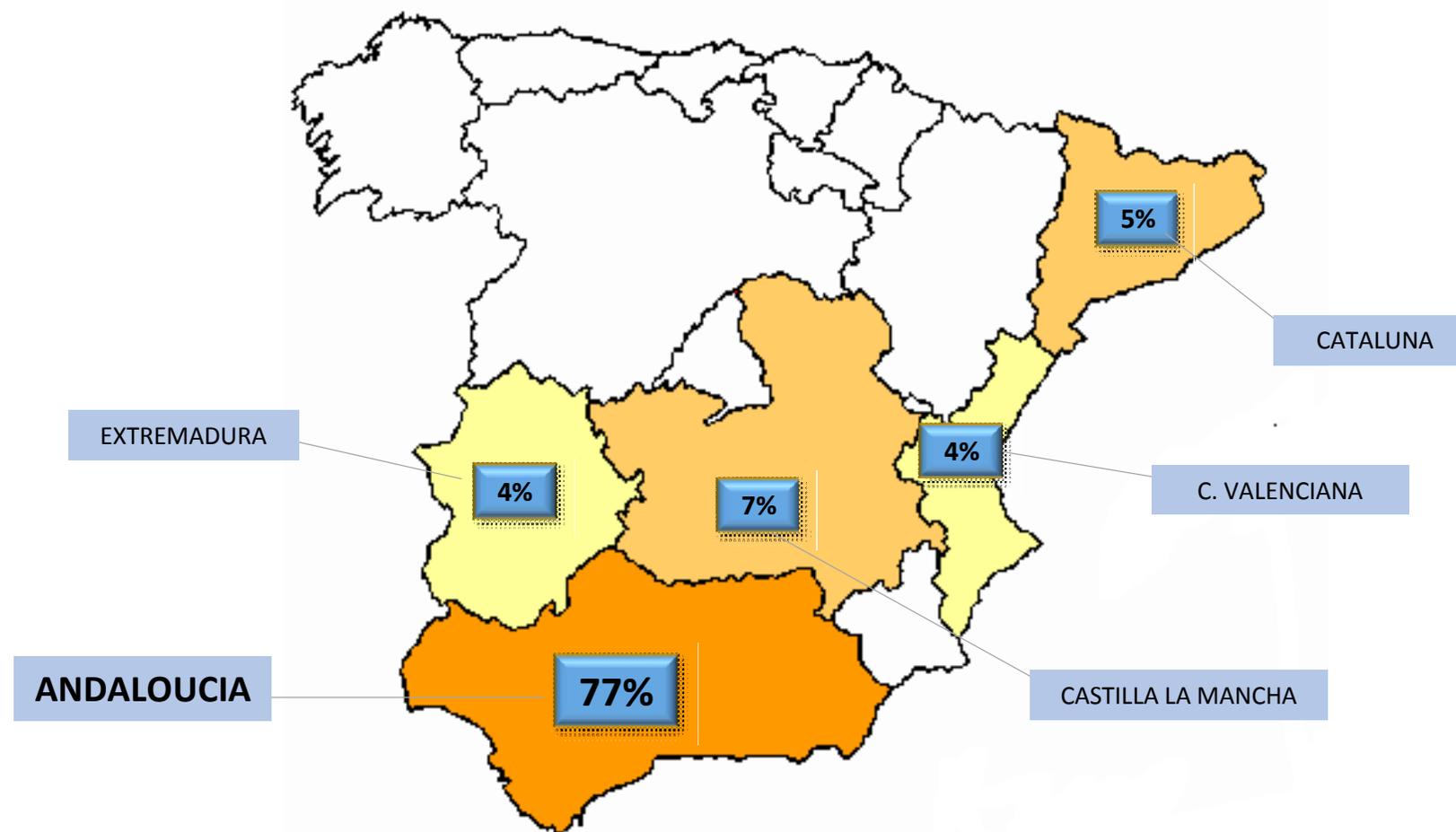
| Surface de cultures d'olives non bio (2013) | Surface de cultures d'olives bio (2013) |
|---|---|
| 16.900 HA | 4.284 HA |





L'ANDALOUSIE REPRÉSENTE 77% DES SURFACES OLÉICOLES BIO

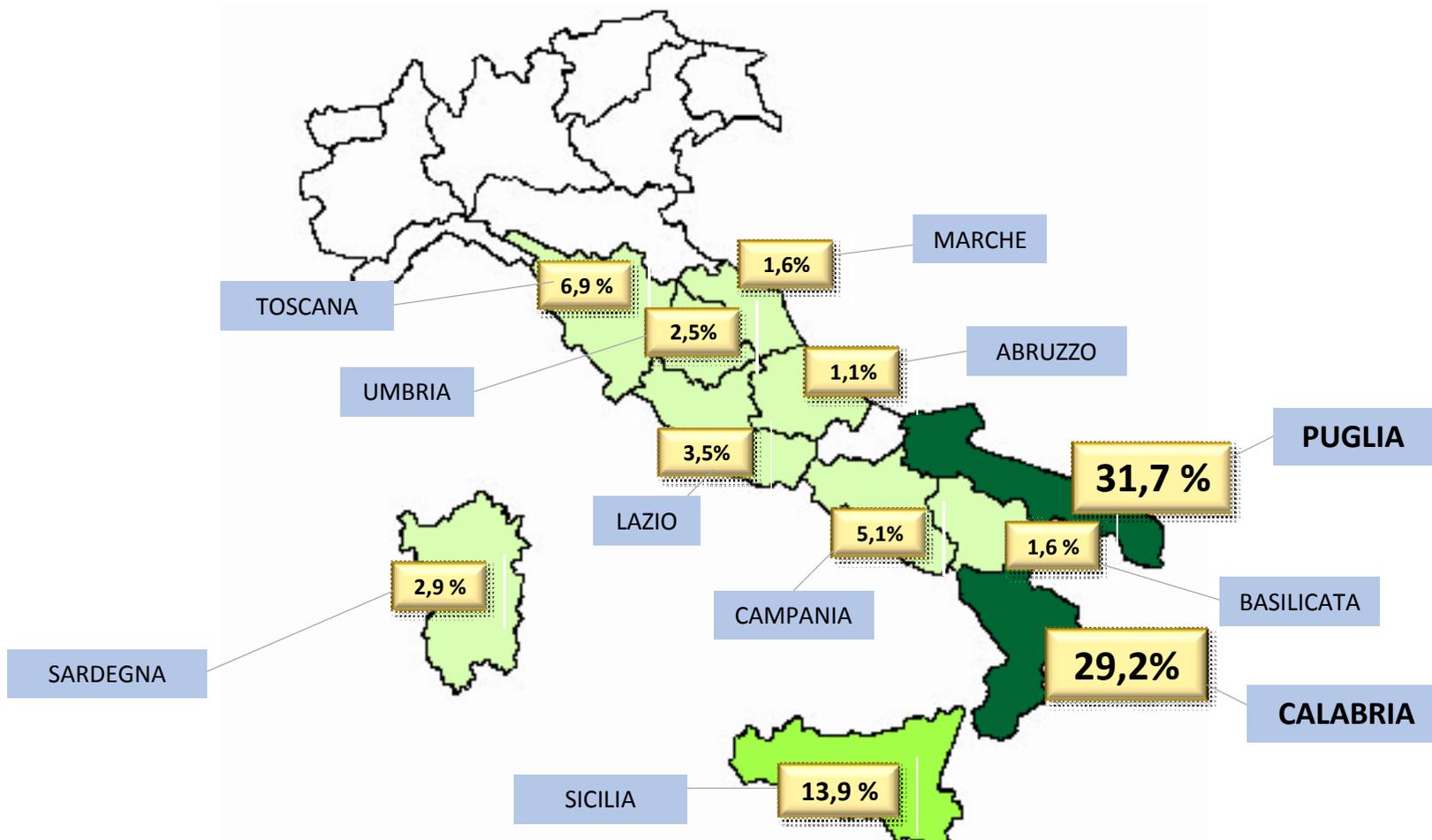
| Surface de cultures d'olives non bio (2012) | Surface de cultures d'olives bio (2012) |
|---|---|
| 2.584.564 HA | 168.039 HA |



LES POUILLES ET LA CALABRE REPRÉSENTENT PLUS DE LA MOITIÉ DES SURFACES OLÉICOLES BIO (61%)



| Surface de cultures d'olives non bio (2013) | Surface de cultures d'olives bio (2013) |
|---|---|
| 1.156.118 HA | 175.946 HA |



A close-up photograph of an olive branch with several green olives and silvery-green leaves against a clear blue sky. The branch is the central focus, with other branches and olives visible in the background.

3) LES PRODUCTIONS D'OLIVES BIO PAR PAYS

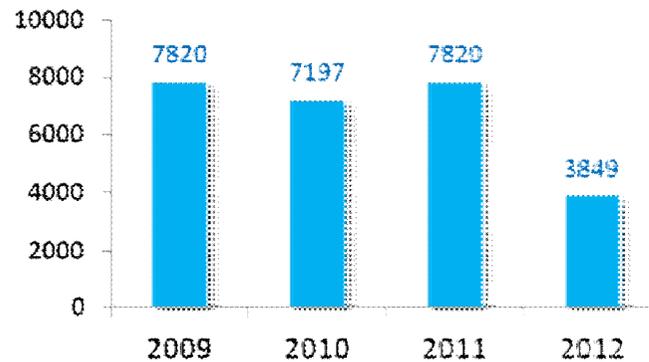
UNE PRODUCTION ÉQUIVALENTE D'OLIVES BIO EN ESPAGNE ET EN ITALIE



(1000 TONNES)

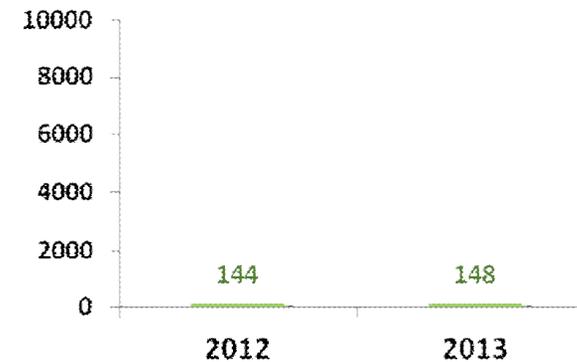
PRODUCTION D'OLIVES CLASSIQUES

(Olives à huile & de table)



PRODUCTION D'OLIVES BIO

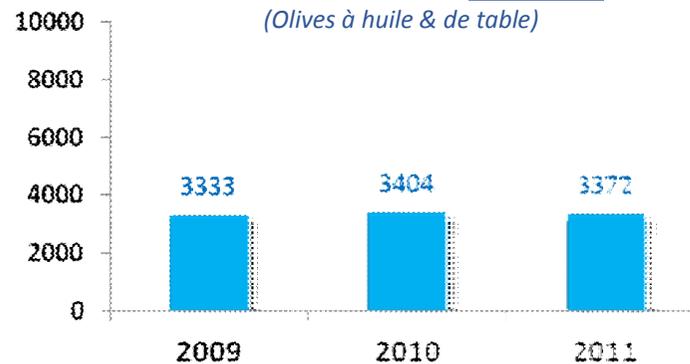
(Olives à huile & de table)



(1000 TONNES)

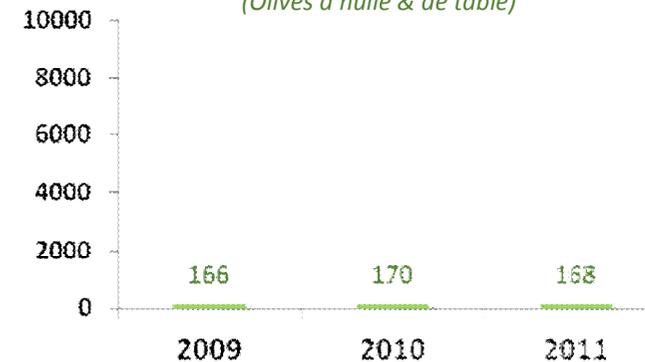
PRODUCTION D'OLIVES CLASSIQUES

(Olives à huile & de table)



PRODUCTION D'OLIVES BIO

(Olives à huile & de table)



Sources 1 : Agricultura Ecologica Estadisticas 2012/2013

Sources 2 : Instituto Nacional de Estadística / Ministerio de Agricultura, alimentación y Medio Ambiente.

Sources 3 : Istat, Stima delle superfici e produzioni delle coltivazioni agrarie, floricole e delle piante intere da vaso

Sources 4 : AIPO – Pratica Bio per regione

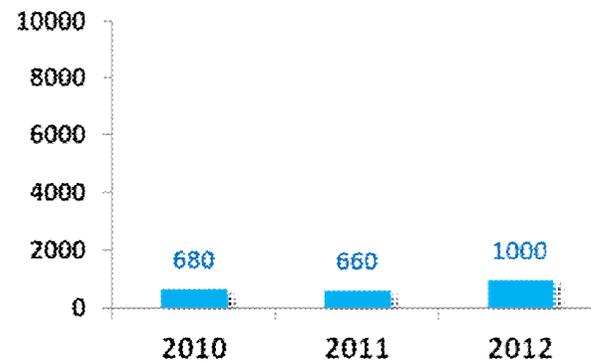
LA FRANCE PRÉSENTE UNE FAIBLE VOLUME DE PRODUCTION



(1000 TONNES)

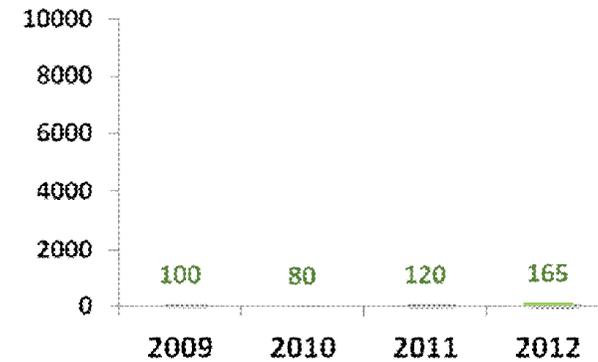
PRODUCTION D'OLIVES CLASSIQUES

(Olives à huile & de table)



PRODUCTION D'OLIVES BIO

(Olives à huile & de table)



(1000 TONNES)

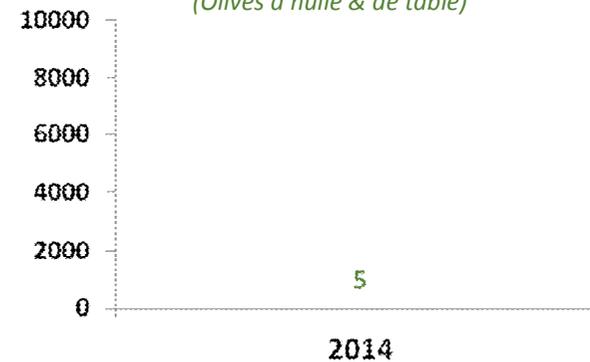
PRODUCTION D'OLIVES CLASSIQUES

(Olives à huile & de table)



PRODUCTION D'OLIVES BIO

(Olives à huile & de table)



Sources 1 : Tunisie « Analyse de la filière oléicole » - Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

Sources 2 : Ministère de l'agriculture de Tunisie

Source 3 : Ministère de l'agriculture

Source 4 : France - Afidol

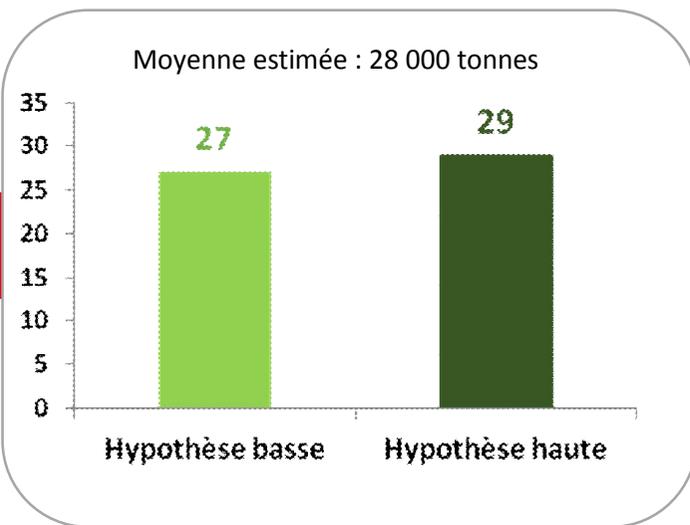
A photograph of an olive branch with several green olives against a clear blue sky. The branch is in the foreground, and the olives are in various stages of ripening. The background is a solid, bright blue sky. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

4) ESTIMATION DE LA PRODUCTION D'HUILE D'OLIVE BIO PAR PAYS

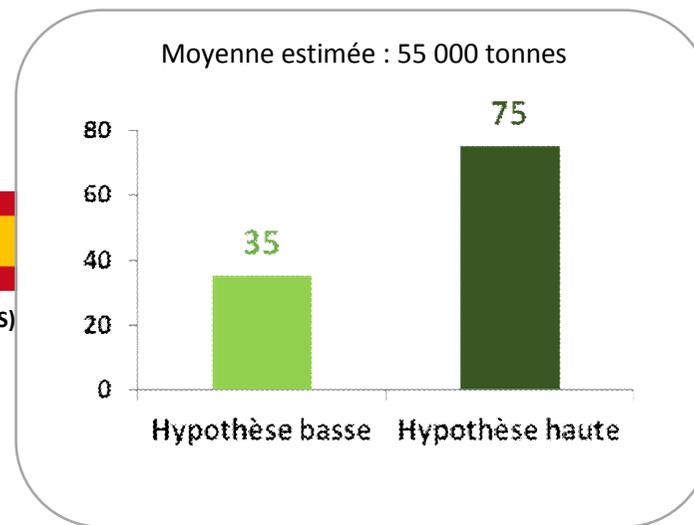
ESTIMATION DE LA PRODUCTION D'HUILE D'OLIVE BIO



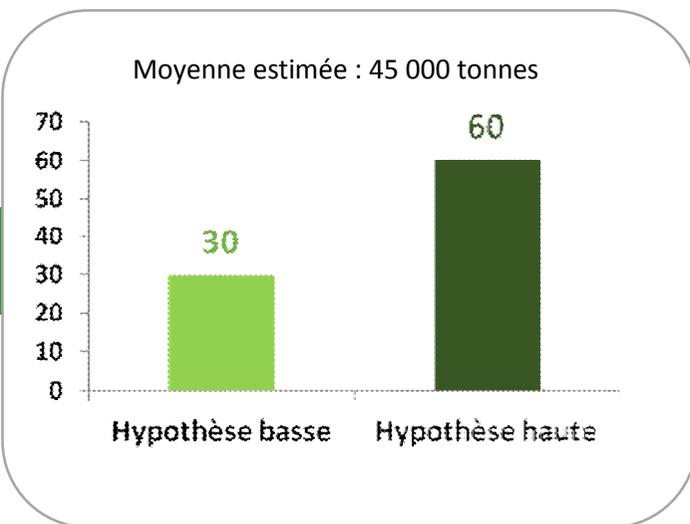
(1000 TONNES)



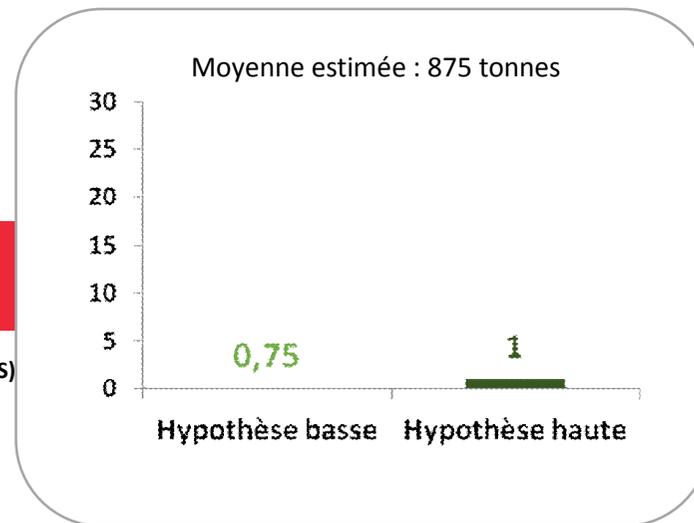
(1000 TONNES)



(1000 TONNES)



(1000 TONNES)



Sources : Comisión Europea, Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural
 SINAB_BIO in cifre 2014

I consumi di olio nelle principali aree geografiche italiane nel 2011 e nel 2012

INIA – INTIHUASI : Definición, Caracterización y Potencial del Sector Olivícola e Industria Oleíca

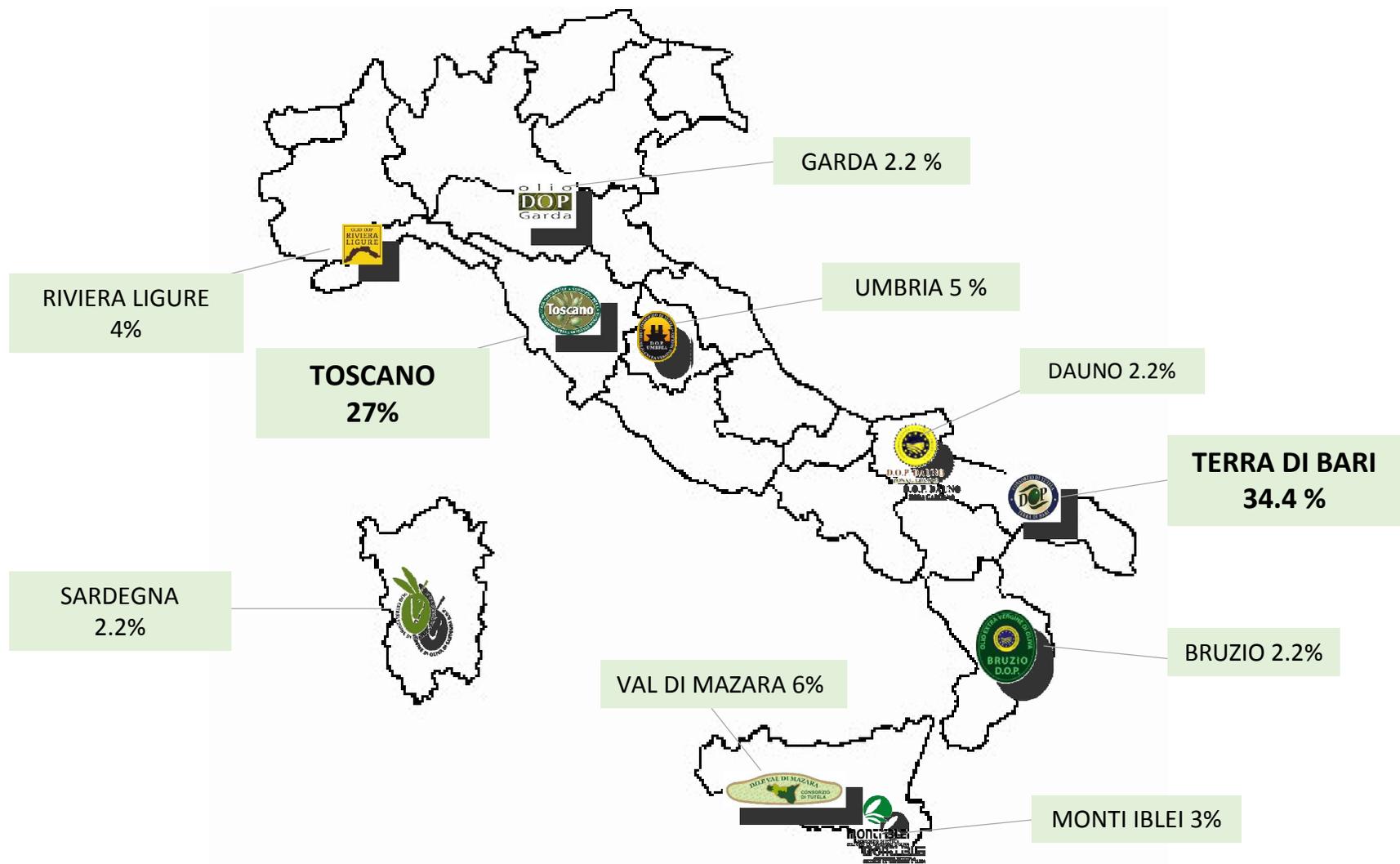
*Les données de production d'huiles d'olive Bio
 proviennent des estimations Opened Mind*

A photograph of an olive branch with several green olives, set against a clear blue sky. The branch is in the foreground, and the olives are in various stages of ripening. The leaves are elongated and have a silvery-green hue. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text.

**5) FOCUS SUR LES HUILES D'OLIVE AVEC
APPELLATION**
(Italie et Espagne)

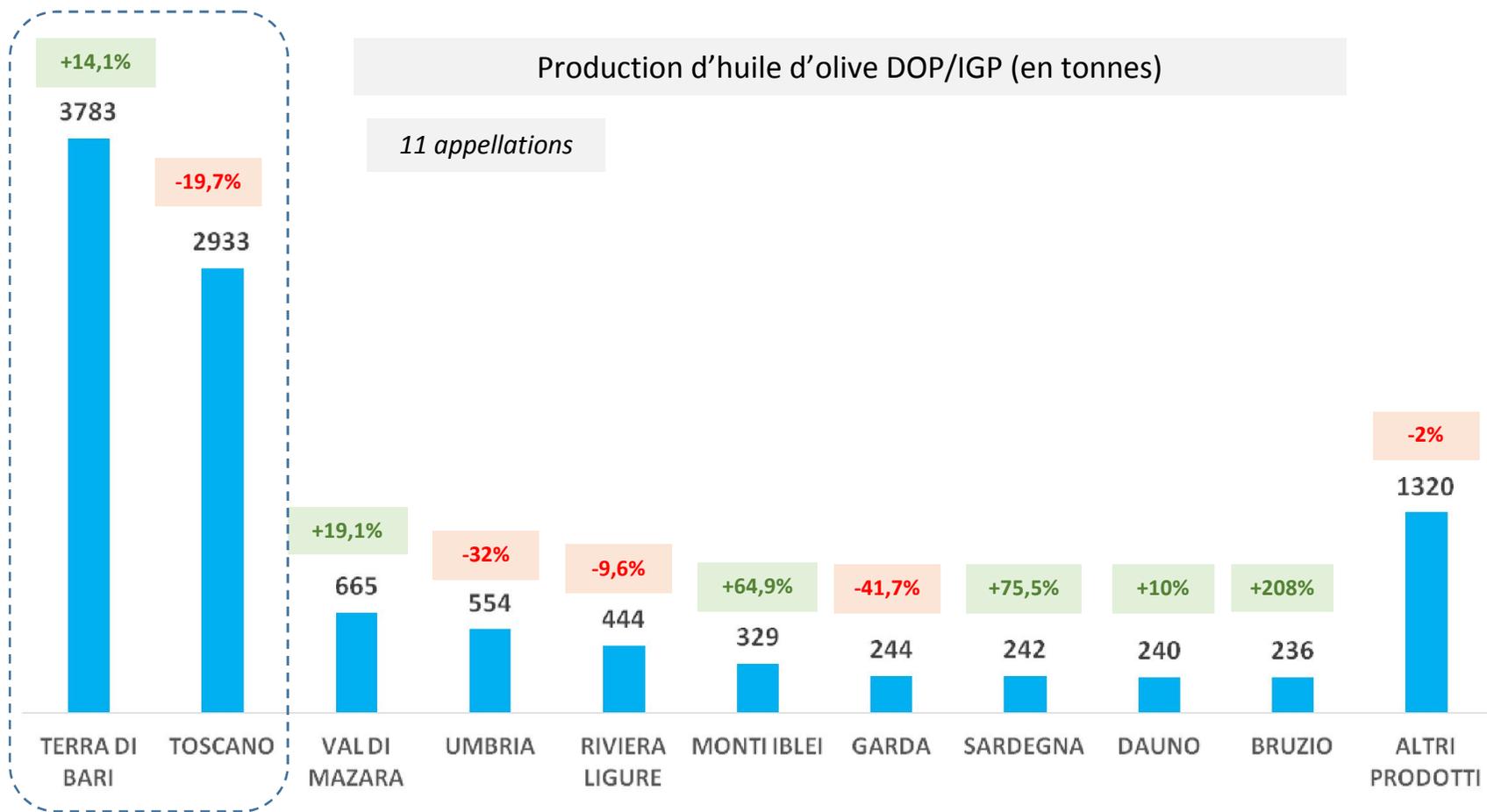
POIDS DES PRINCIPALES APPELLATIONS IPG-DOP ITALIENNES

| Surface de cultures d'olives DOP- IGP (2012) | Production d'HO DOP- IGP (2012) | % de la production totale d'huile d'olive d'IGP -DOP |
|--|---------------------------------|--|
| 106.152 HA | 10.989 Tonnes | 2,28 % |



TERRA DI BARI ET TOSCANO : LES 2 APPELLATIONS LES PLUS REPRÉSENTÉES

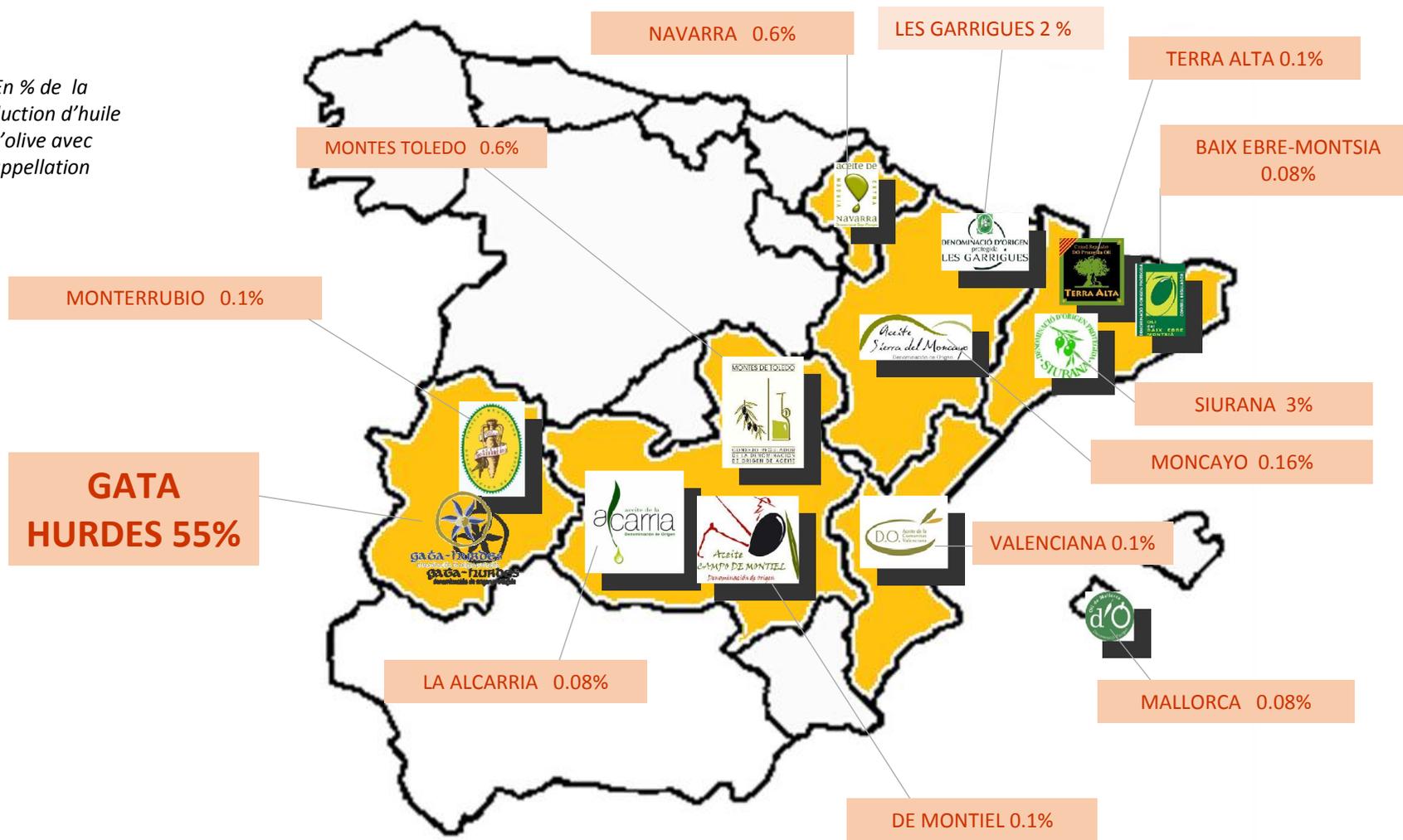
| Surface de cultures d'olives DOP- IGP (2012) | Production d'HO DOP- IGP (2012) | % de la production totale d'huile d'olive d'IGP -DOP |
|--|---------------------------------|--|
| 106.152 HA | 10.989 Tonnes | 2,28 % |



UNE FORTE PRODUCTION POUR L'APPELLATION GATA HURDES



En % de la production d'huile d'olive avec appellation

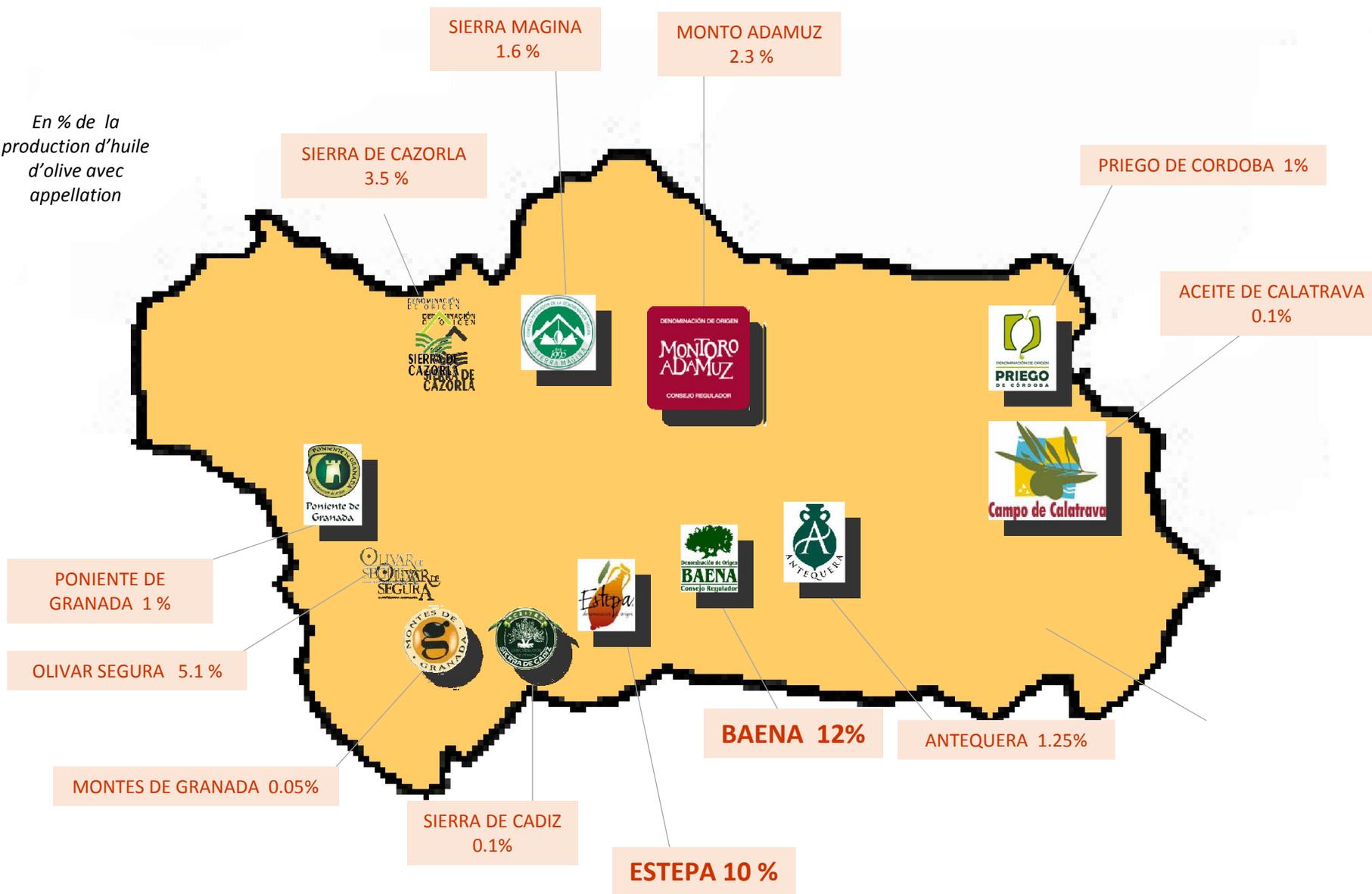


Sources : Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) e Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) de Productos agroalimentarios AÑO 2012 - 2013



UNE FORTE CONCENTRATION D'APPELLATIONS EN ANDALOUSIE

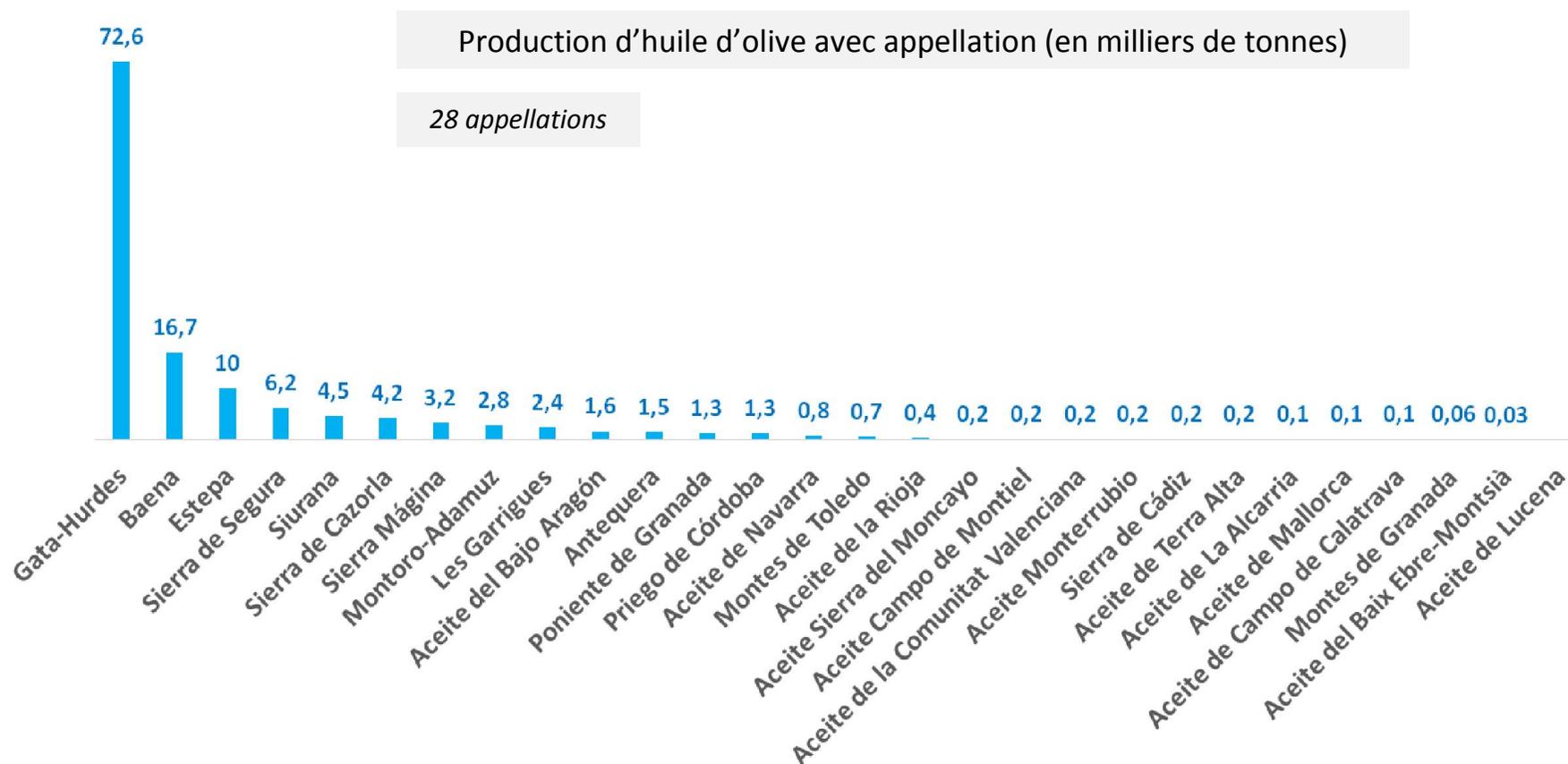
En % de la production d'huile d'olive avec appellation



L'APPELLATION « GATA-HURDES » EN TÊTE DEVANT LES AUTRES TERROIRS



| Surface de cultures d'olives avec appellation (2013) | Production d'olives avec appellation (2013) |
|--|---|
| 696.147 HA | 132. 981 Tonnes |

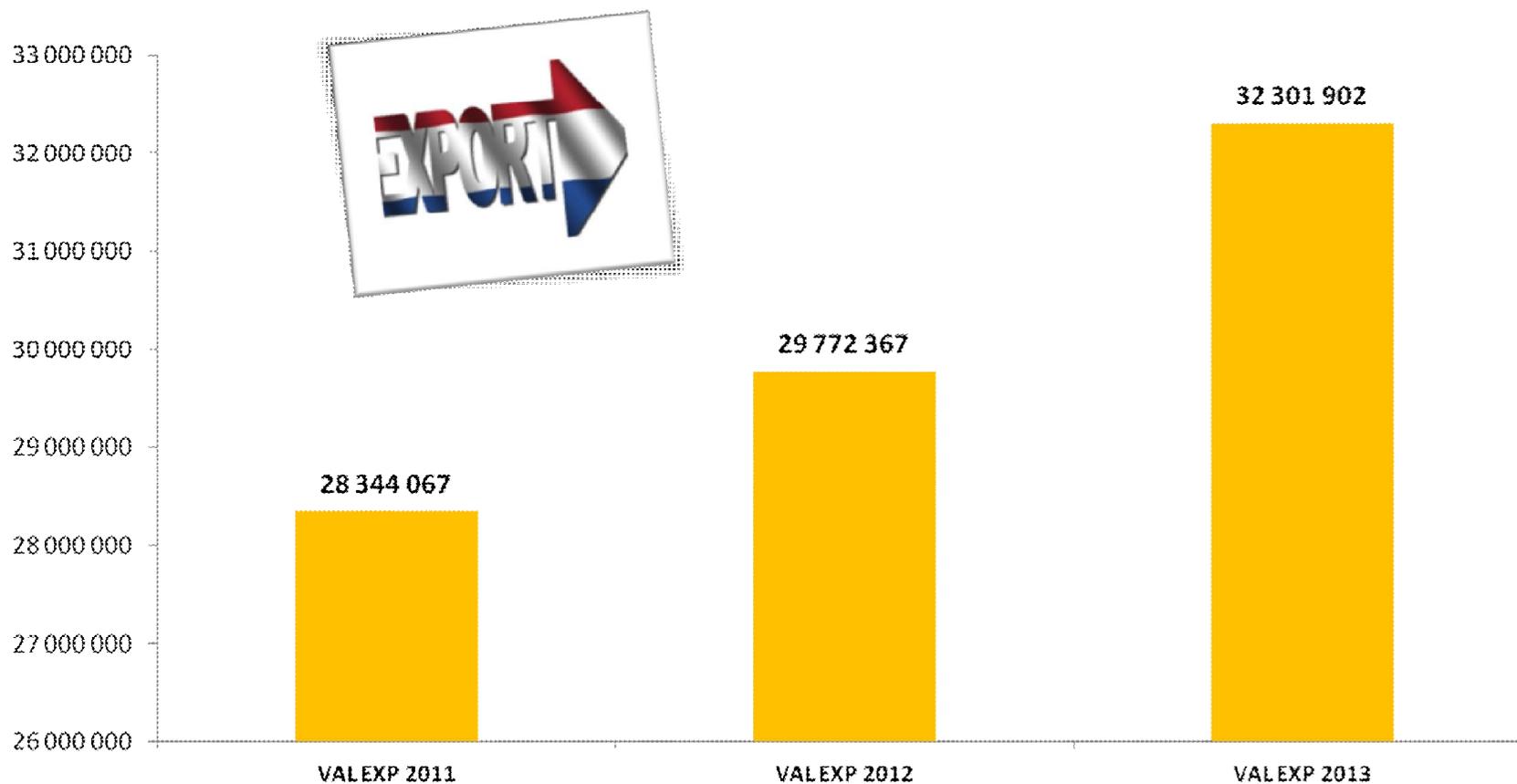


A photograph of an olive branch with several green olives, set against a clear blue sky. The branch is in the foreground, and the olives are in various stages of ripening. The leaves are elongated and have a silvery-green hue. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

**6) FOCUS SUR LES EXPORTATIONS D'HUILES D'OLIVE
FRANCAISES**

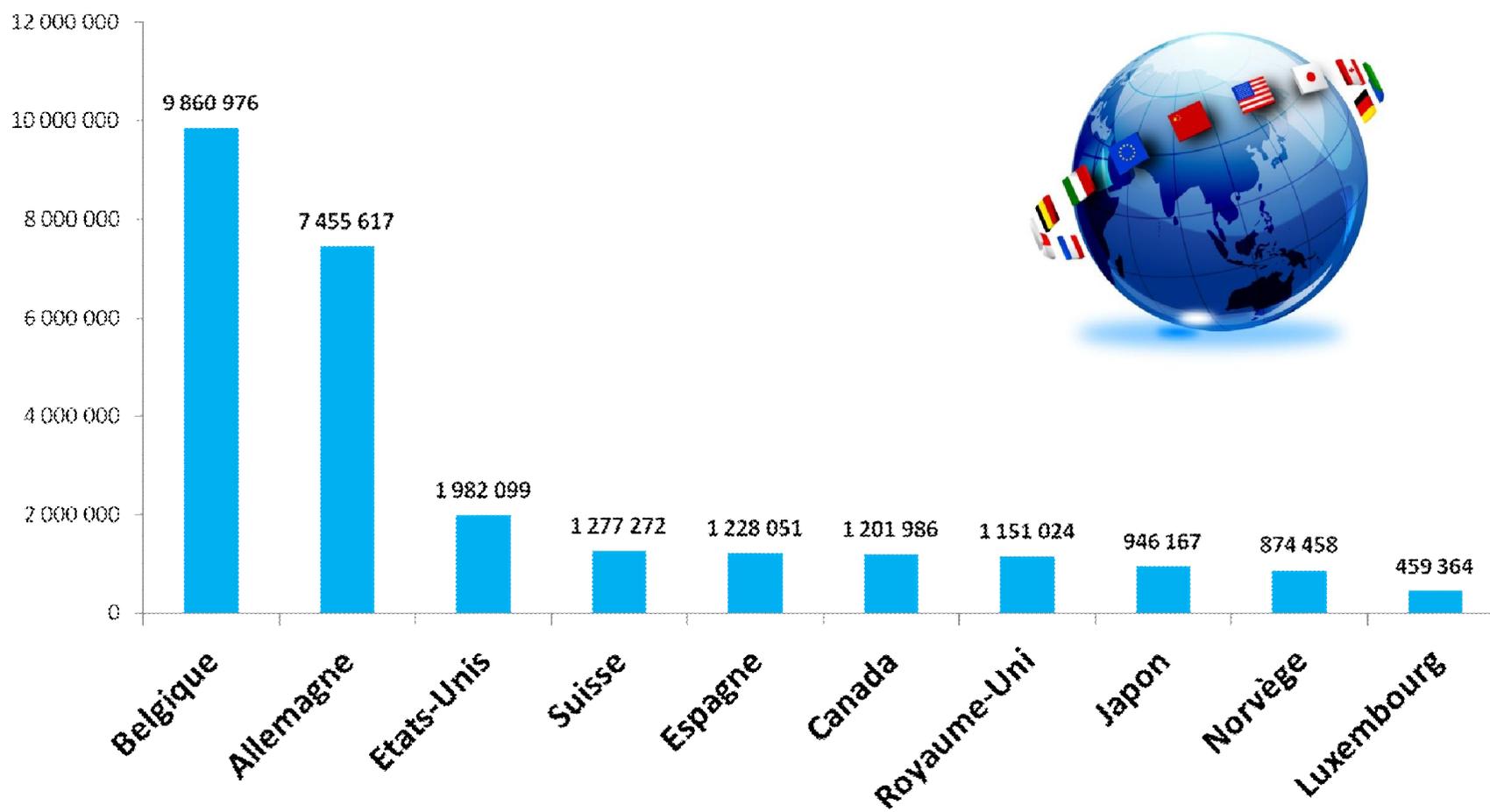
UNR CROISSANCE POSITIVE DES EXPORTATIONS VALEUR D'HUILES D'OLIVE FRANÇAISES

EXPORTATION DES HUILES D'OLIVE FRANÇAISES (en Euros)



LA BELGIQUE ET L'ALLEMAGNE SONT LES PAYS PRIVILÉGIÉS POUR LES EXPORTATIONS D'HUILES D'OLIVE FRANÇAISES

LE TOP 10 DES EXPORTATIONS FRANÇAISES D'HUILES D'OLIVE (en Euros)



SOMMAIRE



I) ETUDE DE MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR LES FILIÈRES OLÉICOLES EN EUROPE ET EN TUNISIE

(France, Italie, Espagne, Tunisie)

- 1) Structure des filières oléicoles (nombre d'exploitations, surfaces en hectares, répartition par régions)
- 2) Les bassins de production de l'olive bio
- 3) Production d'olives BIO par pays
- 4) Estimation de la production d'huile d'olive BIO par pays
- 5) Focus sur les huiles d'olive avec appellation (Italie et Espagne)
- 6) Focus sur les exportations d'huiles d'olive françaises

II) VAGUE D'ENTRETIENS QUALITATIFS D'EXPERTS DE LA FILIÈRE

- 1) Méthodologie et Identification des profils
- 2) Résultats de l'étude qualitative
- 4) Conclusions et tendances qualitatives



PARTIE 2

VAGUE D'ENTRETIENS QUALITATIFS D'EXPERTS DE LA FILIÈRE



A photograph of an olive branch with several green olives against a clear blue sky. The branch is in the foreground, and the olives are in various stages of ripening. The leaves are elongated and have a silvery-green color. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text "1) METHODOLOGIE ET IDENTIFICATION DES PROFILS".

1) METHODOLOGIE ET IDENTIFICATION DES PROFILS

MÉTHODOLOGIE

Pour répondre de façon optimale à ces objectifs, nous avons effectué **10 entretiens individuels par téléphone d'au moins 30 minutes avec des producteurs et des experts.**

2 EXPERTS OLÉOLOGUES

- Fabienne Roux
- Erik Carteau

3 PRODUCTEURS D'HUILE D'OLIVE BIO

- JR De Fleurieu, Moulin des ombres
- JB Hugues, Moulin Castelas
- F. Pinatel, GAEC Salvator

1 GROSSISTE

- Société Emile Noël

2 PRODUCTEURS D'HUILE D'OLIVE « LUXE »

- Monsieur Reboul, Château d'Estoublon
- Pierre Vialla , domaine de l'Oulivie

2 EXPERTS MARKETING (entrepreneurs dans le domaine de l'huile d'olive)

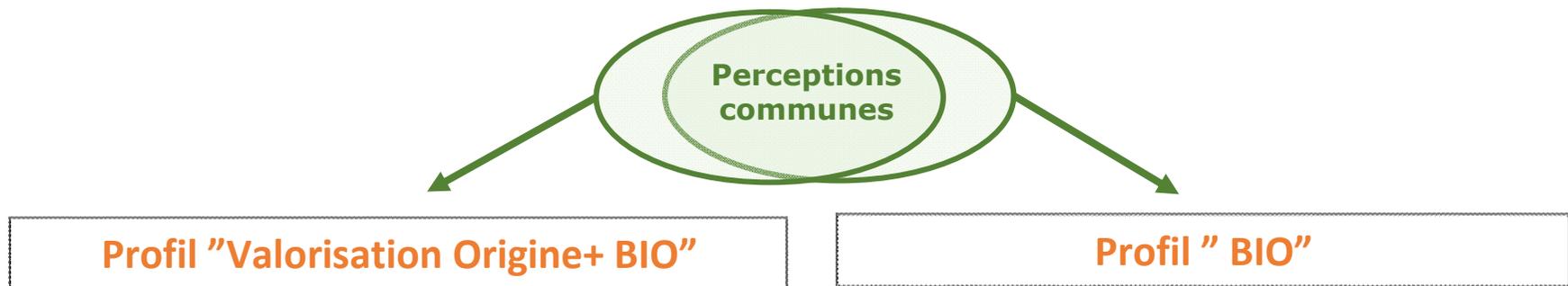
- Olivier Baussan
- Jérôme Blanvillain

Les entretiens individuels permettent d'avoir un **avis personnalisé** et **d'éviter les effets de groupe.**

IDENTIFICATION DES PROFILS (1/2)

1. Profils des producteurs en fonction de la valorisation de leurs huiles BIO

- Les producteurs s'accordent à dire que le choix d'une production BIO est avant tout une démarche personnelle.
- Les différences qui se manifestent concernent surtout la manière dont les producteurs utilisent le label BIO pour valoriser leurs HOMF. Certains valorisent à la fois leur domaine en plus du label BIO quand d'autres valorisent leur produits uniquement via le label BIO.
- Toutefois tous les profils partagent la même perception des HOMF BIO et de son potentiel commercial.



IDENTIFICATION DES PROFILS (2/2)

2. Tendances des producteurs en fonction de la valorisation de leurs huiles

Profil "Valorisation Origine + BIO"

- Origine associée à leurs produits BIO
- Des opportunités commerciales (GMS, Export , Epicerie fine ...)

Profil "Valorisation BIO"

- Une revente de production très locale
- Concurrence difficile avec les huiles d'olive BIO étrangères

- L'exploitation d'un domaine BIO émane d'une **démarche personnelle du producteur**
- Il n'y a **pas de différences organoleptiques perçues** entre une huile d'olive BIO et une huile d'olive conventionnelle
- Le BIO est considéré comme **un attribut produit supplémentaire**

A photograph of an olive branch with several green olives against a clear blue sky. The branch is the central focus, with leaves and olives extending towards the top and bottom corners. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text.

2) RESULTATS DE L'ETUDE QUALITATIVE

POURQUOI UNE PRODUCTION BIO ?



Démarche agricole

« Mon domaine est en bio, c'est affiché sur le domaine ça suffit largement. Je n'ai pas envie en apposant le logo AB sur mes emballages de donner de l'argent à des contrôleurs. »
Producteur Luxe

Conviction personnelle et environnementale

« Moi je fais du bio et ça me ravit en tant qu'agriculteur, c'est un plaisir, un respect, être respectueux de sa terre, de ses arbres »
Expert Marketing

Philosophie de production traditionnelle

« C'est plutôt une philosophie générale d'arriver à épandre moins de produits chimiques sur la terre. »
Producteur BIO

Pourquoi une production bio ?

Le bio ressort davantage **d'une conviction personnelle et environnementale** de la part des producteurs. C'est une **philosophie de vie**, du respect de la terre et des produits. Le bio ne correspond pas à un choix commercial, il correspond avant tout à une **démarche agricole (objectifs de moyens)**.

LE BIO, EST-CE UNE VALEUR AJOUTÉE ?

→ Le Bio n'est pas une valeur ajoutée PRODUIT

« En termes de goût pour moi il n y a aucune différence »
Expert oléologue

« Même si on respecte les doses, les délais d'utilisation, tout ça, quand on présente des échantillons dans des laboratoires, ils sont incapables de nous dire quel est l'échantillon BIO et quel est l'échantillon non-BIO » Producteur BIO

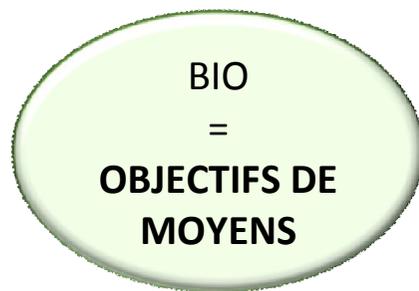
« Je ne suis pas convaincu que le label soit vraiment représentatif d'un produit qui soit meilleur » Producteur BIO

→ Le Bio n'est pas une valeur ajoutée ORIGINE

« Par rapport à une AOP, elle n'a vraiment rien à mettre en valeur » Producteur BIO

« Le bio ne peut pas suffire à être axé sur une identité provençale. » Expert marketing

« Comment vous faites pour faire la différence ? Une huile tunisienne bio et une huile Française bio. Pour le bio il faut partir de l'origine. » Producteur BIO



Le bio est un attribut produit « PLUS »

« L'huile fait dire qu'elle est bio exactement comme la voiture allemande, on sait qu'à la base ce sont d'excellentes voitures, donc on rajoute un attribut qui est le bio comme eux ils rajouteraient comme option, la sécurité, l'intérieur cuir. Mais si on part du bio en disant que c'est le bio que l'on va vendre, c'est balaise. » Producteur BIO

Il n'y a **pas de différences organoleptiques perçues** entre une huile d'olive conventionnelle et une huile d'olive BIO. Le Bio se valorise uniquement lors du mode de culture qui assure un **respect de l'environnement** (objectifs de moyens).

OÙ EST VENDUE L'HOMF BIO EN FRANCE ?

VENTE EN VRAC A DES REVENDEURS

« On vend aux marques qui reconditionnent » Producteur BIO

« A l'olivier, Première pression de Provence » Producteur BIO

« Les établissements Emile Noël » Producteur BIO

« Après on a des partenaires Bioplanète et Emile Noël qui sont embouteilleurs et ils mettent les étiquettes pour la partie vrac »
Producteur BIO

« Le TOF remet en bouteille et revend auprès des grandes distributions » Producteur BIO

« Le meilleur circuit de diffusion des HOMF c'est aussi le partenariat avec des sociétés clientes qui achètent bien – vente équitable – et qui valorisent les Huiles AOC et les huiles de France, comme la société A l'Olivier ou Première pression de Provence » Expert Marketing



VENTE DIRECTE



« oui on a une petite boutique et aussi un site internet » Producteur BIO

« Il faut se centrer sur le terroir et le meilleur circuit de diffusion des HOMF, c'est la vente directe, au domaine, autour du domaine, sur un beau site internet marchand » Expert Marketing

EPICERIE LOCALE



« Nous ça reste très local, c'est des petites épiceries bio par ci par là » Producteur BIO



GMS exceptionnellement et associé à un domaine

« on est présent dans tous les monoprix » Producteur BIO

L'HOMF Bio est surtout revendue dans des circuits sélectifs et intermédiaires. Elle donne peu accès à un marché de masse.

QUELLES SONT LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES POUR L'HOMF BIO ?

ALLEMAGNE



- **L'Allemagne est un pays très porté sur le BIO**
- **Le prix du Bio français est trop élevé**

« Les Allemands ça fonctionne très bien. Le consommateur Allemand est une bonne cible pour l'huile d'olive » Producteur BIO

« Allemagne, car ils ont confiance dans les produits Français et ils savent que l'on est rigoureux comme eux » Producteur BIO

« Ils achètent beaucoup beaucoup de bio mais qu'ils achètent au prix du non-bio » Producteur BIO

« Mais c'est compliqué car il y a une certaine concurrence, ils se tirent un peu dessus. » Producteur BIO

« Le marché allemand est dur à pénétrer. On n'y est pas » Grossiste



PAYS A FORT POUVOIR D'ACHAT

« Nous on fonctionne déjà très bien avec le Japon » Producteur BIO

« On va plus vers l'Amérique du nord, les pays scandinaves. » Grossiste

« On exporte en Suède, au Japon, aux États-Unis et en Suisse » Producteur BIO

« J'aurais tendance pour les HOMF à recommander les pays d'Europe du Nord, Anglo-Saxons et d'Asie, Benelux, Allemagne, Scandinavie, États-Unis et Japon » Expert Marketing



LE TOURISME

« Elle se vend très bien et c'est dû au fait du marché provençal, des touristes » Grossiste

« Il y a quelque chose à faire avec le tourisme, c'est non négligeable. » Producteur BIO

ETAT DES LIEUX DE L'HOMF BIO



AVANTAGES

▪ **Le Bio, une tendance de consommation porteuse**

« On a des études marketing qui prouvent que les gens aiment le bio »
Expert oléologue

▪ **Un gage de santé, de naturalité**

« Bon après ça rassure les gens, d'une façon honnête on arrive à faire ça sans chimie, donc c'est ça l'histoire du bio. » Producteur Luxe

▪ **Une production d'un artisan**

« En France on va être beaucoup plus axé, comme ce sont des petites exploitations, à faire des choses qui soient toujours de meilleure qualité, qui ne soient pas de l'industriel » Expert oléologue

« Derrière une huile d'olive il y a un homme et une passion » Expert oléologue

▪ **Des producteurs partenaires**

« Tous ceux qui produisent de l'huile d'olive de qualité des domaines ne sont même pas des concurrents mais plutôt des partenaires pour arriver à faire augmenter la consommation de l'huile d'olive française en France »
Producteur BIO

▪ **Un « Plus » associé à un révélateur de terroir**

« Le bio s'inscrit donc dans l'idée de révélateur de terroir. » Producteur Luxe

INCONVENIENTS

▪ **Volumes de production faibles**

« La problématique est vraiment à ce stade là aujourd'hui, on en est à un stade où il n'y a pas d'olive. » Expert oléologue

▪ **Des prix trop élevés pour le marché**

« Elle est trop chère. Niveau rapport qualité/prix c'est très loin du compte » Grossiste

▪ **Pas de valeur ajoutée organoleptique**

« En termes de goût pour moi il n'y a aucune différence » Expert oléologue

« dans le bio il n'y a que la culture qui est vérifiée et sur l'huile en elle-même il n'y a aucun intérêt » Producteur BIO

▪ **Un accès limité à la grande consommation**

« On a pas le prix et c'est juste pas possible de faire des accords avec Carrefour, Auchan et compagnie. » Producteur Luxe

▪ **Le Bio, un attribut produit supplémentaire**

« Dans le contexte actuel le bio est donc un plus. Mais bon le bio pour le bio c'est impossible. » Producteur BIO

LES AOC, UNE MEILLEURE VALEUR AJOUTÉE QUE LE LABEL BIO ?



Révéléateur de terroir/origine

« Aujourd'hui le consommateur a envie d'acheter Français, il aimerait bien acheter une huile d'olive Française » Expert oléologue

« Nous on est plus sur la mise en avant des variétés Françaises que sur la marque bio » Producteur BIO

« La grande idée de base c'est comment on est capable de créer des produits qui ont le goût de la terre dont ils sont issus » Producteur Luxe



Un gage de qualité / savoir-faire

« Ce n'est pas forcément le bio le plus intéressant mais le savoir-faire » Producteur BIO

« Dans l'huile bio il n'y a aucune notion de qualité, là les AOP ont des critères de qualité, il n'y a aucune notion de dégustation dans le bio » Producteur BIO

Valeur ajoutée des AOP

Un symbole de différenciation

« C'est l'appellation qui fait la différence » Expert Marketing

« Nous on est plus sur la mise en avant des variétés Françaises que sur la marque bio » Producteur BIO

Les AOC / AOP sont un **gage d'authenticité**, de **qualité**, de **garantie**. Elles témoignent du **savoir-faire du producteur** et de **l'origine du terroir (objectifs de résultats)**.

A photograph of an olive branch with several green olives against a clear blue sky. The branch is the central focus, with leaves and olives extending towards the corners. A dark green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text.

3) CONCLUSIONS ET TENDANCES QUALITATIVES

CONCLUSION DES ENTRETIENS

« Le bio est porteur mais il faut l'adapter » Producteur Bio

« On a intérêt à valoriser son terroir et à faire du bio. » Expert marketing

« Donc pour les oléiculteurs Français ils ont intérêt à avoir la double estampille AOP/bio tant qu'à faire ». Expert oléologue

- 1) Le **BIO** est une **conviction personnelle** des producteurs, ce n'est pas un choix commercial
- 2) Le **BIO n'amène pas de valeur ajoutée perçue Produit ou Origine.**
- 3) Le BIO ne permet qu'un **accès limité à un marché de grande consommation**
 - Le BIO français est trop cher
 - La concurrence étrangère est forte
- 4) Le BIO amène des **débouchés sélectives, indirectes et locales**
- 5) **L'origine d'une huile d'olive via l'AOC** est un vrai critère de **différenciation**

SOMMAIRE



I) ETUDE DE MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR LES FILIÈRES OLÉICOLES EN EUROPE ET EN TUNISIE

(France, Italie, Espagne, Tunisie)

- 1) Structure des filières oléicoles (nombre d'exploitations, surfaces en hectares, répartition par régions)
- 2) Les bassins de production de l'olive bio
- 3) Production d'olives BIO par pays
- 4) Estimation de la production d'huile d'olive BIO par pays
- 5) Focus sur les huiles d'olive avec appellation (Italie et Espagne)
- 6) Focus sur les exportations d'huiles d'olive françaises

II) VAGUE D'ENTRETIENS QUALITATIFS D'EXPERTS DE LA FILIÈRE

- 1) Méthodologie et Identification des profils
- 2) Résultats de l'étude qualitative
- 4) Conclusions et tendances qualitatives

III) IDENTIFICATION DES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

(France, Allemagne, Angleterre)

1. FRANCE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

2. ALLEMAGNE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

3. ANGLETERRE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)





PARTIE 3

IDENTIFICATION DES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN *(France, Allemagne, Royaume-Uni)*



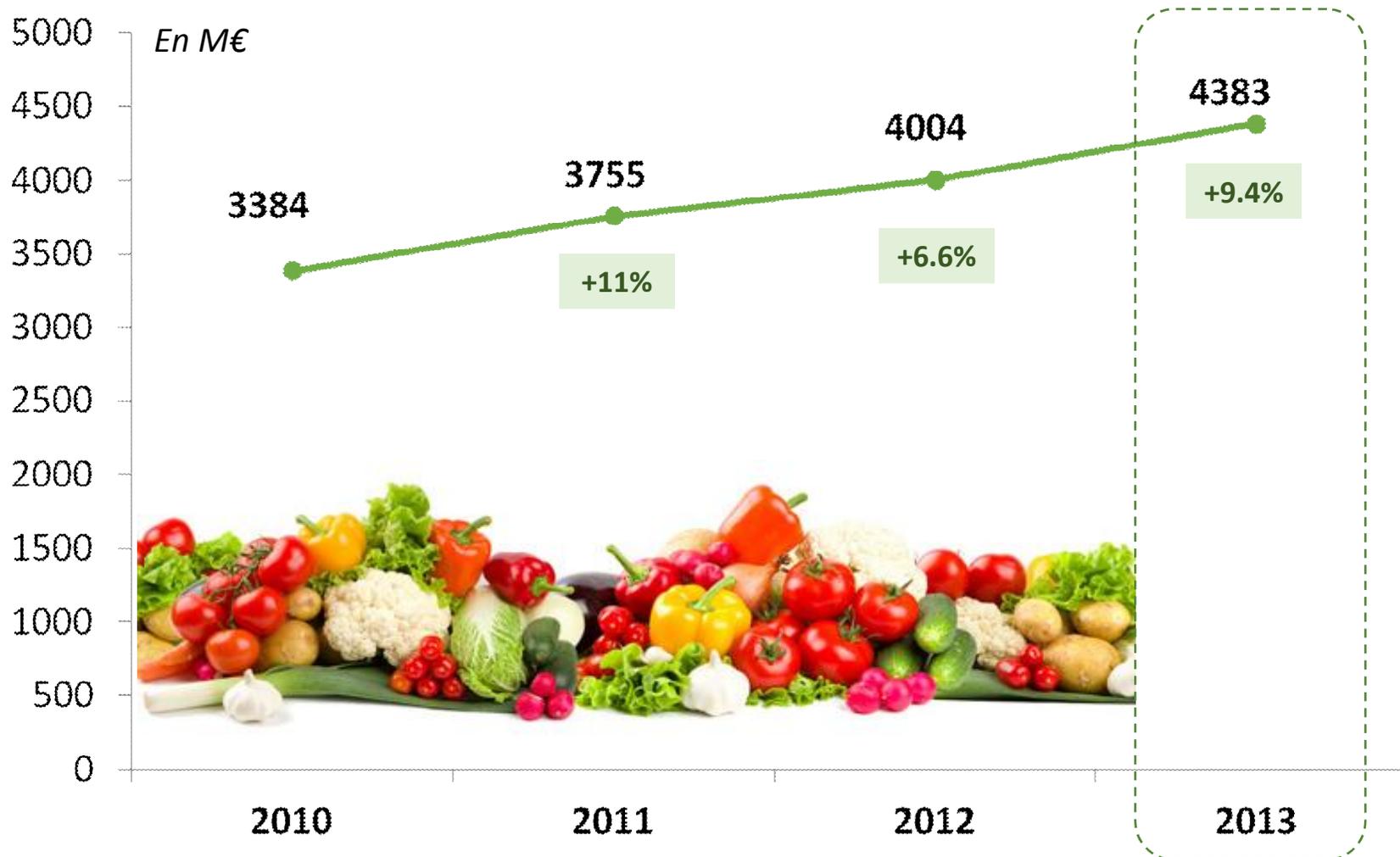
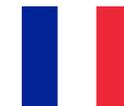


1) FRANCE



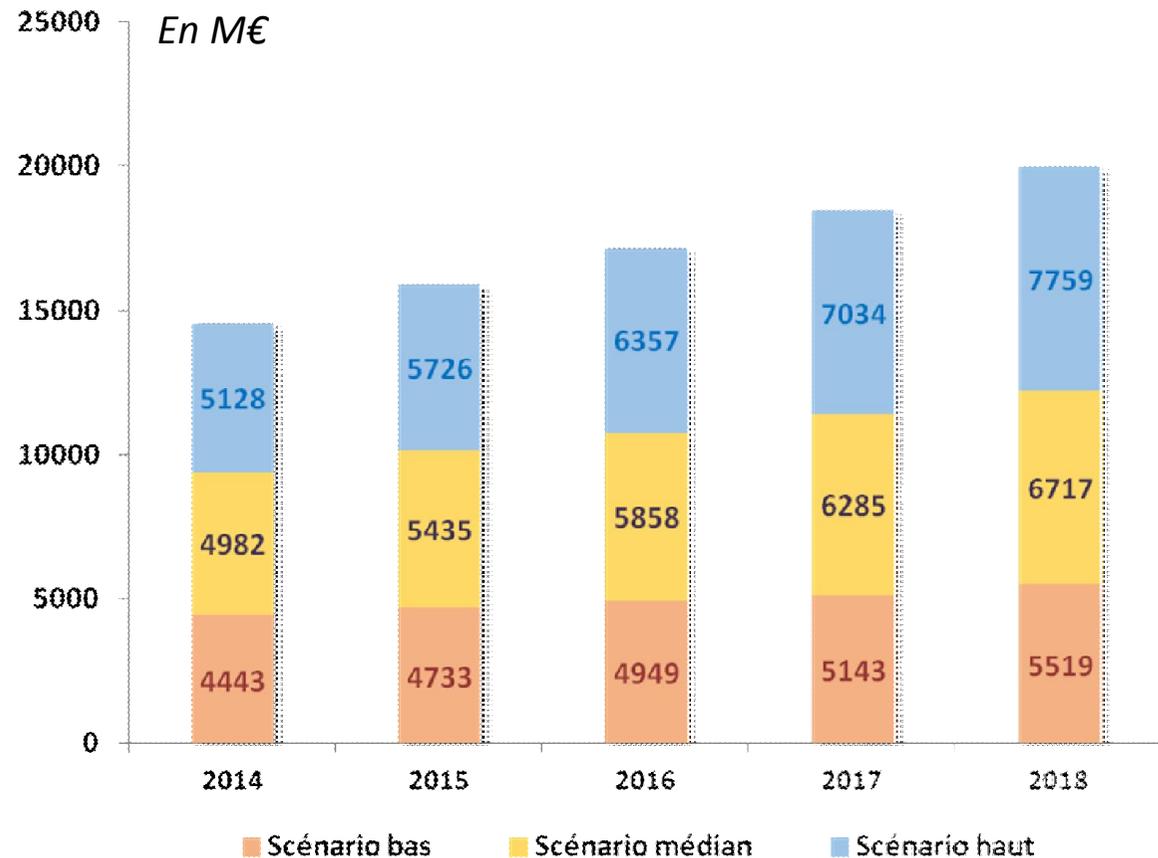
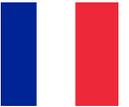
a) LE MARCHÉ DU BIO ALIMENTAIRE

LE BIO ALIMENTAIRE FRANÇAIS: UN MARCHÉ EN CROISSANCE



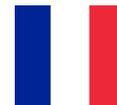
L'ALIMENTATION BIO PÈSERA 6,7 MILLIARDS D'EUROS EN 2018

(ESTIMATION PRECEPTA)

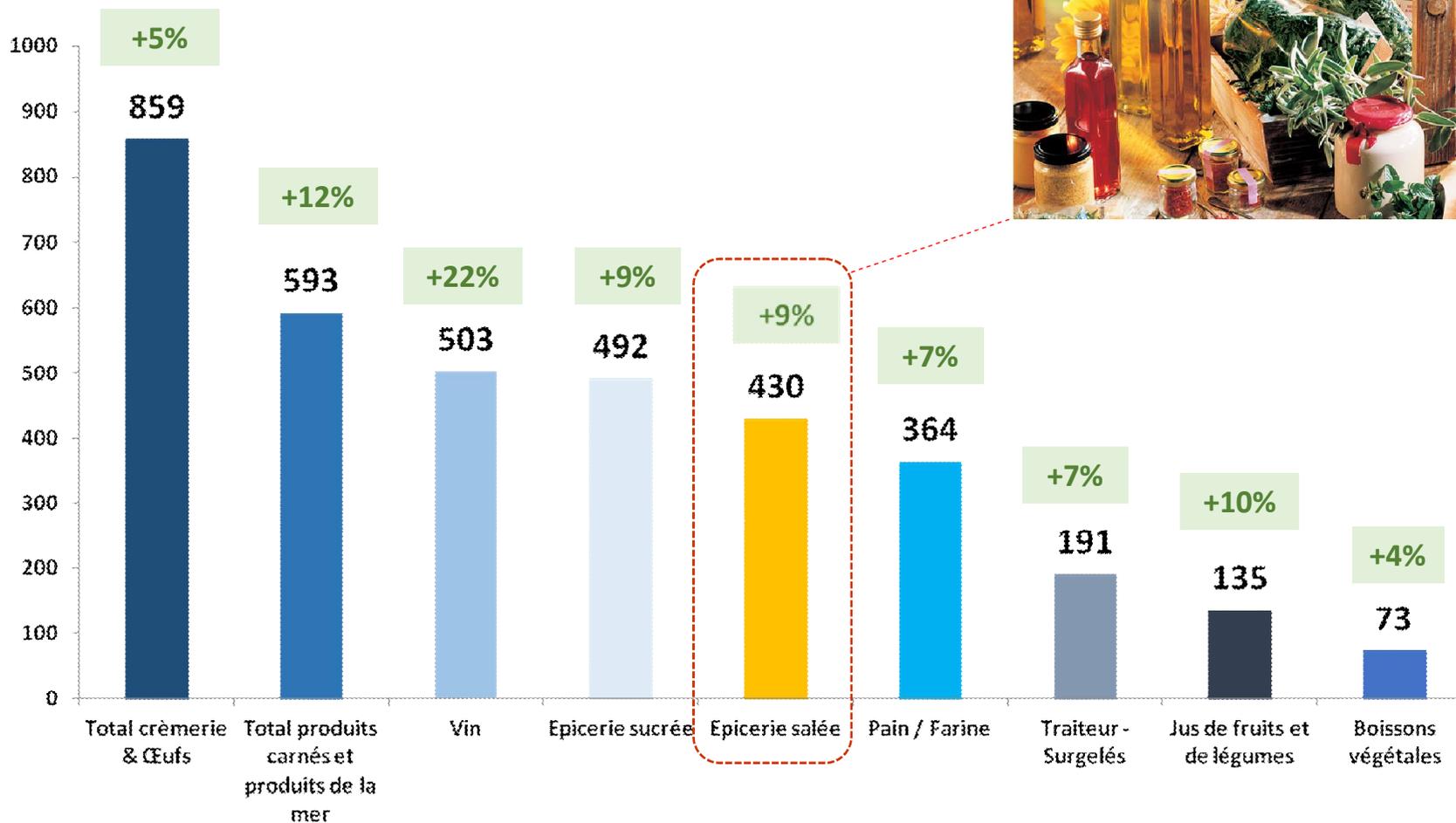


Sources : 2015, Precepta « La distribution des produits biologiques à l'horizon 2018. Proximité numérique et stratégies de marque : les nouveaux enjeux d'un marché prometteur. »

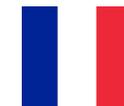
L'ÉPICERIE SALÉE CONNAÎT UNE CROISSANCE DE 9% EN 2013



Répartition du BIO alimentaire par segment (En M€)

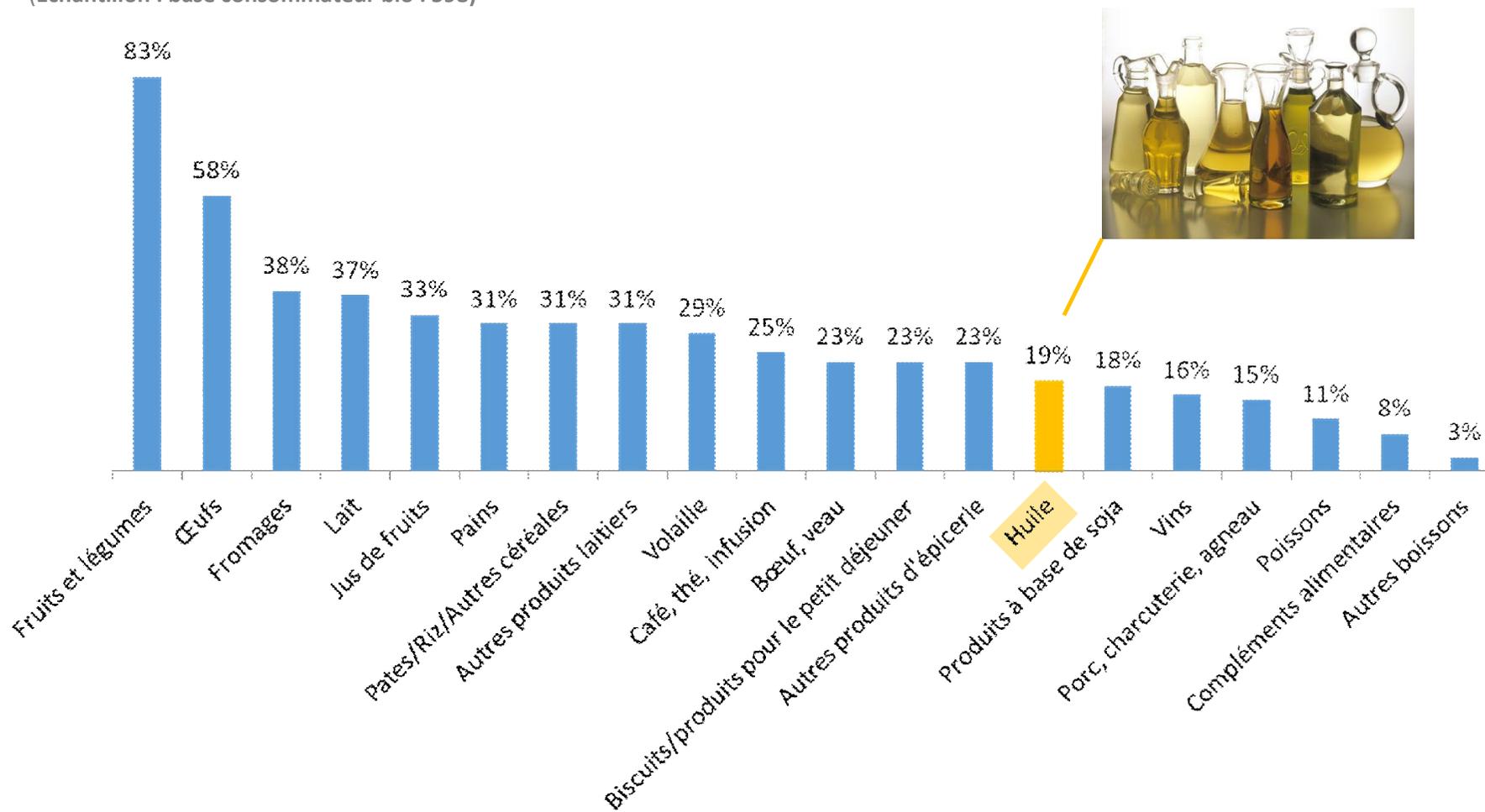


SEULEMENT 19% DES ACHETEURS BIO DÉCLARENT ACHETER DE L'HUILE BIO

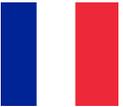


Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

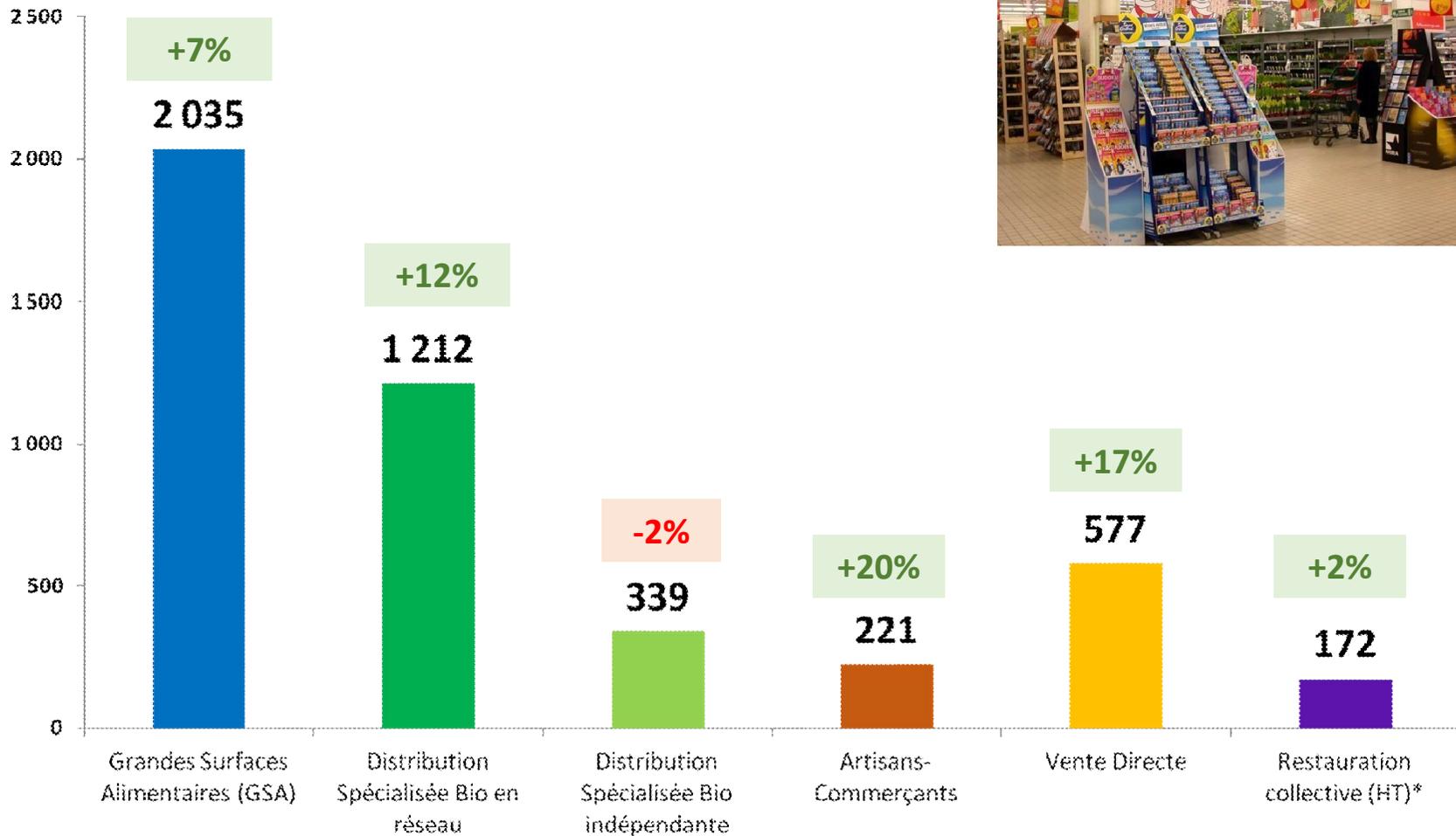
(Echantillon : base consommateur bio : 598)



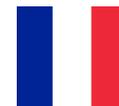
LA GMS EN TÊTE DES CANAUX DE DISTRIBUTION POUR LE BIO



Répartition du BIO alimentaire par canaux de distribution (En M€)



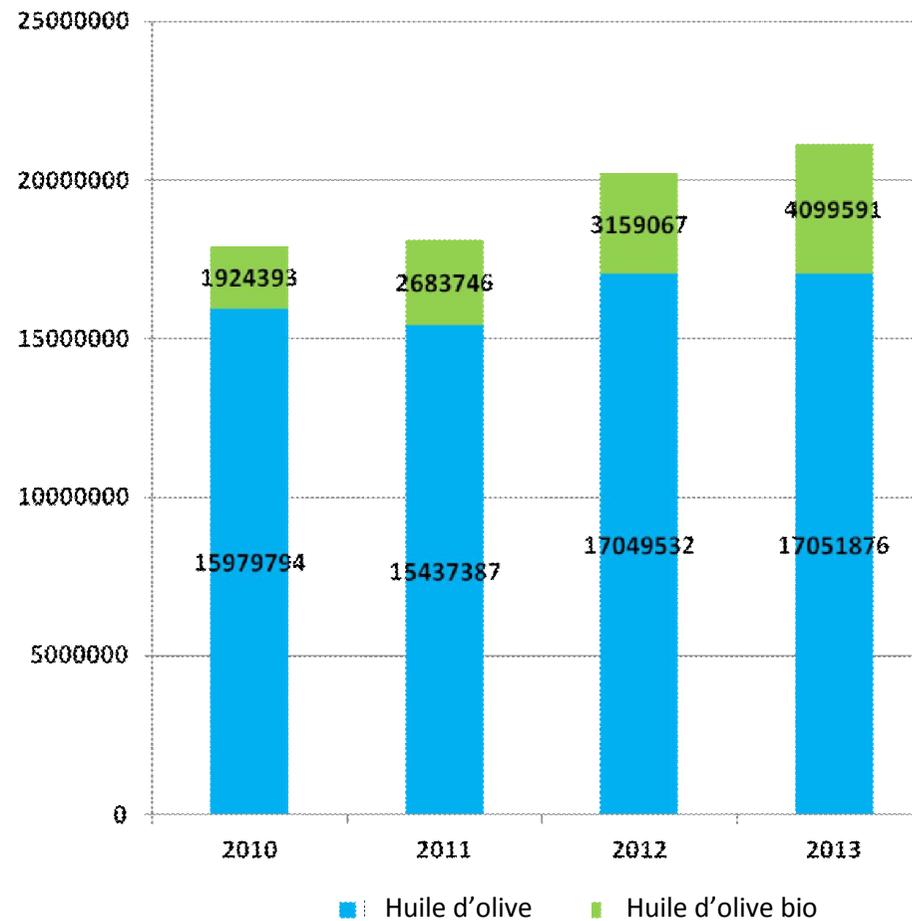
LE MARCHÉ DE L'HUILE D'OLIVE BIO EN FRANCE EN GMS + HARD DISCOUNT (2008 – 2013)



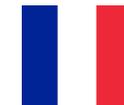
Part de marché de l'huile d'olive BIO



Evolution des ventes des huiles d'olive en grande distribution
(en 1.000)

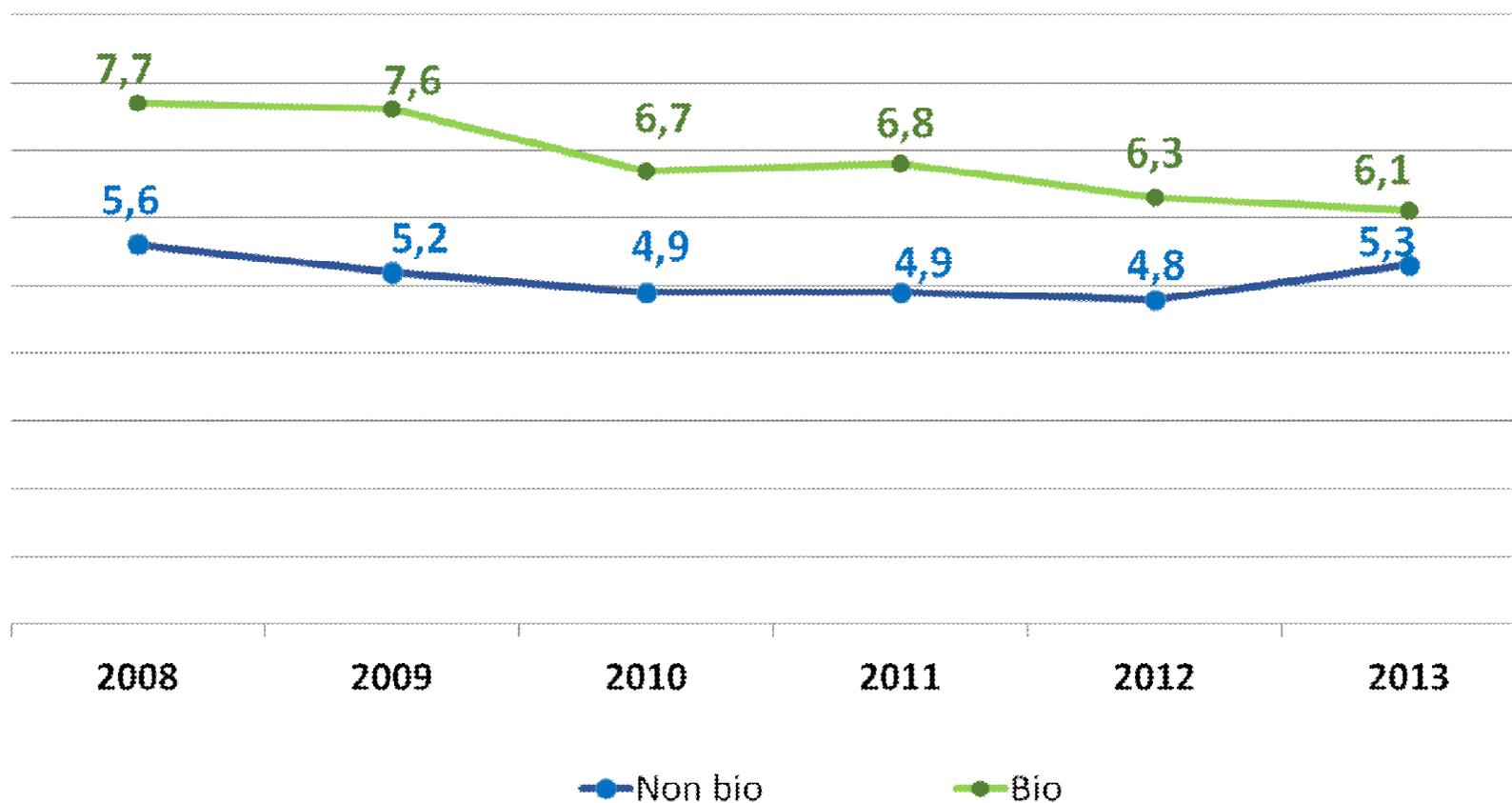


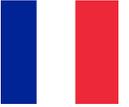
UNE CHUTE DU PRIX MOYEN AU LITRE DE L'HUILE D'OLIVE BIO



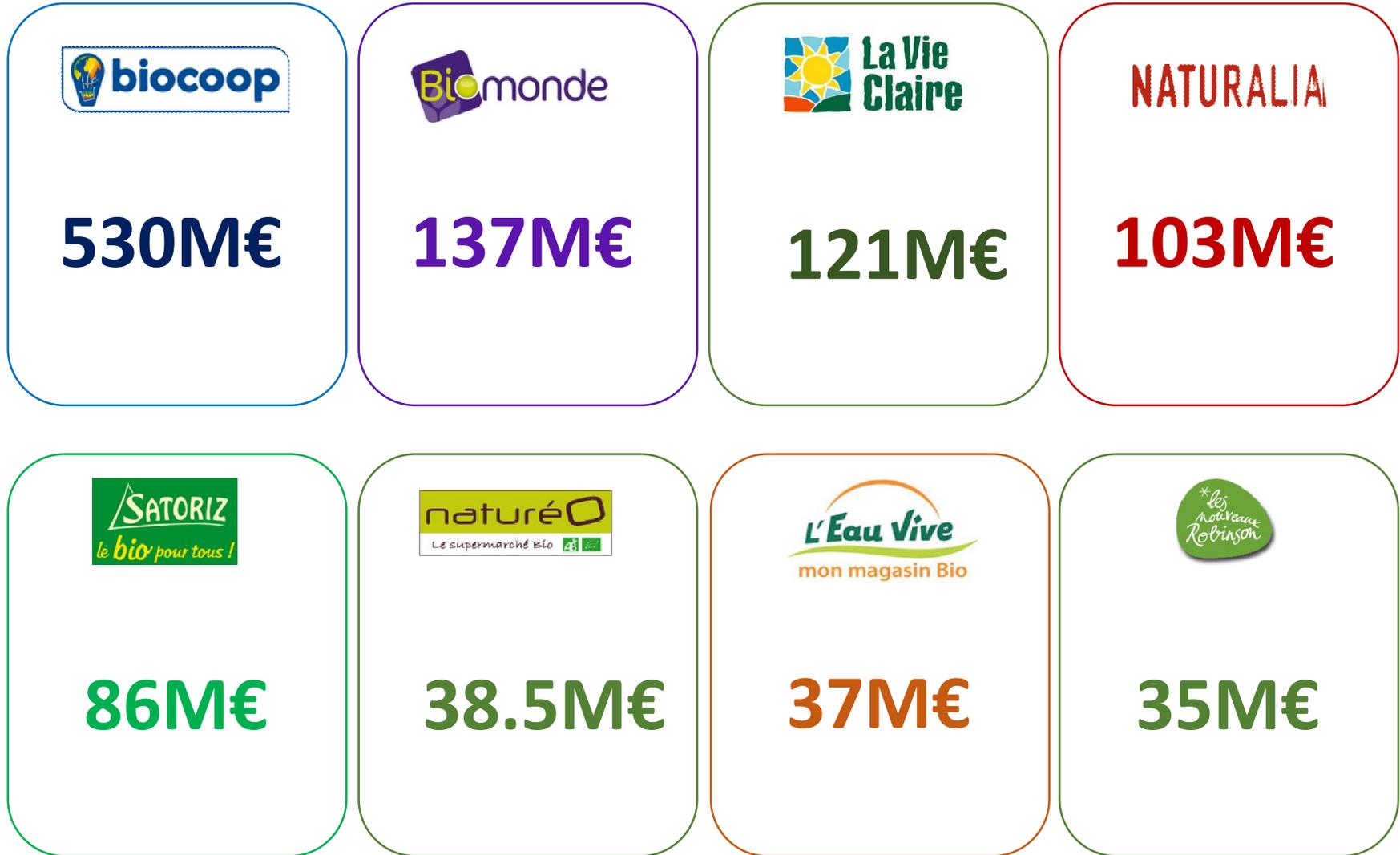
EVOLUTION DU PRIX MOYEN AU LITRE DE L'HUILE D'OLIVE BIO

(en €/litre, hypermarchés - supermarchés - hard discount)



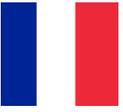


LES GRANDES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES BIO

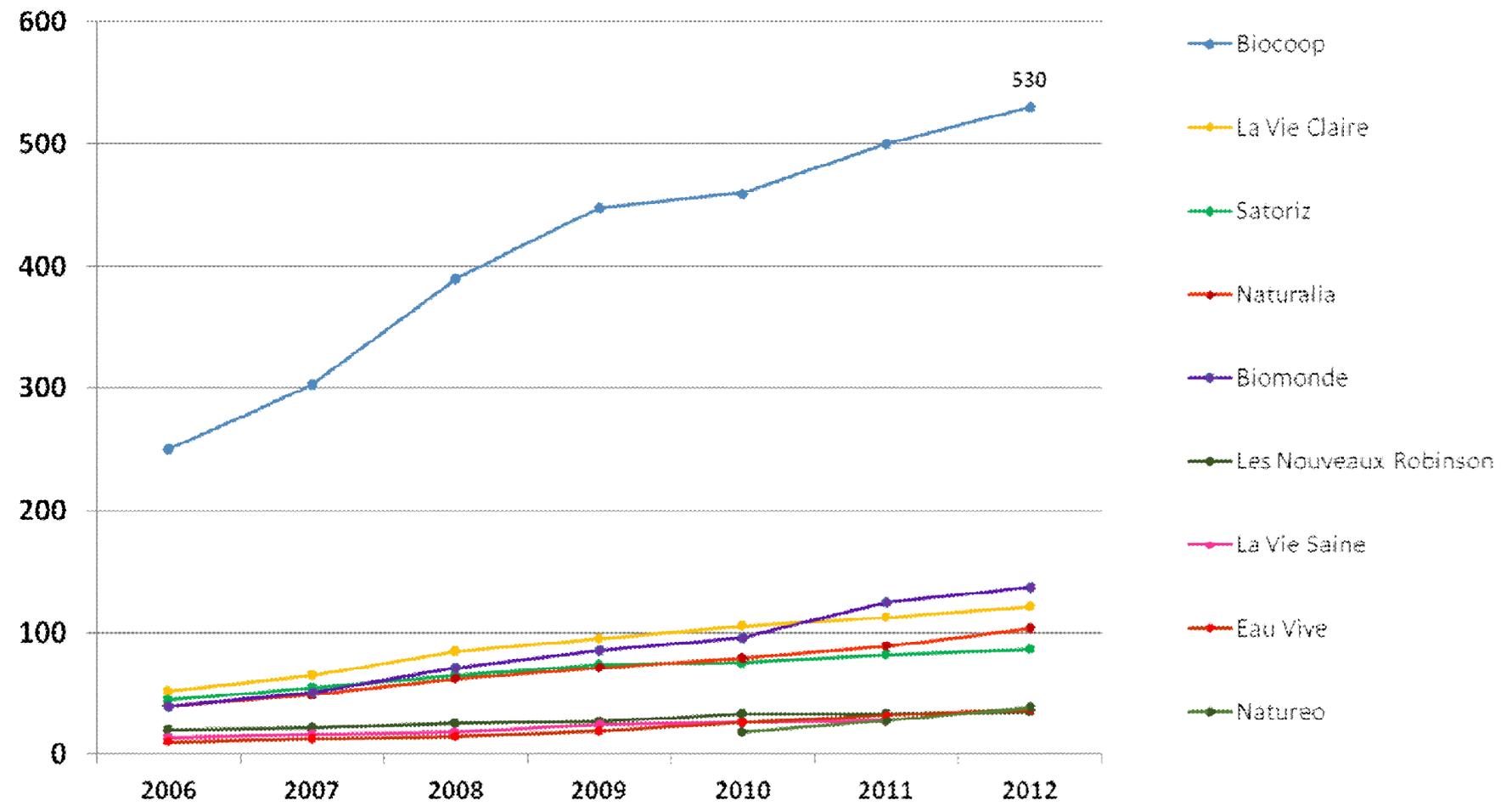


EVOLUTION DU C.A. DES GRANDES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES BIO

(2006-2012)

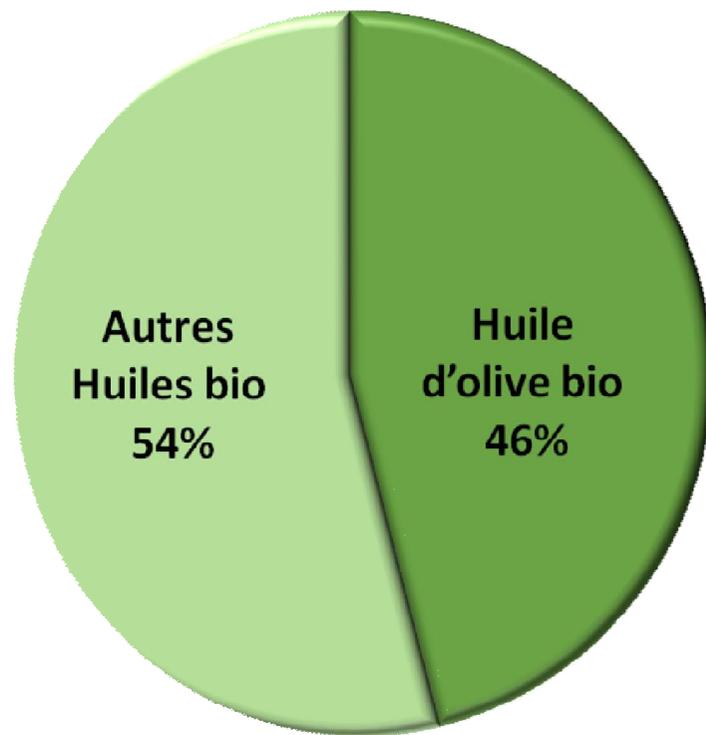
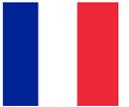


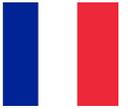
(en millier d'euros)



Sources : bio linéaires 2012 – CA déclaratif par enseigne

PDM VOLUME IMPORTANTE DES HUILES D'OLIVE BIO EN MAGASINS SPÉCIALISÉS (2010)





CARREFOUR SE MET AU BIO : CARREFOUR BIO



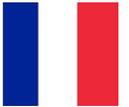
- Premier magasin, ouvert en 2014, dans le 12^{ème} arrondissement de Paris
- Deux magasins : Paris, Boulogne Billancourt



Gamme Huile d'olive Bio
HUILE OLIVE VIERGE EXTRA
Origine: Tunisie



AUCHAN ÉGALEMENT AVEC : CŒUR DE NATURE



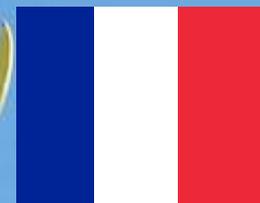
- Premier magasin spécialisé bio du groupe Auchan.
- Marques MDD et BIO
- Des produits éco-labélisés alimentaires et non alimentaires
- Un magasin : Brétigny-sur-Orge (Essonne)

Une cave à huiles avec : de l'huile d'olive, de colza et de tournesol à remplir soi-même à l'aide de contenants.

Plus de 120 autres huiles d'olive biologiques à :

- 2,48€ le contenant de 0,5L
- 4,55€ le contenant de 1L
- Un flacon pré-étiqueté en fonction du type d'huile et du volume



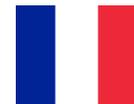


b) STORE CHECK

METHODOLOGIE DU CHOIX DES ENSEIGNES

- Nous avons visité un certain nombre d'enseignes par pays. Pour chaque store check **nous présenterons en détails les enseignes qui nous semblent présenter un potentiel commercial pour les HOMF BIO.**
- Notre sélection s'est effectuée sur les critères suivants :
 - ✓ Comment est structurée l'enseigne ?
 - ✓ Le positionnement du magasin est-il cohérent avec une gamme d'HOMF BIO ?
 - ✓ Existe-t-il de la place pour les HOMF BIO en termes de prix ?
 - ✓ Comment se présente les linéaires d'huiles d'olive BIO à l'intérieur des magasins ?
 - ✓ Quelle place est accordée aux huiles d'olive BIO ?
 - ✓ De quelles origines sont les huiles d'olive BIO déjà présentes ?
 - ✓ La clientèle serait-elle susceptible d'acheter des HOMF BIO ?

LES ENSEIGNES VISITÉES



SUPERMARCHÉS

(avec rayon produits bio)



GROSSISTE ALIMENTAIRE



MUSÉES NATIONAUX



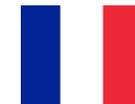
EPICERIE FINE



MAGASINS BIO



LES ENSEIGNES AVEC OPPORTUNITÉS



LES ENSEIGNES SPECIALISEES BIO DONT
BIOCOOP



350 magasins BIO



GROSSISTE *30 établissements*



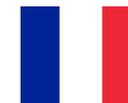
MUSÉES NATIONAUX



Une vingtaine d'établissements



BIOCOOP – Réseau de magasins Bio



350 magasins BIO



34 références huiles d'olive bio
7 références avec appellations
AOP/IGP

Biocoop propose des gammes d'huiles d'olive à des prix très variés avec plus d'une trentaine de références.

Quelques références d'Appellations d'Origine Contrôlées étrangères et françaises.

Les huiles d'olive en entrée de gamme



10,35 € - 1 L
10,35 € / Litre

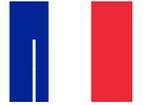


7,13 € - 0,75 L
9,5 € / Litre



7,6 € - 1 L
7,6 € / Litre

BIOCOOP – Réseau de magasins Bio



Les huiles d'olive en moyenne gamme



12,08 € - 0,75 L
16,11 € / Litre



12,12 € - 0,75 L
16,16 € / Litre



13,14 € - 0,75 L
17,52 € / Litre



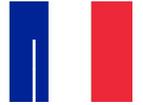
14,15 € - 1L
14,15 € / Litre



6,6 € - 0,5 L
13,2 € / Litre

BIOCOOP – Réseau de magasins Bio

BIOCOOP – Réseau de magasins Bio



Les huiles d'olive en moyenne gamme



16,84 € - 0,75 L
22,45 € / Litre



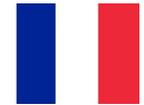
9,36 € - 0,75 L
12,48 € / Litre ??



7,75 € - 0,5 L
15,50€ / Litre ??



10,99 € - 0,5 L
21,98 € / Litre



Les huiles d'olive avec AOP/ IGP étrangères



12,12 € - 0,75 L
16,31 € / Litre



10,77 € – 0,75 L
14,36 € / Litre

Les huiles d'olive avec AOP/ IGP françaises



19,74 € - 0,5 l
39,48 € / Litre



16,27 € - 0,5 l
32,54 € / Litre



17,56 € - 0,5 l
35,11 € / Litre

CASH & CARRY METRO – Grossiste alimentaire

30 établissements



43 références d'huiles d'olive
2 références d'huiles d'olive
bio
9 références d'huiles d'olive
avec appellation (AOP, IGP)

Cash & Carry Metro est un grossiste alimentaire offrant un grande variété d'huiles d'olive. Peu de références d'huiles d'olive bio, mais plusieurs huiles d'olive de domaines français et étrangers.

Les huiles d'olive bio



6,99 € - 0,75 L
9,32€ / Litre



3,49 € - 0,75 L
4,65 € /Litre



13,99 € - 0,75 L
13,65 € /Litre

CASH & CARRY METRO – Grossiste alimentaire

Les huiles d'olive en entrée de gamme



37,25 € - 5 L
7,45 € / Litre



5,99 € - 0,75 L
7,98 € / Litre



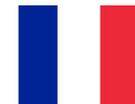
9,5 € - 1 L
9,5 € / Litre



6,59 € - 1L
6,59 € / Litre



5,29 € - 1L
5,29 € / Litre



CASH & CARRY METRO – Grossiste alimentaire

Les huiles d'olive avec AOP/IGP étrangères



17,19 € - 0,75 L
22,92 € / Litre

6,99 € - 1 L
6,99 € / Litre

7,95 € - 0,75 L
10,6 € / Litre

Les huiles d'olive avec AOP/IGP françaises

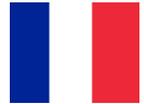


21,95 € - 1 L
21,95 € / Litre

21,95 € - 1 L
21,95€ / Litre

21,95 € - 750 ml
29,27 € / 1 Litre

MUSÉE DU LOUVRE – Musées nationaux



Une vingtaine d'établissements



▪ Boutiques souvenirs des Musées Nationaux :

- **Boutiques touristiques qui génèrent beaucoup de trafic (9,33 millions de visiteurs en 2013)**
- **Présence d'un rayon d'épicerie sucrée (Bonbons, gâteaux, confitures, thés)**
- **Made in France / histoire de France (Epiceries à l'effigie de Marie Antoinette...)**
- **Cadeaux (coffrets cadeau personnalisés..)**





▪ Boutiques souvenirs des Musées Nationaux :

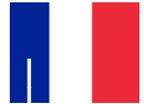
- *Boutiques touristiques qui génèrent beaucoup de trafic (3 467 320 de visiteurs en 2013)*

- *Made in France / histoire de France (Produits en lien avec le musée)*

- *Cadeaux (coffrets cadeau personnalisés..)*



MUSÉES NATIONAUX – Entretien acheteur



Adjointe de la responsable du service Achat A.L.

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO dans les boutiques des musées nationaux ?

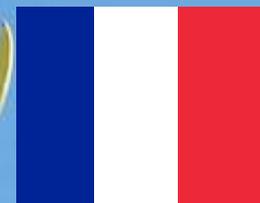
Les musées nationaux représentent une opportunité sous une certaine condition : Les musées nationaux référencent **des produits alimentaire qui possèdent un lien historique avec le musée/exposition** en question.

Exemple : Lors d'une exposition à Marseille, de l'huile d'olive de Marseille a été mise en vente dans les boutiques

Exemple de lien historique :

« L'huile d'olive est à l'origine de la fortune d'une famille d'Ollioules (Var) qui, agrégée à la noblesse lors des guerres de Religion, tente de se faire une place à Versailles un siècle plus tard... et y apporte bien entendu son huile ! »





**FOCUS SUR D'AUTRES OPPORTUNITÉS
COMMERCIALES**

AUTRES CIRCUITS AVEC OPPORTUNITÉS



SELECTIONNEUR / REVENDEUR



RHF



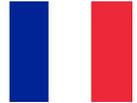
DUTY FREE



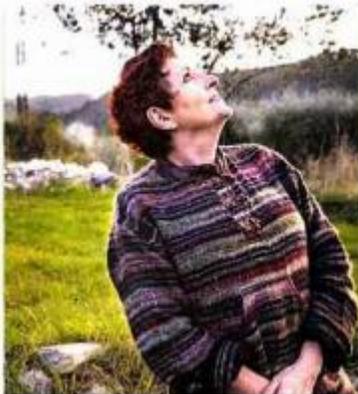
E-COMMERCE



A L'OLIVIER – Sélectionneur / Revendeur



UNE GAMME D'HUILE D'OLIVE BIO



Une production bio originale

Jacqueline Bellino aime ses olives. Peu de producteurs semblent si passionnés par leurs produits. Elle édite des plaquettes, écrit des livres, dispense son savoir à qui veut l'entendre pour transmettre sa passion. Cet amour l'a poussée à travailler en agriculture biologique, sans pesticide ni engrais chimique, à récolter ses fruits méthodiquement au long de leur maturation et à refuser d'utiliser de l'eau lors de l'extraction de l'huile pour conserver les polyphénols. Pour parfaire l'excellence de son huile, elle passe toujours en premier dans son moulin, lors des journées réservées aux olives bio. Une garantie de qualité pour cette production dont A l'Olivier achète chaque année une partie.



DES PARTENARIATS AVEC DES GRANDS CHEFS



« Niché en plein cœur du quartier de l'Opéra à Paris, venez découvrir ce magnifique restaurant acclamé par le guide Michelin :
Savoureuse cuisine française relevée de notes nipponnes, signée par un chef japonais. Intéressante formule et demi-portions à la carte, pour deux fois plus de plaisir. »
Les inspecteurs du guide MICHELIN

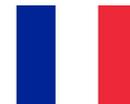
Le chef, Yoshimasa Watanabe, a choisi A l'Olivier comme partenaire de cuisine.

UNE STRATÉGIE BASÉE SUR DES PRODUITS INNOVANTS :

Photo ci-dessous :
Coffret Huile d'olive à la Lavande (15cl), Huile d'olive à l'Origan (15cl), 2 becs verseurs.



A L'OLIVIER – Entretien avec le dirigeant



Les axes de développement pour l' AFIDOL, selon le dirigeant de A L'Olivier, Monsieur Jérôme BLANVILLAIN

1. Une démarche de partenariat équitable et durable

Dans une confiance réciproque avec les producteurs afin de réserver des volumes tous les ans quelque soit la récolte .

2. La mise en place d'actions communes de communication

Des promotions, des actions d'échantillonnage dans les boutiques ou chez des clients référents (présence chez Aelia en duty free, sur les compagnies aériennes)

3. Un travail sur la largeur de la gamme

Le développement de produits innovants, tels que des HOMF aromatisées au basilic, au thym de Provence (IGP en cours) ou à la truffe fraîche de Provence.

4. Explorer la vente sur internet :

Exemples:
Vente privées(miam-miam) ou mieux encore le projet Gastronomie.com.

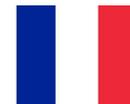
Projet gastronomie.com

Site marchand en construction mettant en avant les ingrédients et spécialités culinaires qualitatives français

Avantages :

- Un accélérateur des ventes
- Permettre une visibilité des produits français
- Une efficacité logistique
- Un développement des ventes à l'International

RESTAURATION HORS FOYER (RHF)



LE BIO, UNE DEMANDE EN CROISSANCE



Les Français semblent de plus en plus demandeurs de bio en restauration hors-domicile, selon le baromètre Agence BIO/CSA de janvier 2015.

Leurs attentes n'ont même « jamais été aussi fortes » : ils sont **78%** à se dire intéressés par des repas intégrant des produits biologiques dans les restaurants, contre 54% en 2013.



POUR UNE RESTAURATION COLLECTIVE BIO

Le groupe Elior a signé le 25 février avec la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) et l'association Manger Bio Ici et Maintenant (MBIM), une « Démarche de Progrès » visant à développer une dynamique d'approvisionnement bio local en France. Après plusieurs années de collaboration, cette signature concrétise leur engagement commun et volontaire pour pérenniser l'offre de produits bio locaux dans la restauration collective.

DES CHEFS QUI « CUISINENT BIO »



« La cuisine bio avec le Chef Stéphane Schmidt du Violon d'Ingres dans le 7^{ème} arrondissement de Paris

Stéphane Schmidt : *Cuisiner bio, c'est cuisiner avec des bons ingrédients : c'est un vrai plaisir, tout simplement.*

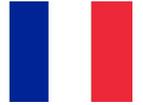
DES PARTENARIATS AVEC DES GROSSISTES



« Les produits que nous vous proposons sont conçus, élaborés et réalisés en collaboration avec des professionnels. Tous sont testés par des chefs, dans la cuisine d'essais METRO »

C'est dans cet esprit que le distributeur Metro lance une **nouvelle gamme d'huile d'olive Horeca Select Premium** composée de 10 références différentes et représentatives du bassin méditerranéen. Parmi ces huiles, se distingue notamment l'huile d'olive vierge extra AOC Provence (fruité vert).

DUTY FREE

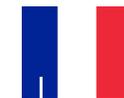


LES AVANTAGES DU DUTY FREE :

- Présence d'un rayon alimentaire
- Esprit cadeaux / souvenirs
- Magasins touristiques
- Mise en valeur du « Made in France »

« Les ventes en Travel Retail sont bonnes en huiles d'olive et permettent la promotion de l'origine France. Nous sommes encore peu nombreux ,chez Aelia par exemple 3 ou 4 fournisseurs sont référencés .En catering, je vais diffuser annuellement 25 millions de mignonettes (20 ml), les négociations commerciales sont difficiles mais les volumes sont au rendez-vous » Expert Marketing

DUTY FREE



Huiles d'olive présentées en rayon (Aéroport de paris)



A l'Oliver « lemon, provençal, piment de sichuan »
10,30€



A l'Oliver « fruité noir et black fruity »
16,10€



Huile d'olive château d'Estoublon
16 € les 20 cl



Huile d'olive à la truffe
Château d'Estoublon
27,70€



DUTY FREE - AELIA

*Un des leaders du commerce duty free, Aelia est le franchiseur des enseignes et des concepts Duty Free & Luxury de LAGARDERE SERVICE Travel Retail. 169 boutiques Aelia en France.
Près de 20% des boutiques AELIA présentent un rayon gastronomique*

Rayon alimentaire (confiserie, biscuits, chocolat, produits originaux/souvenirs)

Alia Duty free et grand Ouest
Aéroport de Bordeaux



Rayon gastronomie (chocolat, confiserie...)
Aléa Duty free, Aéroport de Lyon



Produits provençaux

Gastronomie provençale et artisanat régional (biscuiterie, huile d'olive, calissons, nougats...)

Aléa Duty free, Aéroport Marseille Provence



Rayon alimentaire

Gamme « Première Pression Provence »: huiles d'olive d'origine provençale

Gamme « Artisan de la Truffe »: (huile à la truffe, sel à la truffe, carpaccio à la truffe d'été, truffes entières, foie gras à la truffe...)

Gamme « La Mère Poulard »: biscuits traditionnels, sablés, galettes, cookies et ses spécialités gourmandes

Buy Paris Duty free, Aéroport d'Orly



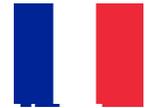
Rayon alimentaire

Produits régionaux, confiserie

Aléa Duty free Toulon



VENTE PRIVÉE – E-COMMERCE



- **Vente privée** est une entreprise de e-commerce qui propose **des ventes événementielles** destinées à des clients parrainés bénéficiant de réductions.
- Différentes ventes sont organisées. **Une catégorie spécifique existe pour l'épicerie fine « Miam miam »**. Cette catégorie a réalisé 350 opérations depuis le lancement pour un panier moyen de 144 euros.
- **Miam Miam est à la recherche de savoir faire dans le cadre de choix de matières premières.**
La clé d'entrée est que le produit soit vendu dans le pays de distribution.



vente-privee 



Grand cru d'huile d'olive en exclu sur vente-privee.com

Le spécialiste de l'huile d'olive d'exception Oliviers&Co s'associe le temps d'une vente au leader de la vente événementielle en ligne, vente-privee.com, pour proposer à ses membres une huile issue d'un grand cru espagnol,

sélectionnée spécialement pour le site. Un 100% pur jus de fruits issu des oliveraies situées en Catalogne, non loin du parc naturel de Serra del Montsant. Huile d'olive grand cru, en édition limitée : 19 € le set de 2 bouteilles, bec verseur inox inclus : uniquement sur vente-privee.com, le 3 septembre.



2) ALLEMAGNE

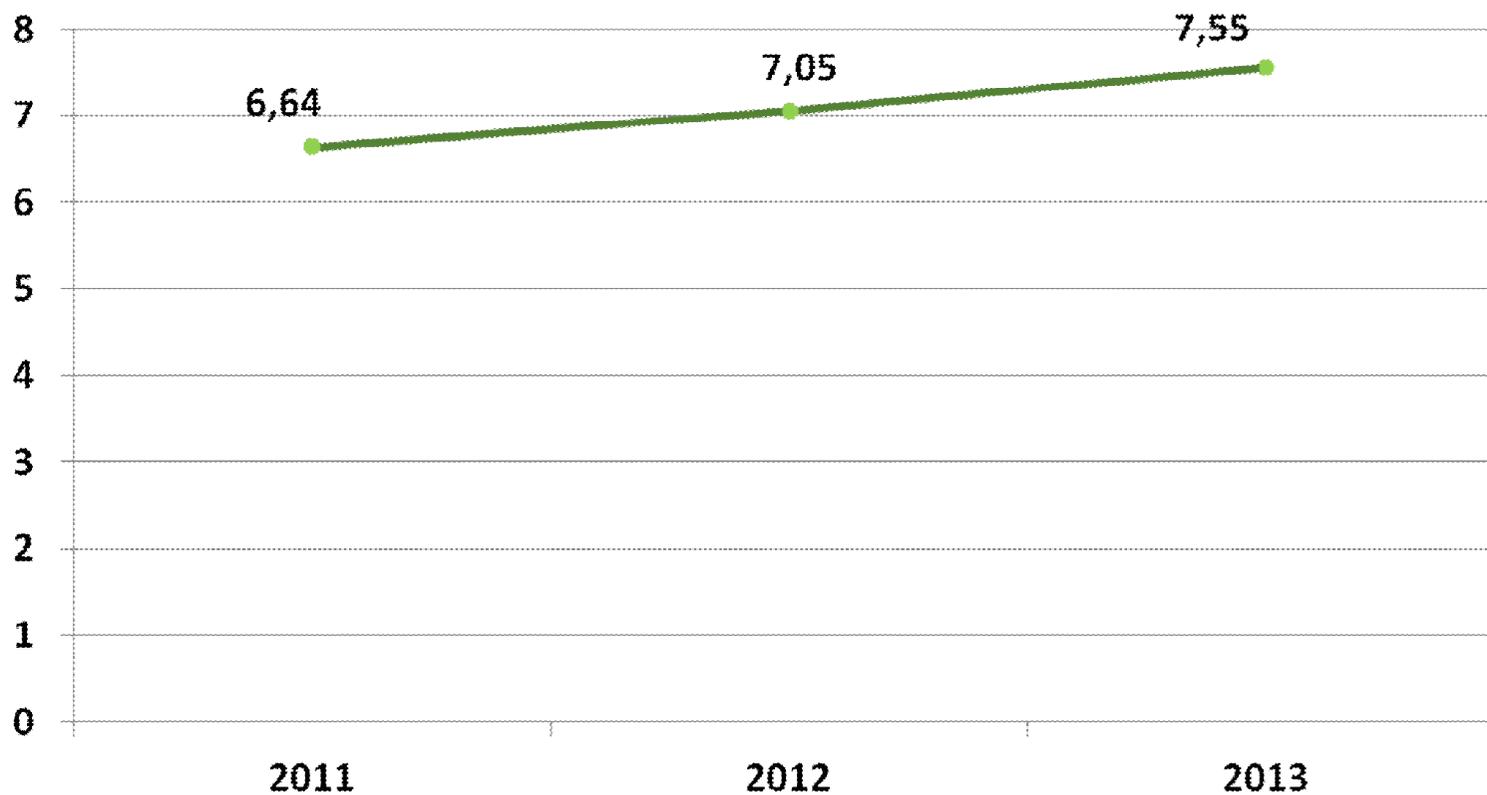


a) LE MARCHE DU BIO ALIMENTAIRE

LE MARCHÉ ALIMENTAIRE BIO ALLEMAND : IMPORTANT ET EN CROISSANCE



(En milliard d'euros)

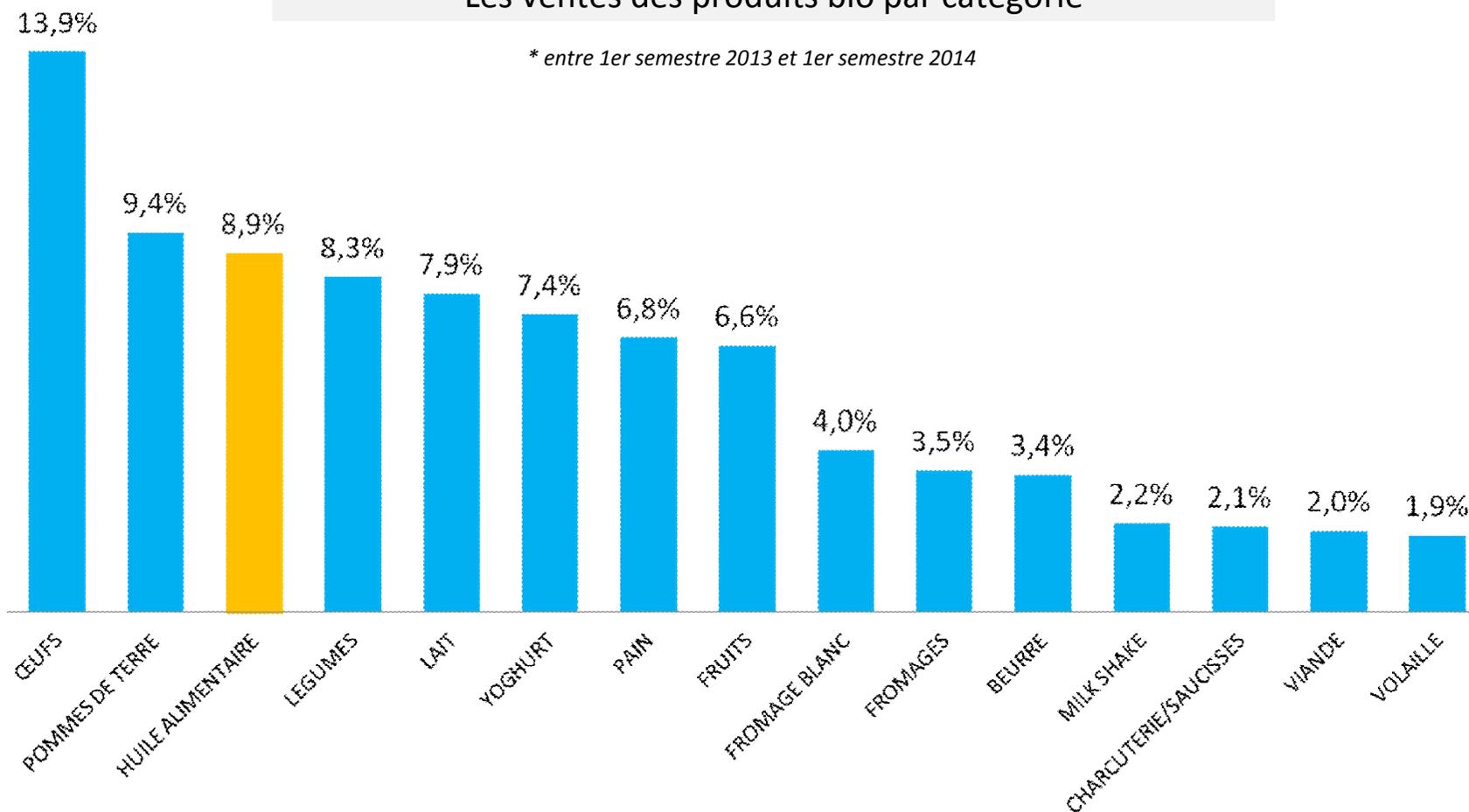




LES HUILES BIO REPRÉSENTENT LA 3ÈME CATÉGORIE DE PRODUITS LA PLUS VENDUE

Les ventes des produits bio par catégorie

* entre 1er semestre 2013 et 1er semestre 2014

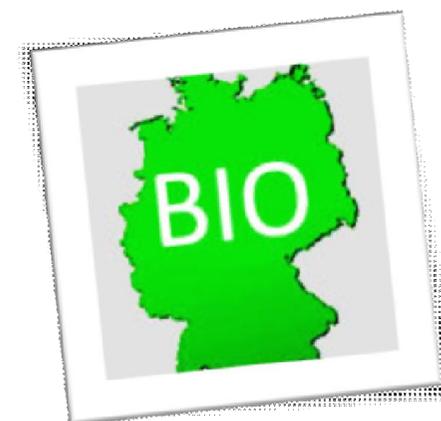
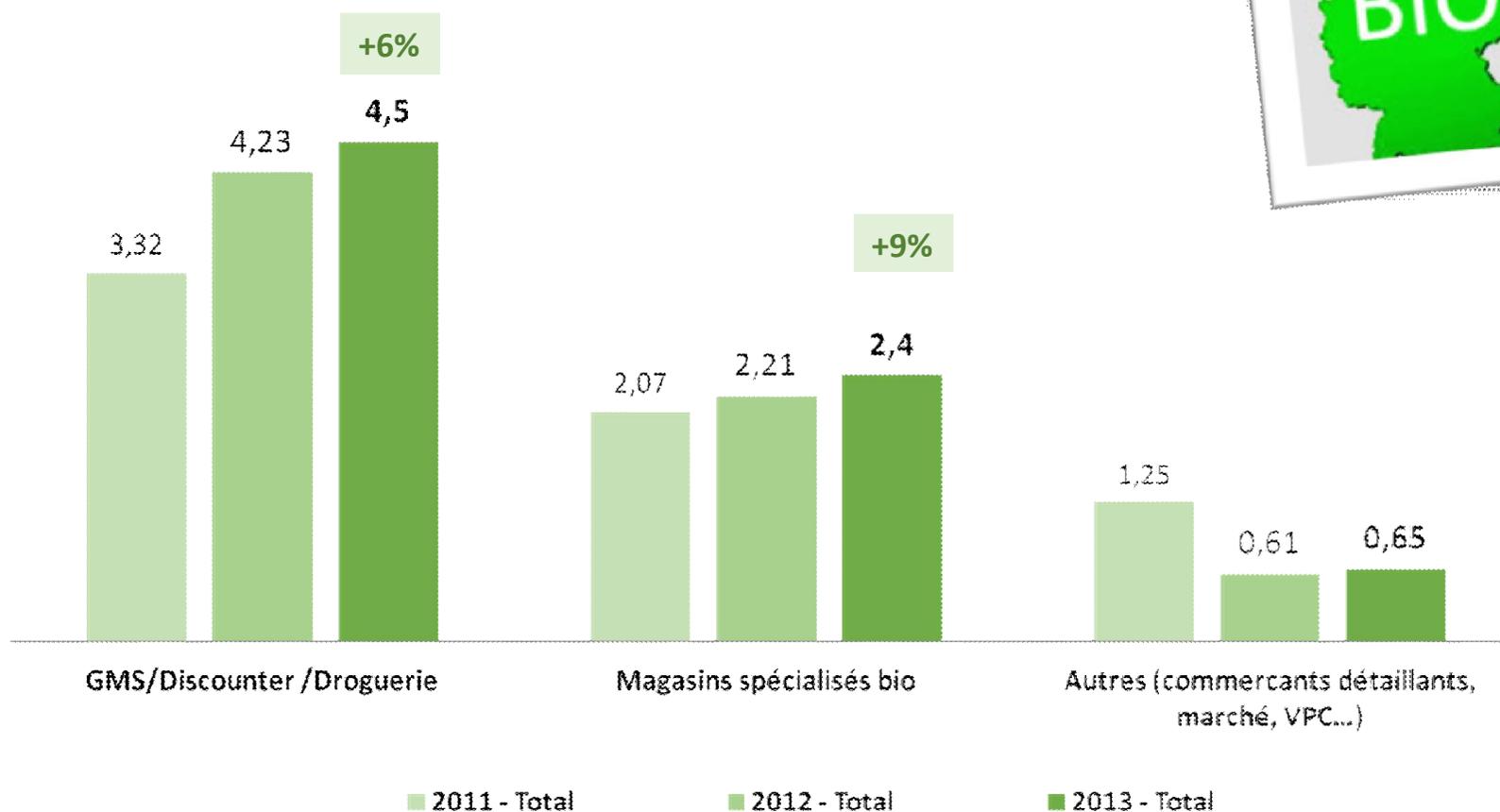




DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN CROISSANCE

CA du bio alimentaire par circuit de distribution

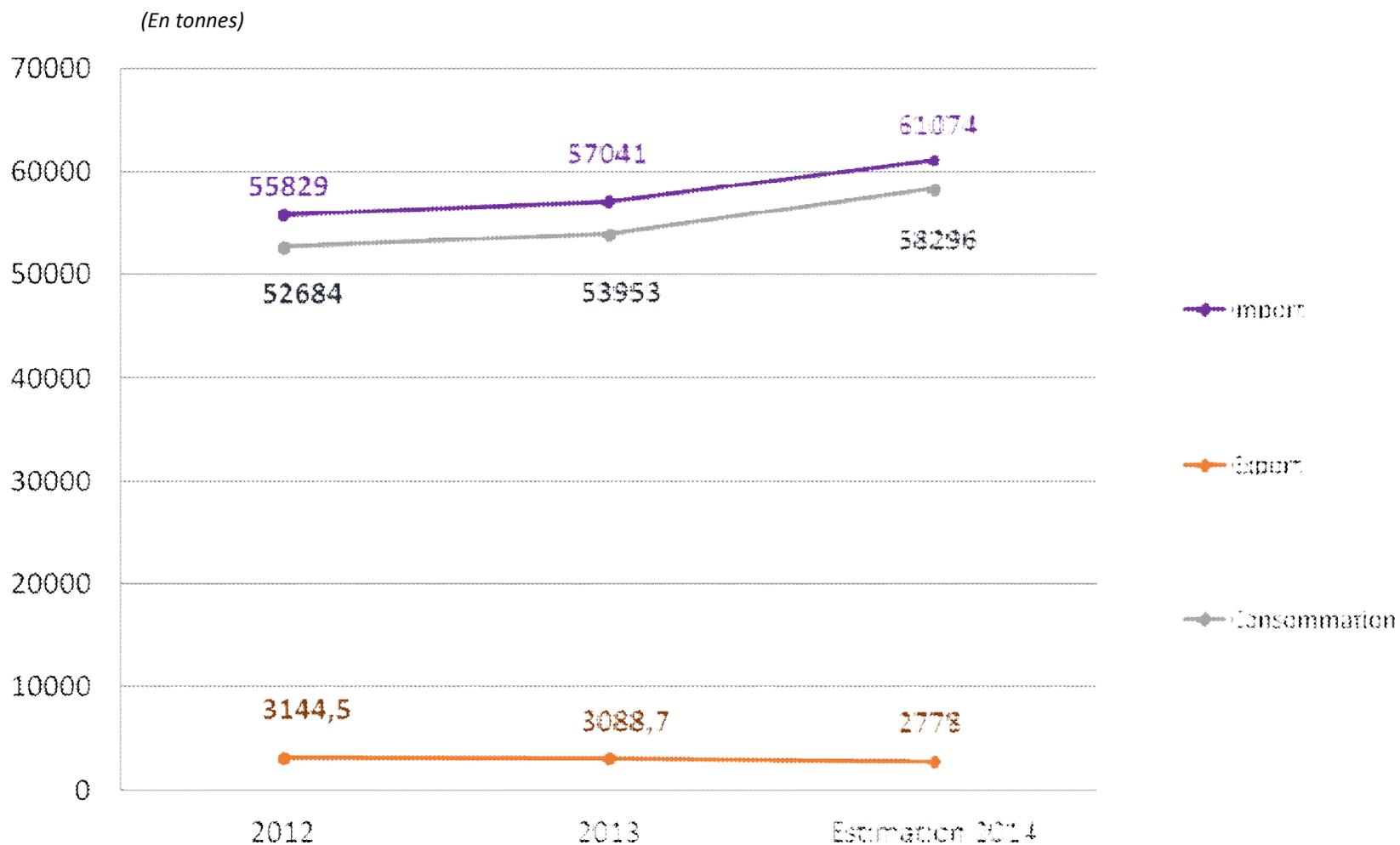
(CA en milliards d'euros)





L' ALLEMAGNE, UN GRAND PAYS IMPORTATEUR D'HUILES D'OLIVE

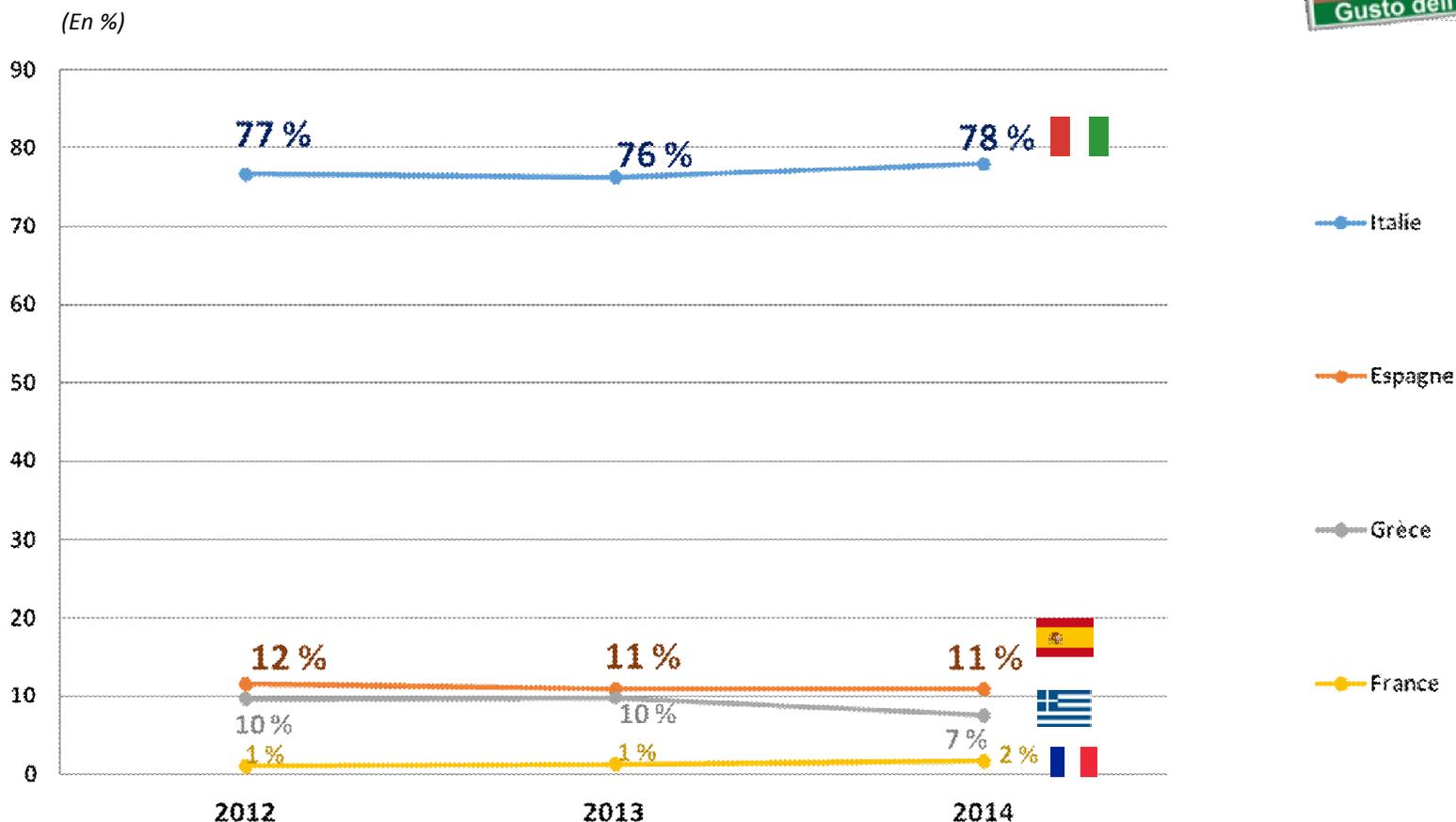
Importations – Exportations – Consommation d'huile d'olive



UNE HUILE D'OLIVE "MADE IN ITALIE" POUR L' ALLEMAGNE LES HOMF TRES PEU PRESENTES



Origine des huiles d'olive vendues en Allemagne



Sources : <http://www.asoliva.de/downloads/pdf/wachstumspanischesolivenoel.pdf> ./

ALNATURA, 1^{ÈRE} ENSEIGNE BIO EN ALLEMAGNE



| ENSEIGNE | RANG | CA NET 2013 EN MILLIONS € | NOMBRE DE FILIALES |
|---|------|------------------------------|--------------------|
|  | #1 | 320 | 88 |
|  | #2 | 170 | 148 |
|  | #3 | 120 | 26 |
|  | #4 | 100 | 37 |
|  | #5 | 45 | 23 |
|  | #6 | 42,5 | 20 |

Sources : http://www.lebensmittelzeitung.net/business/daten-fakten/rankings/Top-6-Bio-Supermaerkte-Deutschland-2014_555.html
<http://www.lebensmittelzeitung.net/business/daten-fkten/rankings/index.php?suche=1&timer=1421926669&id=491&currPage=1#rankingTable>

Sources : <http://www.ein-herz-fuer-bio.org/news/markenwertstudie-biomarke-alnatura-bereits-populaerer-als-marken-grosser-lebensmittelketten>



b) STORE CHECK

LES ENSEIGNES VISITÉES

LES ENSEIGNES VISITÉES



GRANDS MAGASINS



EPICERIE FINE



GROSSISTE ALIMENTAIRE



MAGASINS BIO



MAGASIN DIETETIQUE



HARD DISCOUNT

(avec rayon produits bio)



PALACE



DROGUERIES



LES ENSEIGNES AVEC OPPORTUNITÉS



GRAND MAGASIN 104 magasins



MAGASIN BIO 93 magasins



GROSSISTE ALIMENTAIRE 8 magasins



GALERIA KAUFHOF - Grand magasin



104 magasins



58 références d'huiles
d'olive
10 % Huiles d'olive bio

1. 2 m de linéaire
d'huile d'olive

Le rayon alimentaire de Galeria Kaufhof présente un bon panel de différentes références d'huiles d'olive. Uniquement 6 d'entre-elles étaient BIO dont 3 en marque de distributeur propre Galeria Gourmet (1 grecque, 1 italienne et 1 espagnole) et 1 provenant de France. Ils avaient en tout 4 huiles d'olive provenant de France.

Les Huiles d'olive bio



11,99 € - 500 ml
23,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
19,98 €/Litre



7,49 € - 500 ml
14,98 €/Litre

Les Huiles d'olive bio



8,99 € - 500 ml
17,98 €/Litre



18,99 € - 500 ml
37,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
18,98 €/Litre

Huile d'olive de luxe (+40€/Litre)



12,99 € - 200 ml
65,00 €/Litre

GALERIA KAUFHOF - *Grand magasin*



Les Huiles d'olive françaises



18,99 € - 500 ml
37,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
18,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
18,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
18,98 €/Litre

GALERIA KAUFHOF - *Entretien acheteur*



Monsieur M. G. Responsable achat huile d'olive

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Galeria Kaufhof ?

Constat de Monsieur M. G.

- 1) Les huiles d'olive françaises ont peu de notoriété sur le marché allemand.
- 2) Les huiles d'olive françaises sont confrontées à la concurrence des huiles italiennes
- 3) Elles se vendent en petite quantité et sont perçues comme de beaux cadeaux, des huiles achetées pour offrir.
- 4) Des produits relativement chers (contrairement aux huiles d'olive sur le marché allemand, prix moyen: 4€/litre)

Clés du succès selon Monsieur M. G.

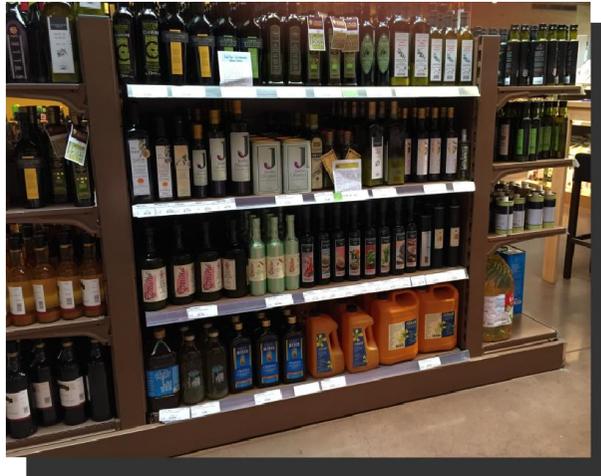
- 1) Commercialiser les huiles d'olives françaises sous leurs **marques propres**.
- 2) Privilégier les **appellations AOP**, il s'agit d'un vrai critère d'achat.
- 3) **Une huile d'olive certifiée BIO et AOP est l'huile d'olive idéale pour la vente**
- 4) La mise en place de « produits test » en 2015 : un partenariat commercial pour faire un essai de quelques produits HOMF sur le site en ligne afin d'évaluer le potentiel des huiles d'olive françaises.
Contribution à prévoir en échange de la prise de risque.



FRISHEPARADISE - cash & carry haut de gamme

8 magasins en Allemagne et 2 magasins en Autriche

Les huiles d'olive bio



env. 50 références d'huiles
29 références d'huiles d'olive
7% Huiles d'olive bio

1. 3m de linéaire pour l'huile d'olive
2. 0,2m pour l'huile d'olive BIO



9,49 € - 500 ml
18,98 €/Litre



17,39 € - 500 ml
34,78 €/Litre

Il n'y avait dans ce magasin que 2 huiles Bio (en provenance d'Espagne et d'Italie) où le logo BIO était mis en avant directement à côté de l'étiquette. Il y avait beaucoup d'huiles d'olive aux environs de 35€/Litre mais la seule huile dépassant les 40€/litre était la française.





FRISHEPARADISE - cash & carry haut de gamme

L'huile d'olive française



23,89 € - 500 ml
47,78 €/Litre



ACTION PROMOTIONNELLE: Stand d'info de la marque d'huile d'olive Jordan à l'entrée . Cette marque appartient à une entreprise familiale allemande qui fait produire en Grèce et distribue ses produits en Allemagne et France.



FRISHEPARADISE - *Entretien acheteur*



Madame P. responsable achat huile olive

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Frisheparadise ?

Constat de Madame P.

1) Frisheparadise est un spécialiste de produits frais (viandes, fruits...); les huiles d'olive sont des produits moins phares mais restent importants dans leur assortiment.

2) Les produits sont achetés en direct uniquement si la quantité est importante, sinon via des importateurs.

1) Les produits BIO sont très appréciés par les allemands.

2) Ils n'ont actuellement pas la volonté de renouveler leur stock

Clés du succès selon Madame P.

1) Proposer des huiles d'olive à moins de 60€ les 500 ml.

2) Présenter des produits réellement différenciants pour convaincre l'acheteur.

ALNATURA - Magasin spécialisé BIO



93 magasins en Allemagne + présence dans 14 pays



env. 30 références
d'huiles
13 références d'huiles
d'olive
100% Huiles d'olive bio

1. 2m de linéaire
d'huile d'olive

Alnatura compte 13 huiles d'olive dont 2 de la marque de distributeur propre. L'huile la plus chère est à environ 26€/Litre.

Les huiles d'olive bio



5,95 € - 500 ml
11,90 €/Litre



3,95 € - 500 ml
7,90 €/Litre

ALNATURA - Magasin spécialisé BIO



Les huiles d'olive bio



9,99 € - 1000 ml
9,99 €/Litre



6,79 € - 500 ml
13,58 €/Litre



8,99 € - 500 ml
17,98 €/Litre



8,99 € - 500 ml
17,98 €/Litre



9,99 € - 500 ml
19,98 €/Litre



11,60 € - 750 ml
15,47 €/Litre

ALNATURA - Magasin spécialisé BIO



Les huiles d'olive bio



7,99 € - 500 ml
15,98 €/Litre



8,49 € - 500 ml
16,98 €/Litre



12,99 € - 500 ml
25,89 €/Litre



5,95 € - 250ml
23,80 €/Litre



7,49 € - 500 ml
15 €/Litre



DENNREE- Entretien acheteur



Madame D. K. responsable achat huile d'olive

Denree est une chaîne de magasins spécialisés Bio et un grossiste pour magasins Bio indépendants. Il dispose de près de 148 magasins propres en Allemagne.

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Denree ?

Constat de Madame D. K.

- 1) Selon Denree, les huiles d'olive françaises sont surtout connues et reconnues par les connaisseurs pour leur qualité et leur positionnement haut de gamme.
- 2) Ils présentent une référence de Bioplanète à plus de 40 € le litre dans leur assortiment.
- 3) Le marché des huiles d'olive en Allemagne est relativement mature
- 4) Denree dispose d'un réseau de distribution important, ils recherchent donc la quantité pour fournir tous leurs magasins. Ce fonctionnement est inadapté pour des huiles produites en petites quantités.

Clés du succès selon Madame D. K.

- 1) Suite aux scandales des huiles italiennes, les huiles d'olive françaises peuvent rebondir sur le marché allemand.
- 2) Mais du fait de leur rareté et de leur qualité, les huiles d'olive françaises seraient « mieux vues » dans les magasins d'épicerie fine et dans les grands magasins.
- 3) Ne pas négliger les ventes par le biais d'Internet, un circuit intéressant pour les produits dits « rares ».



3) ANGLETERRE

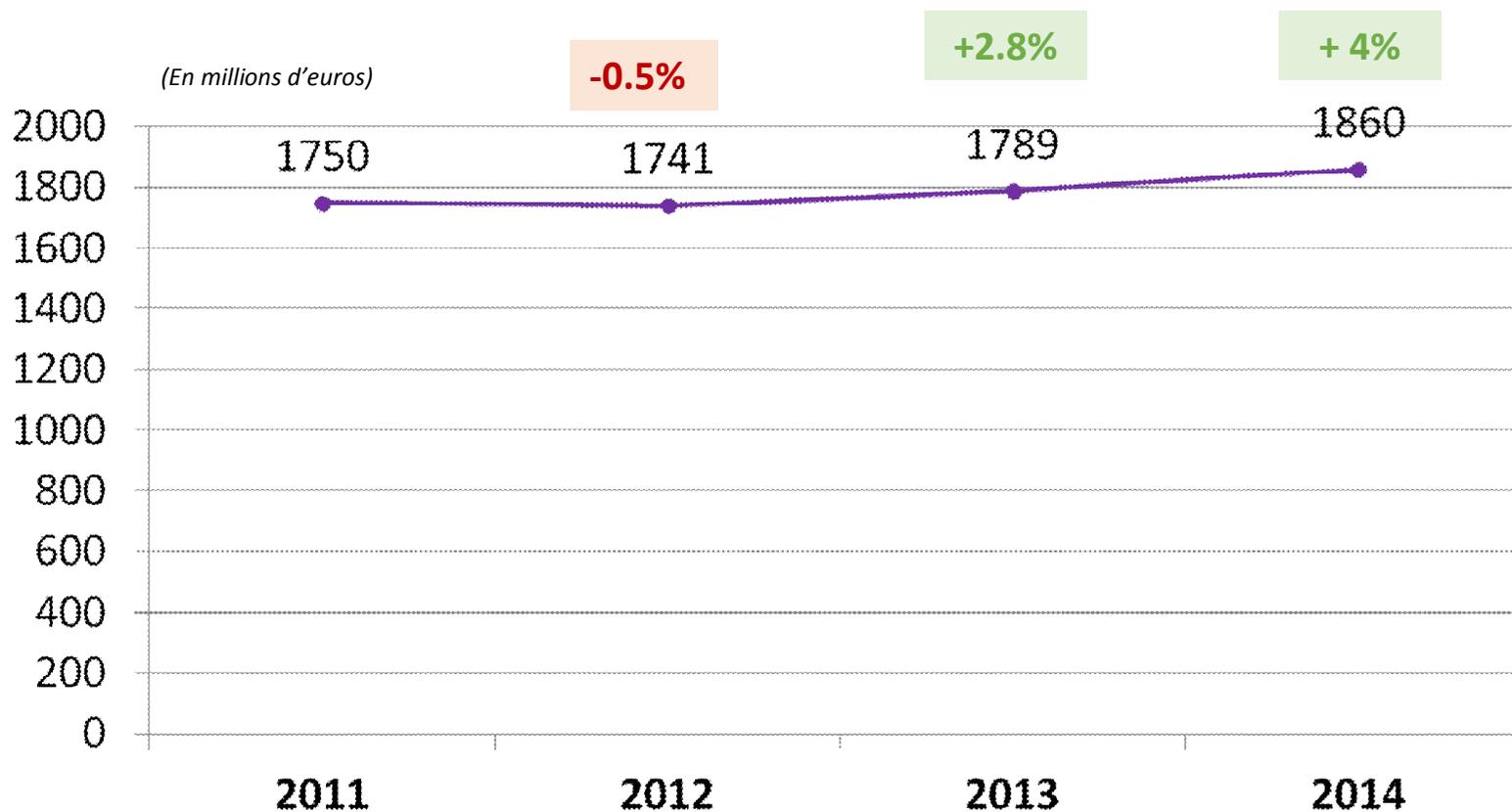


a) LE MARCHÉ DU BIO ALIMENTAIRE



EN ANGLETERRE, LE MARCHÉ DU BIO ALIMENTAIRE EST MOYENNEMENT IMPORTANT ET EN LÉGÈRE PROGRESSION

Evolution du marché BIO alimentaire en Angleterre

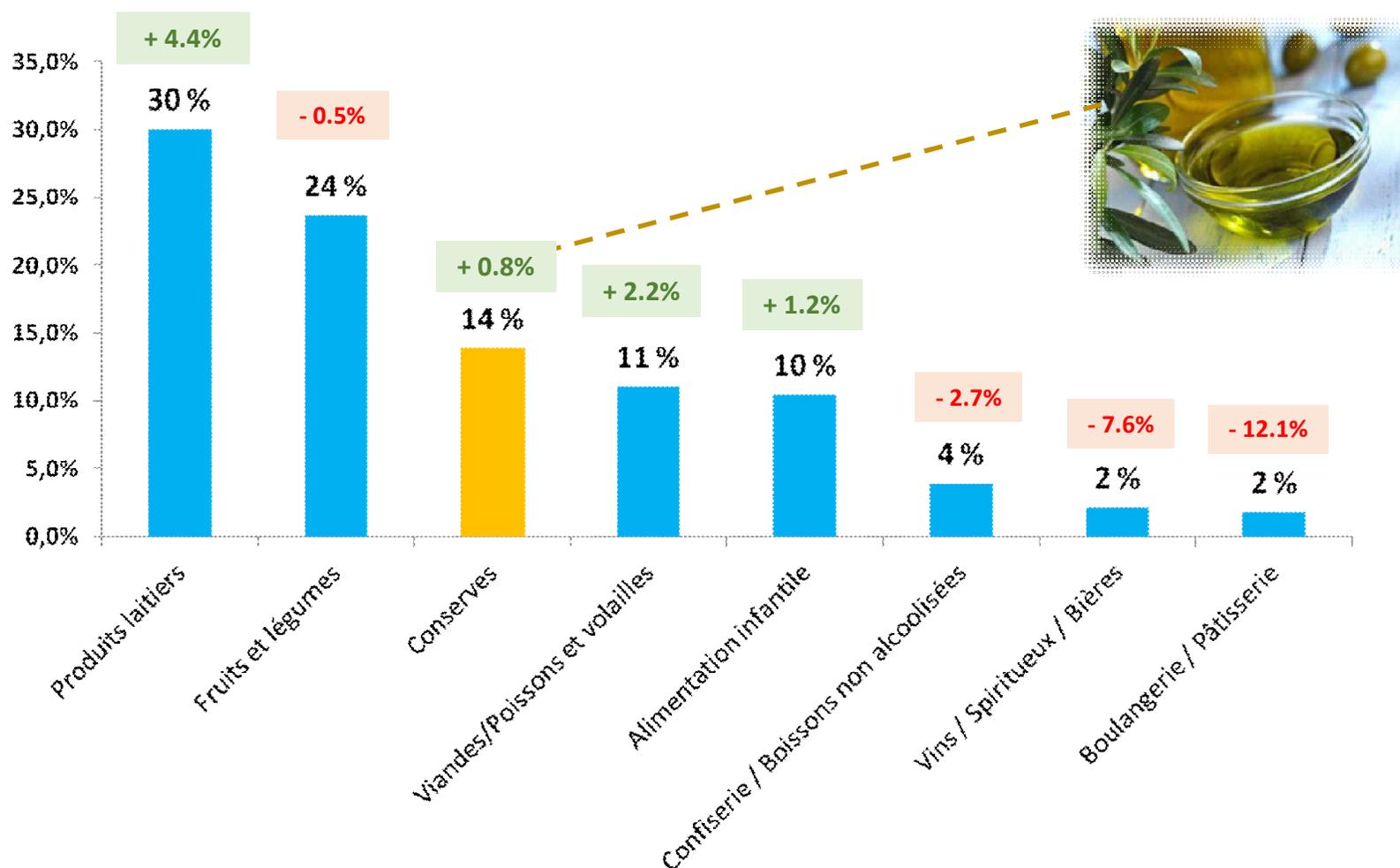




LA CATÉGORIE « CONSERVE » REPRÉSENTE 14% DES VENTES DE PRODUITS BIO

BASE 100

Les ventes des produits bio par catégorie

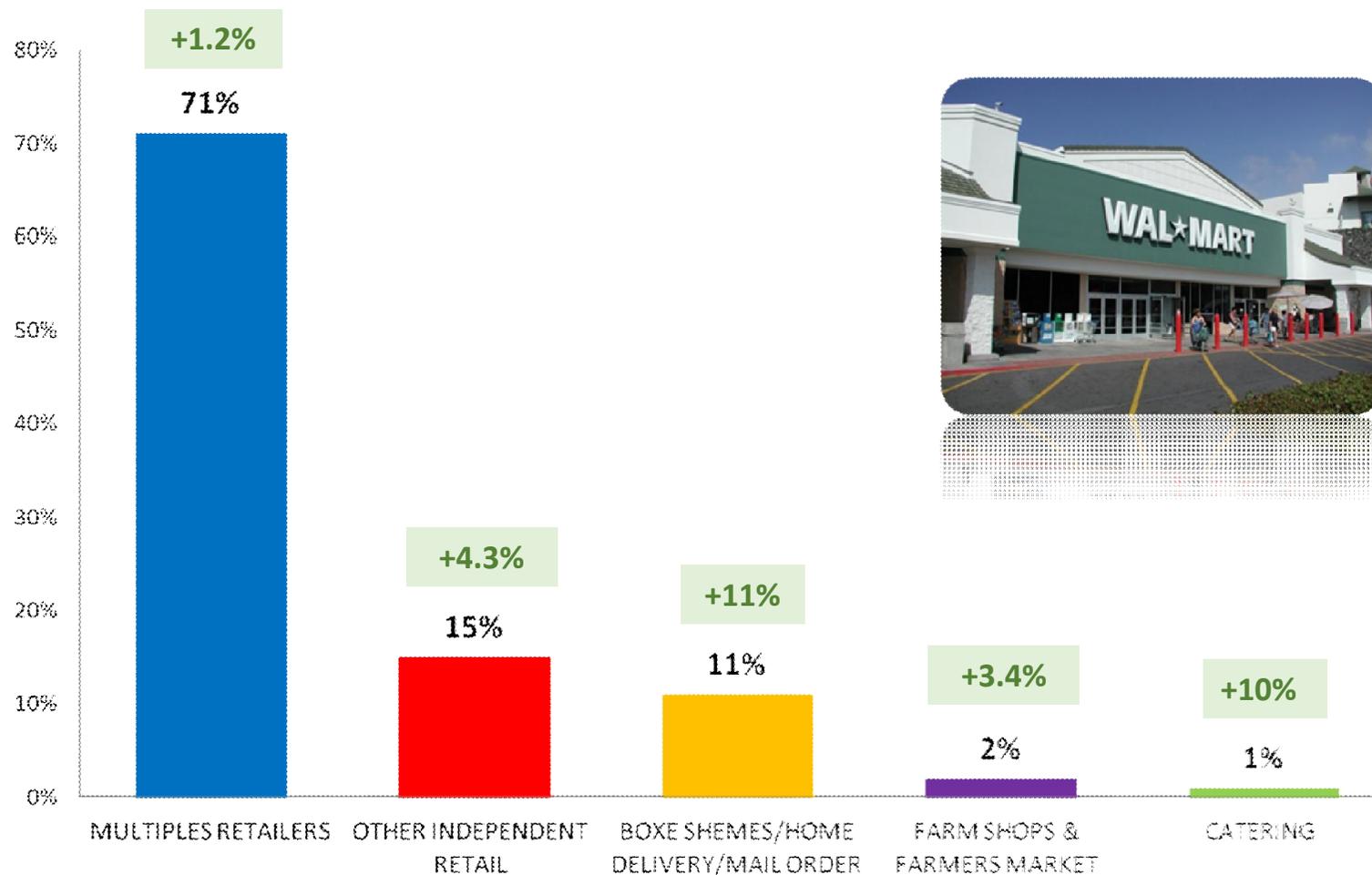




LES GRANDS DISTRIBUTEURS ANGLAIS, PREMIERS DIFFUSEURS DE PRODUITS BIO

BASE 100

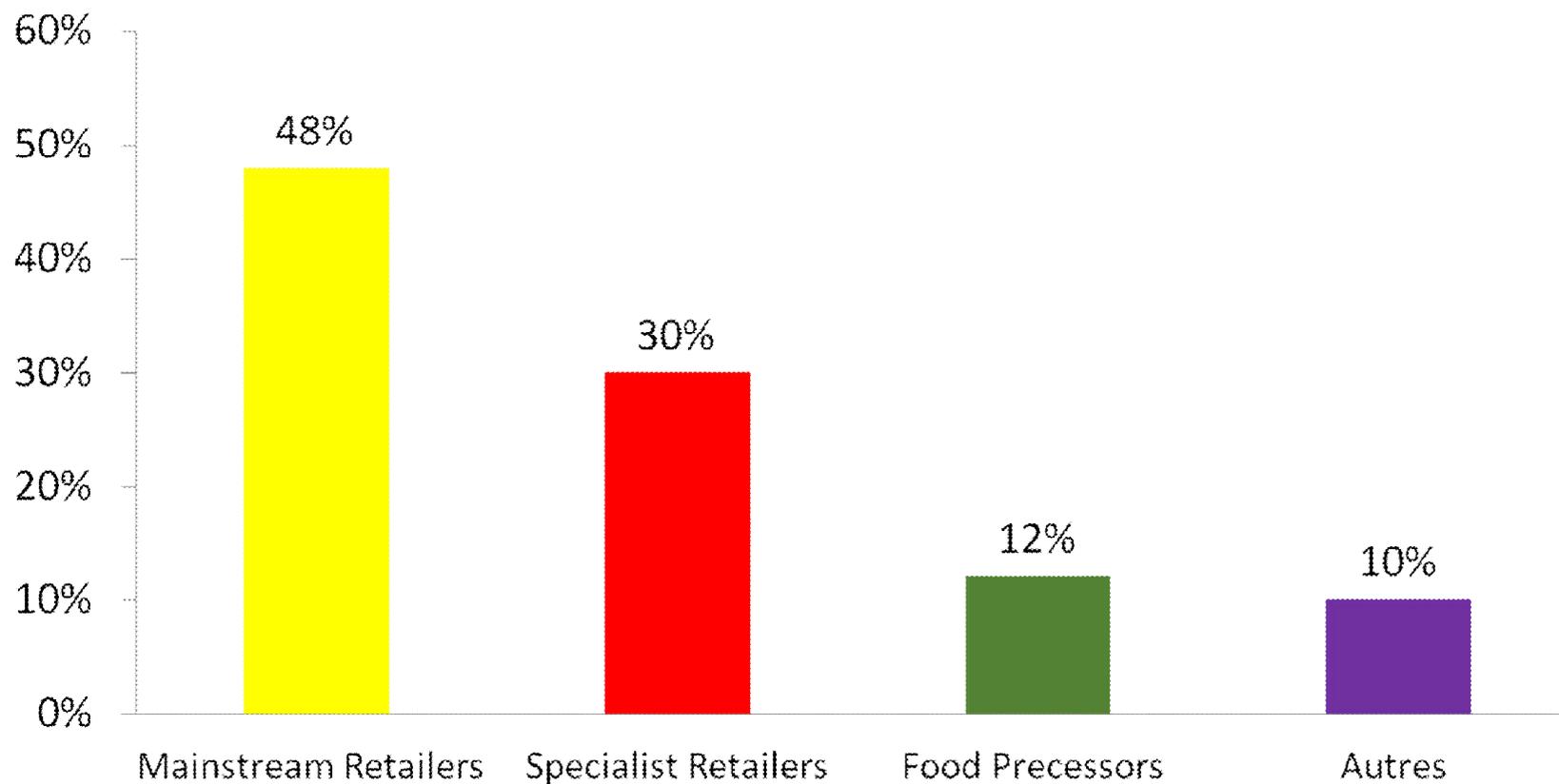
Les circuits de distribution du marché alimentaire bio



LES DISTRIBUTEURS ANGLAIS, PREMIERS FOURNISSEURS DE L'HUILE D'OLIVE BIO



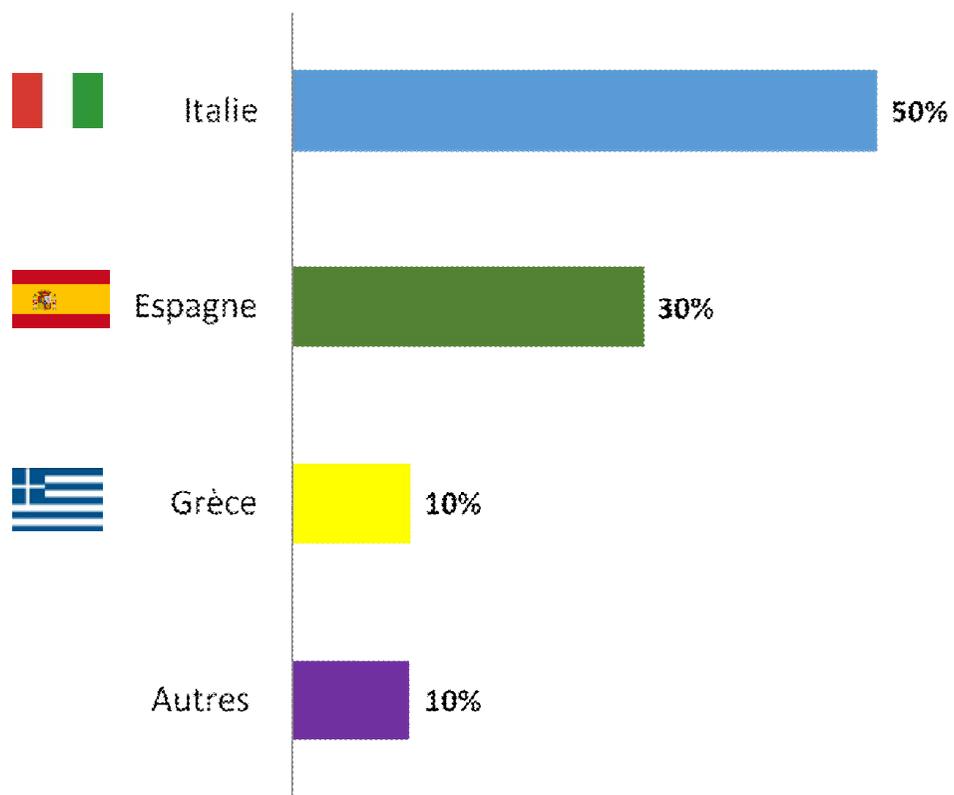
Les circuits de distribution de l'huile d'olive BIO



DES HUILES D'OLIVE BIO « MADE IN ITALIE » POUR L'ANGLETERRE



Origine des huiles d'olive vendues en Angleterre



| PAYS | Vente d'huiles d'olive par origine (En millions d'euros) |
|---------|---|
| Italie | 5,4 |
| Espagne | 3,2 |
| Grèce | 1,1 |
| Autres | 1,0 |

EVOLUTION DES VENTES DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO AU SEIN DES GRANDES ENSEIGNES GMS


ocado **+10.4%**

Sainsbury's **+7%**

Waitrose **+6.5%**


MORRISONS **n/a**

TESCO **n/a**



LES GRANDES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES BIO

**WHOLE
FOODS
MARKET**

14 194 M€



24 M€

**as nature
intended** 

7 M €

 **Alara**
Feed your body and soul

7 M €



b) STORE CHECK

LES ENSEIGNES VISITÉES



GRANDS MAGASINS

HARVEY NICHOLS

FORTNUM & MASON
PICCADILLY SINCE 1707

Harrods

SELFRIDGES & CO

SUPERMARCHES

MARKS & SPENCER

Waitrose

MAGASINS BIO

Alara
Feeds your body, enriches life

WHOLE FOODS MARKET

PLANET ORGANIC

as nature intended



LES ENSEIGNES AVEC OPPORTUNITÉS

GRANDS MAGASINS

HARVEY NICHOLS

8 magasins

SELFRIDGES

2 magasins

FORTNUM & MASON
PICCADILLY SINCE 1707

3 magasins



GROSSISTES

*clearspring

TREE OF LIFE



SUPERMARCHE 317 magasins

Waitrose





b) STORE CHECK



317 magasins



58 références d'huiles d'olive
2 références d'huiles d'olive bio

1. 8m de long
2. 5 étagères
3. 15 m au totale de linéaire pour l'huile d'olive

Waitrose est une grande surface « Premium » comparable aux monoprix aux France.

Une seule gamme d'huiles d'olive française avec la gamme A l'Olivier. Des huiles d'olive principalement d'origine italiennes, espagnoles et d'Afrique du Sud. Une présence forte des produits sous la marque Waitrose et une place toute particulière aux appellations. (AOC,AOP)

A noter une opportunité intéressante des produits en format 3 x 100 ml sous la marque Waitrose.

Les huiles d'olive bio



£ 5,89 – 500 ml
£ 11,78/ Litre



£ 5,49 – 500ml
£ 10,98/ Litre

WAITROSE – Supermarché



Les huiles d'olive en entrée de gamme



£ 7,00 – 500 ml
£ 14/ Litre



£ 5,99 – 500 ml
£ 11,98 / Litre



£ 9,95 – 500 ml
£ 19,9 / Litre



£ 9,00 – 500 ml
£ 18 / Litre



£ 9,00 – 500 ml
£ 18 / Litre



Les huiles d'olive premium



£ 14,99 – 500 ml
£ 29,98 / Litre



£ 14,75 – 500ml
£ 29,5 / Litre



£ 13,99 – 500ml
£ 27,98 / Litre



£ 13,59 – 500ml
£ 27,18 / Litre



£ 18,25 - 750 ml
£ 24 / Litre



WAITROSE – Supermarché

Les huiles d'olive avec PDO

Marque Waitrose



£ 9,9 – 3*100ml
£ 99,9 / Litre



£ 8,99 – 500ml
£ 17,98 / Litre



£ 7,99 – 500 ml
£ 15,98 / Litre



£ 7,99 – 500 ml
£ 15,98 / Litre



WAITROSE – *Supermarché*

Les huiles d'olive haut de gamme



£ 10,85 – 25cl
£ 43,4 / Litre



£ 16,35 – 500 ml
£ 32,7/ Litre



WAITROSE – Entretien acheteur



L. C. Acheteur pour Waitrose



Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Waitrose ?

Constat de l'acheteur

- 1) Waitrose référence actuellement de nombreuses huiles d'olive, de ce fait, s'il choisissent d'intégrer d'autres huiles, celles-ci viendront remplacer des huiles déjà présentes sur leur liste
- 2) Waitrose n'a pas de raison particulière de ne pas intégrer des huiles d'olive françaises
- 3) Waitrose référence des produits à sa marque avec une certification BRC ou IFS
- 4) Waitrose référence déjà beaucoup d'huiles d'olive de domaine

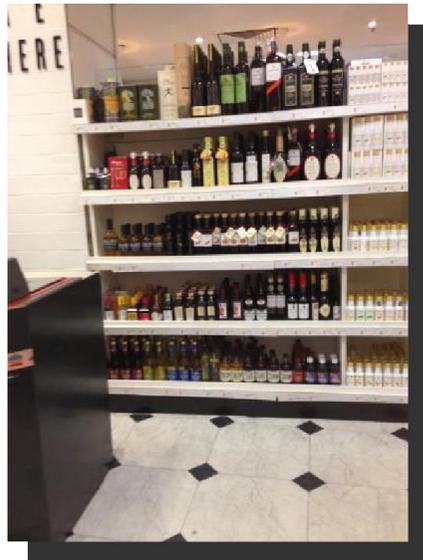
Clés de succès selon l'acheteur

- 1) Pour être référencé par Waitrose, il faudra que les HOMF BIO aient de **réels points de différenciation**
- 2) L'acheteur a été intéressé par les notions de Fruité vert, Fruité noir et Fruité mûr
- 3) Etant donné leur gamme restreinte en huiles d'olive BIO, cela peut représenter une opportunité pour eux de mieux équilibrer leur offre
- 4) **Les propositions d'HOMF Bio devront être envoyées avant Mai à Waitrose et être soigneusement argumentées.**

SELEFRIDGES – Grand magasin



2 magasins en Angleterre



30 références d'huiles d'olive

5 références d'huiles d'olive bio

1. Huile d'olive MDD, 2m de large

2. 6m de linéaire au total

Un partie du magasin est consacrée aux produits biologiques de la marque Daylesford Organic. Il est intéressant de noter que la seule huile d'olive présente dans les linéaires Dayleford est d'origine française (Château Léoube) et qu'il n'est pas indiqué d'appellation BIO sur leurs produits. En dehors des linéaires Daylesford, de nombreuses huiles d'olive bio d'origine espagnoles et italiennes sont présentes.

Les huiles d'olive françaises



£22,99 – 100 ml
£ 229,9 / Litre



£ 22,99 – 2* 50ml
£ 229,9/ Litre



£ 34,99 – 500 ml
£ 34, 99 / Litre



£ 16,99 – 500 ml
£ 33,98/ Litre



Les huiles d'olive bio



£ 19,99 – 250 ml
£ 79,96 -/ Litre



£ 25,99 – 250 ml
£ 103,96 / Litre



£ 18,99 – 500 ml
£ 37,98 / Litre



£ 8,95 – 500 ml
£ 17, 9 / Litre



£ 19,99 – 750 ml
£ 26,65 / Litre



Les huiles d'olive en entrée de gamme



£ 13,99 – 1L
£ 13,99 /L



£ 23,99 - 1l
£ 23,99 / Litre



£ 24,99 – 1L
£ 24,99 / Litre



Les huiles d'olive « premium »



£ 9,99 – 250 ml
£ 39,96 / Litre



£ 19,99 – 500 ml
£ 39,98 / Litre



£ 14,99 – 500 ml
£ 29,98 / Litre



£ 13,99 – 500 ml
£ 27,98 / Litre

SELFRIDGES – Grand magasin



Les huiles d'olive « premium »



£ 24,99 – 750 ml
£ 33,32 / Litre



£ 12,99 – 500 ml
£ 25,98 / Litre



£27,99 – 750 ml
£ 37,92 / Litre



£ 7,65 – 250 ml
£ 30,6 -/ Litre

SELFRIDGES – *Grand magasin*



Les huiles d'olive avec PDO



*£ 14,99 – 500 ml
£ 29,98 / Litre*



*£ 13,99 – 500 ml
£ 27,98 / Litre*



Les huiles d'olive haut de gamme



£ 27,99 – 500 ml
£ 55, 98 / Litre



£ 29, 99 – 500 ml
£ 59,98/ Litre

HARVEY NICHOLS – Chaîne de grands magasins



8 magasins en Angleterre + forte présence internationale



31 références d'huiles d'olive :
22 références de marques
9 références sous la marque
Harvey Nichols
3 références d'huiles bio

2m linéaire pour huiles
d'olive

Harvey Nichols présente un petit linéaire d'huiles d'olive.
Une seule marque française est présente (A l'Olivier)
avec 7 références d'huiles d'olive.

Les huiles d'olive BIO



£ 9,95 – 100 ml
£ 99,5 / Litre



£ 9,95 – 100 ml
£ 99,5 / Litre

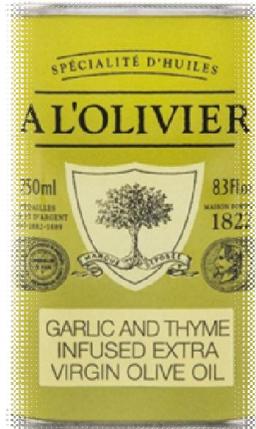


£ 10,00 250 ml
£ 40 / Litre
Origine Australie

HARVEY NICHOLS – Chaîne de grands magasins



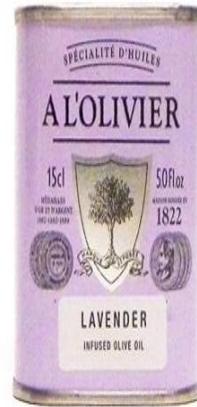
Les huiles d'olive françaises « A L'Olivier »



£ 7,95 – 250 ml
£ 31,8 / Litre



£ 7,95 – 250 ml
£ 31,8 / Litre



£ 4,95 – 150 ml
£ 33 / Litre



£ 7,95 – 250 ml
£ 31,8 / Litre



£ 8,95 – 250 ml
£ 35,8 / Litre



£ 20,00 3* 150 ml
£ 44,44 / Litre



£ 12,50 – 12* 20 ml
£ 52,08 / Litre

HARVEY NICHOLS – Chaîne de grands magasins



Les huiles d'olive « premium »



£ 8,95 – 500 ml
£ 17, 9 / Litre



£ 14, 95 – 500 ml
£ 29,9 / Litre



£ 14, 95 – 500 ml
£ 29,9 / Litre



£ 29,92 – 1l
£ 29,92 / Litre

HARVEY NICHOLS – Chaîne de grands magasins



Les huiles d'olive « premium + »



£ 6,50 – 200 ml
£ 32,5 – Litre



£ 8,95 – 250 ml
£ 35,8 / Litre



£ 16,95 – 500 ml
£ 33,9 / Litre



£ 15,95 – 500 ml
£ 31,9 / Litre

HARVEY NICHOLS – Chaîne de grands magasins



Les huiles d'olive haut de gamme



£ 128,5 – 750ml
£ 171,93 / Litre



£ 12,95 – 250 ml
£ 51,8 / Litre



£ 14, 95 – 3* 55 ml
£ 271, 81 / Litre



£ 26, 95 – 500 ml
£ 53,9 / Litre



£ 11,50 - 250 ml
£ 46/ Litre

HARVEY NICHOLS – *Chaîne de grands magasins*



Les huiles d'olive avec PDO



£ 10,50 – 200 ml
£ 52,5 / Litre

FORTNUM & MASON – Grand magasin / Epicerie fine



3 magasins en Angleterre et forte présence internationale



28 références d'huiles d'olive
3 références d'huile d'olive bio

1. 1m de large, 4 étagères
2. 2m de linéaire au total pour l'huile d'olive

Fortnum & Mason est une enseigne de notoriété internationale. Certaines huiles d'olive ont la caractéristique d'avoir été sélectionnées selon leur année de récolte. Une gamme courte d'huiles d'olive bio présente dont une d'origine grecque. Deux marques d'origine française (A l'Olivier et Castelines).

Les huiles d'olive BIO



£ 17,00- 500 ml
£ 34,00 / Litre



£ 14,00 – 350 ml
£ 40,00/ Litre



£ 20,00 – 1L
£ 20,00 / Litre

FORTNUM & MASON – Grand magasin / Epicerie fine



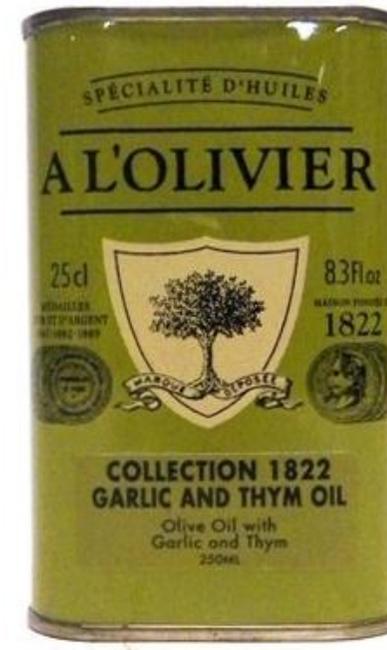
Les huiles d'olive françaises



£ 7,00 – 250 ml
£ 28,00 / Litre



£ 7,00 – 250 ml
£ 28,00 / Litre



£ 7,00 - 250 ml
£ 28,00 / Litre

FORTNUM & MASON – *Grand magasin / Epicerie fine*



Les huiles d'olive avec AOP



£ 14,00 – 250 ml
£ 56,00 / Litre



£ 15,00 - 500 ml
£ 30,00/ Litre



Les huiles d'olive premium (moins de 35 livres le litre)



£ 12,50 – 500ml
£ 25,00 / Litre



£ 12,50 – 500 ml
£ 25,00 / Litre



£ 40,00 – 1,5 L
£ 26,67 / Litre



£ 22,00 – 750 ml
£ 29,33 / Litre



£ 15,00 – 500 ml
£ 30,00 / Litre



£ 17,00 – 250 ml
£ 34,00 / Litre

FORTNUM & MASON – Grand magasin / Epicerie fine



Les huiles d'olive premium (moins de 35 livres le litre)



£ 8,50 – 250 ml
£ 34 / Litre



£ 17,00 – 500 ml
£ 34,00 / Litre



£ 17,00 – 500 ml
£ 34,00 / Litre

FORTNUM & MASON – Grand magasin / Epicerie fine



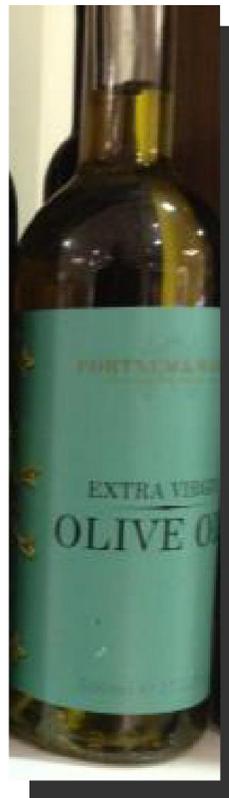
Les huiles d'olives premium + (plus de 35 livres le Litre)



£ 23,00 – 500 ml
£ 46,00 / Litre



£ 23,00 – 500 ml
£ 46,00 / Litre



£ 5,95 - 100 ml
£ 59,95 / Litre



£ 16,00 – 250 ml
£ 64,00 / Litre



18,00 – 250 ml
£ 72/ Litre



Les huiles d'olive premium plus (plus de 35 livres le litre)



£ 14,00 – 250 ml
£ 56,00 / Litre



£ 14,00 – 250 ml
£ 56,00 / Litre



£ 14,00 – 250 ml
£ 56,00 / Litre

Les huiles d'olive haut de gamme



£ 100 – 250 ml
£ 400 / Litre



£ 45 – 55 ml
£ 818,18 / Litre



TREE OF LIFE – Entretien acheteur



N. B., Acheteur pour Tree of life

*Tree Of Life est le **distributeur leader des produits BIO** en Angleterre. Tree Of Life possède un **réseau de distribution assez développé** avec des chaînes de magasins telles que Planet Organic, As Nature Intended ou encore Wholefoods Market*

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Tree Of Life ?

Constat de l'acheteur N. B.

- 1) Tree Of Life distribue 30 huiles d'olive différentes dont 50% sont BIO
- 2) En Angleterre, le marché de l'huile d'olive BIO est très bagarré.
- 3) Le BIO n'est pas une valeur ajoutée

Clés de succès selon l'acheteur N. B.

- 1) **Privilégier les produits innovants et différenciants**
- 2) Avoir une approche par réseau : il faut que les HOMF BIO soient sur la liste des produits demandés par les clients de Tree Of Life (Planet Organic, As Nature Intended, Wholefoods Market)
- 3) Les AOP/AOC sont un critère de différenciation mais non-suffisant



CLEARSPRING – Entretien acheteur



A. F. ,

Manager de développement produit pour Clearspring

Clearspring est l'une des **marques leaders des produits BIO en Angleterre**. La marque, appartient à une société anglaise privée et est aujourd'hui très présente dans les magasins BIO, **elle distribue plus de 180 produits dans plus de 40 pays**.

Quelles sont les opportunités commerciales pour les HOMF BIO au sein de Tree Of Life ?

Constat du manager A. F.

- 1) Clearspring a pour vocation de proposer des produits de qualité comme au temps de nos grands-parents
- 2) Clearspring veut promouvoir l'alimentation et la culture biologique
- 3) Clearspring n'avait jamais envisagé de vendre de l'huile d'olive française

Clés de succès

- 1) Ayumi est intéressé par les concepts de Fruité vert ou Fruité Noir, cela semble être un bon point de différenciation
- 2) Vu les faibles volumes de l'année 2014 pour l'Italie, il peut être intéressant pour Clearspring de s'approvisionner auprès de la France et ainsi compléter leur offre



**FOCUS SUR D'AUTRES OPPORTUNITÉS
COMMERCIALES : OCADO**

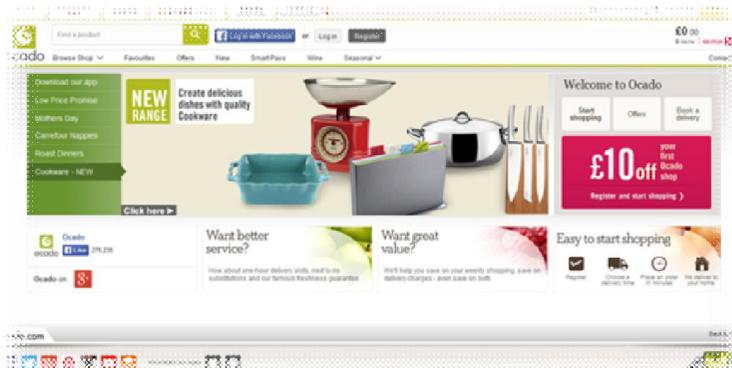


Ocado est un **supermarché en ligne** et représente le plus grand distributeur alimentaire online dans le monde. Ocado a entrepris un partenariat avec Waitrose en 2002, avec Morrisons en 2013 et une gamme de produits Carrefour est également vendue par le distributeur Ocado.

Avec plus de 2800 produits BIO en vente, Ocado a été nommé « **Meilleur supermarché BIO** » par les consommateurs en 2014.

OPPORTUNITES POUR L'AFIDOL :

La **SOIL ASSOCIATION** (équivalent de l'Agence BIO en France) organise un salon sur le thème « Meet the Organic supplier » le mercredi 3 juin 2015 dans les bureaux d'Ocado à Hatfield. Pour participer à cet événement, les membres de l'AFIDOL peuvent s'enregistrer en contactant Finn Cottle auprès de la **SOIL ASSOCIATION** : FCottle@soilassociation.org



SOMMAIRE



I) ETUDE DE MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR LES FILIÈRES OLÉICOLES EN EUROPE ET EN TUNISIE

(France, Italie, Espagne, Tunisie)

- 1) Structure des filières oléicoles (nombre d'exploitations, surfaces en hectares, répartition par régions)
- 2) Les bassins de production de l'olive bio
- 3) Production d'olives BIO par pays
- 4) Estimation de la production d'huile d'olive BIO par pays
- 5) Focus sur les huiles d'olive avec appellation (Italie et Espagne)
- 6) Focus sur les exportations d'huiles d'olive françaises

II) VAGUE D'ENTRETIENS QUALITATIFS D'EXPERTS DE LA FILIÈRE

- 1) Méthodologie et Identification des profils
- 2) Résultats de l'étude qualitative
- 4) Conclusions et tendances qualitatives

III) IDENTIFICATION DES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

(France, Allemagne, Angleterre)

1. FRANCE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

2. ALLEMAGNE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

3. ANGLETERRE

- a) Le marché du Bio alimentaire
- b) Store check (**ESD Acheteurs**)

IV) SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE DOCUMENTAIRE





PARTIE 4

SYNTHESE DE L'ÉTUDE DOCUMENTAIRE

CONCLUSION

Des constats communs auprès des experts oléologues et des producteurs BIO :

✓ Produire en BIO est avant tout une **démarche agricole personnelle et non-commerciale pour une partie des oléiculteurs**

✓ Il n'y a **pas différences organoleptiques perçues** entre une huile d'olive BIO et une huile d'olive conventionnelle :

→ Le bio n'est pas une valeur ajoutée produit

→ Le bio n'est pas une valeur ajoutée origine

✓ Le bio donne accès à des **canaux de distribution locaux et intermédiaires** (grossistes/revendeurs)

✓ Les huiles d'olive BIO françaises **ne peuvent pas concurrencer les huiles d'olives BIO étrangères** en termes de prix dans les circuits de grande consommation

✓ Une huile d'olive se **valorise avant tout par sa variété et son origine**

→ L'offre produit qui semble avoir le plus d'atouts commercialement est

L'huile d'olive d'origine AOC/AOP certifiée BIO



LES OPPORTUNITES COMMERCIALES POUR LES HOMF BIO

France, Angleterre, Allemagne

CONCLUSION (1/6)

FRANCE

•LA VENTE DIRECTE SUR DE NOUVEAUX SITES INTERNET MARCHANDS

Ventesprivées.com / Epicerie Fine **Miam Miam**

Le futur site **Gastronomie.com** qui fait la promotion du terroir français et vend à travers le monde
Objectifs affichés : 250 000 produits terroir émanant de 25 000 producteurs français.

•LES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES BIO

L'enseigne leader **BIOCOOP** a ouvert la voie des HOMF AOC BIO , continuer à enrichir la gamme
Les autre enseignes spécialisées BIO devraient suivre . Il faut les rencontrer en direct pour leur proposer les HOMF AOC BIO

BIO MONDE , LA VIE CLAIRE , NATURALIA ...

•LA RHF

Demande croissante de produits BIO en restauration hors foyer : Les Grands Chefs , la restauration collective .

Chez **METRO** se positionner en AOC BIO sur la nouvelle gamme « **Horeca Select Premium** »

Elargir la prospection commerciale à d'autres grossistes livrant la Restauration...

CONCLUSION (2/6)

FRANCE

• DEVELOPPER DES PARTENARIATS AVEC LES BONS REVENDEURS

(A L'OLIVIER , PREMIERE PRESSION DE PROVENCE ,...)

- Promouvoir et échantillonner les AOC BIO dans leurs magasins et chez leurs clients
- Partenariat commercial à l'Export (ex A L'OLIVIER en Angleterre)
- Développement de nouveaux formats d'essai ou cadeau pour les AOC BIO

• DUTY FREE

Rencontrer **Aélia Lagardère Service** pour proposer une HOMF AOC BIO de grande qualité

Une belle bouteille verre , une référence terroir du midi de la France et culinaire pour un souvenir de France (AOC BIO)

• LES MUSÉES NATIONAUX

Rencontrer le service achats de la **Réunion des Musées Nationaux** (RMN) pour proposer une offre adaptée au concept des boutiques et à la demande d'une importante population touristique principalement étrangère

• LES ENSEIGNES NATIONALES DE CAVISTES

NICOLAS, INTERCAVE ...

Proposer une offre terroir AOC BIO de France pour une clientèle de passionnée de châteaux et de vins

CONCLUSION (3/6)

ANGLETERRE

- **ENSEIGNE WAITROSE (le Monoprix anglais)**

Intérêt de l'acheteur pour des HOMF BIO avec de réelles différenciations

Intérêt pour les saveurs Fruité vert, Fruité noir, Fruité mûr

Présentation argumentée attendue en Mai pour un référencement potentiel en 2016

- **ENSEIGNE HARVEY NICHOLS**

Attente de l'acheteur d'une différenciation par l'origine AOP

Pas de besoin à marque enseigne pour l'instant

Accompagner l'offre de promotions ou de dégustation produit (si fruité noir par exemple)

- **GROSSISTE / DISTRIBUTEUR SPÉCIALISÉ BIO TREE OF LIFE**

Le sélectionneur constate que le marché anglais est très bagarré sur les produits BIO, néanmoins il est toujours à la recherche de produits différenciants.

Son propre réseau de clients spécialisés BIO doit être demandeur de cette nouvelle offre

Les AOP / AOC sont une valeur ajoutée nécessaire mais non-suffisante

CONCLUSION (4/6)

ANGLETERRE

- **GROSSISTE / DISTRIBUTEUR SPÉCIALISÉ BIO CLEARSPRING**

L'acheteuse Clearspring a pour vocation de proposer des produits de qualité comme autrefois qui allient le culinaire et l'agriculture biologique

Elle est intéressée par les variétés Fruité vert, Fruité noir, Fruité mûr comme élément de différenciation

Il faut la visiter rapidement pour lui présenter une offre d'HOMF AOC BIO

- **SITE MARCHAND BIO « OCADO »**

Elu « Meilleur supermarché BIO » en ligne par les consommateurs en 2014

Ocado travaille en partenariat avec les plus grandes enseignes alimentaires anglaises (Waitrose, Morrisons,...)

Un salon intitulé « Meet the Organic Supplier » est organisé dans les locaux d'Ocado le 3 juin prochain. L'AFIDOL peut contacter la SOIL ASSOCIATION pour s'enregistrer et participer à cet évènement

CONCLUSION (5/6)

ALLEMAGNE

•GRAND MAGASIN GALERIA KAUFHOF

L'acheteur reconnaît que les huiles d'olives françaises sont peu connues en Allemagne contrairement aux huiles italiennes qui ont une forte notoriété historique

Il nous conseille les points suivants :

- Commercialiser les huiles d'olives françaises sous leurs **marques propres**.
- Privilégier **les appellations AOP**, il s'agit d'un vrai critère d'achat.
- **Une huile d'olive certifiée BIO et AOP est l'huile d'olive idéale pour la vente**
- La mise en place de « produits test » en 2015 : un partenariat commercial pour faire un essai de quelques produits HOMF sur le site en ligne afin d'évaluer le potentiel des huiles d'olive françaises. Contribution à prévoir en échange de la prise de risque.

•CHAINE DE MAGASINS SPECIALISES BIO « DENNREE »

D'après l'acheteuse, les huiles d'olive françaises sont surtout connues et reconnues par les connaisseurs pour leur qualité et leur positionnement haut de gamme.

Cependant, les huiles d'olive françaises peuvent rebondir sur le marché allemand suite au scandale des huiles d'olive italiennes (trafic des origines)

L'acheteuse nous conseille de nous diriger vers les magasins d'épicerie fine, les grands magasins et les ventes directes via internet

CONCLUSION (6/6)

LES CONSEILS DE MONSIEUR JÉRÔME BLANVILLAIN POUR RÉUSSIR À L'ÉTRANGER :

- « Pour les développements export que je connais bien, il faut savoir que dans beaucoup de pays la référence huile d'olive est d'abord italienne. Personne n'attend les HOMF, il y a beaucoup de monde sur ce marché. »
- « J'aurais tendance pour les HOMF à recommander les pays d'Europe du Nord, Anglo-Saxons et d'Asie : Benelux, Angleterre, Allemagne, Scandinavie, Etats-Unis et Japon »
- Avant de se lancer dans un pays il faut :
 - Vérifier les marques et les origines référentes par pays
 - Rechercher prioritairement les cibles qui connaissent la France, la Provence via le tourisme
 - Aller vers le premium pour les HOMF et les circuits de distribution adaptés
 - Eduquer le public étranger sur les spécificités organoleptiques des HOMF
- Les ventes en Travel Retail sont bonnes en huiles d'olive et permettent la promotion de l'origine France. Nous sommes encore peu nombreux chez Aelia par exemple, il y a la place pour une nouvelle offre terroir / AOC France.



LES ELEMENTS A VALIDER AUPRÈS DES CONSOMMATEURS VIA L'ÉTUDE IPSOS

LES ELEMENTS A VALIDER AUPRÈS DES CONSOMMATEURS VIA L'ÉTUDE IPSOS

- Valider l'intention de visite/d'achat par les consommateurs français actuels d'HOMF sur des grands sites marchands (Venteprivées.com, Miam Miam,...)
- Valider l'attente, la force motivante et le niveau de prix psychologique d'une offre premium HOMF AOC BIO auprès de la clientèle française habituelle en circuit spécialisé BIO (Biocoop, Bio Monde, La Vie Claire,...)

Pour les consommateurs allemands et anglais :

- Mesurer le niveau de notoriété et d'image de toutes les origines d'huiles d'olive, dont la France auprès de ces populations étrangères
- Valider auprès des acheteurs réguliers en enseignes spécialisées BIO la pertinence d'une offre AOC BIO d'origine France.
- Valider l'intention d'achat d'une offre d'huile d'olive AOC BIO en magasins gastronomiques Duty Free et en boutiques de musées nationaux français