



HAL
open science

L'olivier et les territoires méditerranéens

Stéphane Angles

► **To cite this version:**

| Stéphane Angles. L'olivier et les territoires méditerranéens. L'histoire de l'olivier, 2012. hal-02096367

HAL Id: hal-02096367

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02096367v1>

Submitted on 11 Apr 2019

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

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

L'olivier et les territoires méditerranéens

Stéphane ANGLES

Université Paris Diderot – Paris 7, UMR 7533 LADYSS

« Là où l'olivier renonce, finit la Méditerranée », cette citation de Georges Duhamel illustre parfaitement la place remarquable qu'occupe cet arbre au sein des cultures et des territoires méditerranéens au point d'être considéré comme le meilleur marqueur de la zone climatique méditerranéenne. L'étroite symbiose tissée entre l'olivier et ses territoires montre bien la forte part symbolique et la représentation imaginaire qu'entretient l'arbre de Minerve avec les régions et les sociétés du Bassin méditerranéen. En évoquant l'olivier, on se situe clairement dans le champ idéal autant que dans une réalité objective.

Devant un tel constat, on comprend aisément que l'oléiculture présente un très fort ancrage territorial avec des impacts multiples et réciproques qui place fréquemment l'olivier au cœur des questions et enjeux des territoires dans lesquels il s'inscrit. Aussi est-il important d'analyser le rôle que joue la culture de l'olivier dans les dynamiques qui animent ces régions en mettant en valeur l'exemplarité ou la singularité de leurs relations mutuelles. L'approche visant à appréhender les liens entre olivier et territoire permet de repositionner les mutations territoriales dans des questionnements contemporains entre le local et le global, le traditionnel et le moderne ou le rural et l'urbain. Ainsi, l'olivier, symbole archétypique des traditions agraires, se présente désormais au cœur des défis qui bouleversent les territoires méditerranéens.

1. L'oléiculture, une activité très présente dans les territoires méditerranéens :

Ubiquité et prégnance de l'olivier :

La culture de l'olivier occupe des superficies très importantes dans le Bassin méditerranéen sur près de 10 millions d'hectares, avec une nette concentration des oliveraies au sein de quatre pays (Espagne, Italie, Tunisie et Grèce) qui regroupent les 2/3 des superficies oléicoles mondiales. Toutefois, dès que les conditions climatiques le permettent, la culture de l'olivier apparaît immédiatement et présente une place notable dans les paysages ; en cela, il borne parfaitement l'aire méditerranéenne dans laquelle il s'épanouit. Dans les régions septentrionales du Bassin méditerranéen, l'oléiculture n'occupe souvent qu'une place marginale et précaire en raison du risque de gelées catastrophiques mais elle demeure bien présente dans les paysages et bénéficie d'une mise en valeur remarquable avec de multiples plantations d'oliviers dans les jardins ou dans le décor végétal urbain. De cette façon, l'olivier devient le principal marqueur d'identification méditerranéenne des territoires et tend à être considéré comme un objet emblématique de la territorialisation. La forme de l'arbre et la teinte du feuillage ainsi que la position fréquente des olivettes en bordure de parcelles ou sur des pentes permettent de distinguer aisément les oliviers dans le paysage accentuant ainsi la perception d'ubiquité oléicole.

Sur le plan économique, l'oléiculture représente une activité très importante dans de nombreuses régions méditerranéennes et demeure une des bases de l'agriculture en

Andalousie, dans les Pouilles italiennes, en Tunisie, en Crète ou dans le Péloponnèse grec. En France, on relève de nombreux petits bassins oléicoles comme le Nyonsais, les Baronnies ou les Alpilles dans lesquels l'olivier est un des fondements de l'économie locale. Sur le plan social, l'importance accordée à l'olivier est largement renforcée par la multitude de petites unités de production. L'oléiculture conserve donc un rôle socio-économique majeur dans toutes les régions méditerranéennes dans lesquelles elle assure des revenus et une source d'emplois considérables. La prégnance sociale de l'olivier est accentuée par le poids culturel qu'il représente. L'olivier est porteur de nombreuses valeurs véhiculées par un jeu complexe de représentations qui lui octroie une place éminente et hautement symbolique par des références mythologiques, religieuses, historiques, artistiques ou ancrées dans les cultures populaires. C'est pourquoi l'oléiculture bénéficie d'une forte valorisation et d'un caractère symbolique singulier.

L'ensemble de ces caractéristiques font de l'olivier un élément emblématique qui l'enracine profondément au sein des territoires méditerranéens. En premier lieu, c'est un symbole d'identité et de reconnaissance de l'aire méditerranéenne qui illustre parfaitement le creuset historique et civilisationnel du monde méditerranéen. L'olivier symbolise également le milieu bioclimatique méditerranéen et il est particulièrement mis en valeur dans les bordures septentrionales du Bassin méditerranéen où il marque l'entrée dans cette zone climatique. L'olivier montre aussi un fort ancrage régional en raison des nombreuses spécificités locales reposant sur les réputations qualitatives des produits ou des paysages oléicoles. Les témoignages anciens louant la finesse ou l'excellence de certaines huiles d'olive comme celles du Pays d'Aix en France, du Bas-Aragon espagnol ou de Ligurie italienne abondent dans la littérature et les paysages d'oliviers de Provence ou de Toscane ont depuis longtemps été admirés (PERRIN, 2009). L'olivier, de par sa longévité et son caractère ancestral, est ainsi considéré comme un témoignage flagrant d'une longue historicité et des traditions agraires régionales : il symbolise donc un rattachement à un passé rural et local. Tout ceci explique la forte empreinte de l'oléiculture dans ses territoires qui dépasse largement la place réelle qu'elle occupe. Aussi note-t-on une très forte mobilisation de cet arbre emblématique dans les discours de promotion des productions agricoles et de marketing territorial.

Les impacts croissants de l'oléiculture dans les territoires méditerranéens :

Par ses impacts sur les territoires méditerranéens, la culture de l'olivier participe activement à l'animation et aux dynamiques de ces régions. Les impacts sociaux sont majeurs en raison du très grand nombre d'oléiculteurs qui se comptent par centaines de milliers selon les pays : un million d'oléiculteurs en Italie, 840 000 en Grèce, 700 000 en Espagne. Même dans les pays où l'oléiculture n'est qu'une activité très marginale, les exploitants oléicoles représentent une population conséquente dans les zones de production : 3 000 en Slovénie, confinés dans le mince liseré bordant l'Adriatique, 26 000 en France, concentrés dans douze départements, et 33 000 en Croatie, situés sur la côte dalmate. En outre, les oléiculteurs représentent des profils très variés allant des exploitants spécialisés dans la culture de l'olivier et disposant d'un patrimoine oléicole important aux innombrables petits oléiculteurs possédant quelques arbres mais soucieux d'apporter leurs olives au moulin afin d'obtenir leur propre huile d'olive. Les petits exploitants sont très largement majoritaires dans le secteur oléicole ; ainsi, les domaines

possédant moins d'un hectare d'oliviers représentent 73% des oléiculteurs en France et 97% en Croatie (source : COI).

L'olivier contribue largement à l'animation de réseaux socio-économiques de plus en plus étoffés et vivaces en raison de l'engouement suscité par cet arbre. En France, cette tendance est aisément observable avec l'augmentation du nombre des moulins et la multiplication des manifestations et stages organisés pour l'apprentissage de la taille ou de l'entretien des arbres. Tout cela favorise les mises en réseaux au profit d'une population croissante d'amateurs et de passionnés de l'olivier. Les relations familiales et amicales sont également vivifiées par l'oléiculture grâce aux multiples échanges informels de produits oléicoles et à la participation à l'olivaison ou aux travaux d'entretien des arbres. Ces relations de proximité jouent un rôle majeur dans le maintien voire l'augmentation des micro-exploitations oléicoles dont la viabilité est assurée par l'entraide familiale ou amicale.

Les impacts économiques de l'oléiculture reposent sur les revenus générés par cette activité agricole portée par une conjoncture favorable depuis le milieu des années 1980. L'huile d'olive a bénéficié d'un regain d'intérêt récent qui a permis une revalorisation de l'oléiculture, longtemps considérée comme un secteur peu rentable et déclinant. Le retournement de tendance opéré dans certaines régions méditerranéennes depuis la décennie 1980 s'appuie sur une patrimonialisation des paysages et des productions oléicoles et participent à l'émergence de paniers de biens et d'une synergie efficace entre l'oléiculture et d'autres secteurs économiques comme l'agriculture ou le tourisme (PECQUEUR, 2001). Les projets et la gestion d'initiatives issues du secteur oléicole comme les indications géographiques (AOP ou IGP), les politiques d'amélioration qualitative ou d'aménagement territorial en lien avec l'oléiculture, constituent aussi des actions qui animent les territoires par la mise en relation de nombreux acteurs privés et publics réunis autour des effets dynamiques de l'olivier.

Par le jeu de perceptions valorisantes, l'empreinte des oliviers dans les paysages contribue très largement à leur patrimonialisation et à l'accroissement des aménités paysagères des territoires méditerranéens. L'olivier ranime ainsi le caractère rural et agraire de ces régions en s'inscrivant dans une variété paysagère considérée comme traditionnelle (petites olivettes disséminées, arbres en bordure des chemins ou des parcelles...) et en mettant en valeur un patrimoine végétal (les vieux oliviers) et bâtis (terrasses, cabanons, anciens moulins...). Le rôle paysager joué par l'olivier comme témoin d'une tradition agraire est couramment mobilisé dans les territoires méditerranéens en proie à une forte pression urbaine et à une banalisation des paysages.

L'oléiculture a également des impacts environnementaux appréciés en raison du haut niveau de biodiversité observé dans les oliveraies, en particulier dans les vergers extensifs sous un couvert herbeux. Cela permet d'intégrer les olivettes conduites de manière extensive au sein des trames vertes qui constituent désormais des enjeux écologiques de première importance. Parallèlement, les oliveraies peuvent participer à la lutte contre l'érosion des sols par la conservation et l'entretien des terrasses, à la diminution des risques de propagation des

incendies en servant de pare-feux efficaces et en produisant des matières énergétiques comme les grignons ou les rémanents de taille.

2. Un nouveau moteur de développement agricole ?

Un développement récent de l'oléiculture qui contraste avec le marasme antérieur :

Avant la décennie 1980, la culture de l'olivier connaissait un marasme général occasionnant la stagnation voire le recul des superficies oléicoles. En France, le nombre d'oliviers cultivés a chuté de 12 millions en 1940 à 4 millions en 1980 (source : SIDO). De même, en Espagne, 200 000 hectares d'oliveraies avaient disparu entre 1970 et 1990 (source : Ministerio de Agricultura). Les causes de cette crise sont multiples mais reposent essentiellement sur la faible rentabilité de l'oléiculture en lien avec la faiblesse des rendements, le coût de la main-d'œuvre et la concurrence des autres huiles alimentaires, moins chères et favorisées par un marketing puissant. L'image passéiste attachée à l'olivier contribuait aussi à sa faible attractivité et les aléas climatiques comme les gelées de 1929 et surtout de 1956 ont précipité l'oléiculture dans un profond déclin dans les régions méditerranéennes septentrionales.

Depuis le milieu de la décennie 1980, la culture de l'olivier est sortie de cette crise et a enregistré un essor rapide concrétisé par une augmentation des superficies oléicoles avec de nouvelles plantations, une modernisation des modes de production et un net accroissement des productions stimulées désormais par un marché porteur. En effet, la demande d'huile d'olive a crû avec la reprise de la consommation dans les pays méditerranéens et la croissance rapide des ventes d'huile d'olive dans de nouveaux marchés en Europe occidentale, en Amérique du Nord, en Océanie ou au Japon. Les secteurs oléicoles positionnés sur des appellations d'origine et bénéficiant d'une bonne réputation ont largement su profiter de cette embellie et ont enregistré un essor remarquable. La situation de l'oléiculture française est tout à fait révélatrice de cette conjoncture avec la l'augmentation et la modernisation des oliveraies en lien avec la multiplication des appellations d'origine contrôlée pour des produits oléicoles (1^{ère} AOC en 1994, 14 AOC en 2011). L'image passéiste et ancestrale de l'oléiculture s'est désormais transformée en un précieux atout en devenant une garantie d'authenticité et de tradition unanimement appréciée. Dans les régions septentrionales du Bassin méditerranéen où la patrimonialisation de l'olivier est la plus flagrante, le regain d'intérêt pour l'oléiculture est très net comme l'atteste son développement récent observé en France, en Croatie, en Slovénie, dans les régions centrales de l'Italie (Toscane, Ombrie, Emilie-Romagne) ou au Portugal. En effet, dans ces régions, la valorisation des paysages et des produits de l'olivier y est telle que les prix de l'huile d'olive locale sont largement supérieurs aux cours mondiaux et stimulent un secteur moins productif que celui des grandes régions oléicoles que sont l'Andalousie, les Pouilles italiennes ou la Tunisie. Ainsi la production française d'huile d'olive a-t-elle enregistré une forte augmentation depuis les années 1990 passant de 1 800 tonnes en 1986/90 à près de 5 000 tonnes en 2006/09 (source : AFIDOL). Cette renaissance de l'oléiculture tranche nettement avec les difficultés rencontrées par les autres secteurs agricoles régionaux comme la viticulture, le maraîchage, les cultures fruitières ou l'élevage.

Une production de plus en plus marquée par une valorisation qualitative :

Les produits oléicoles ont toujours joui d'une bonne reconnaissance pour leurs vertus sanitaires et leurs qualités gustatives et cette réputation a largement contribué au développement récent de la consommation mondiale grâce aux bienfaits du régime alimentaire méditerranéen. Cette qualité de l'huile d'olive a été renforcée par les progrès opérés dans les méthodes d'élaboration de l'huile d'olive avec la généralisation des matériels modernes en système continu et par le soin apporté aux olives livrées dans les moulins. Les appellations d'origine protégée et des indications géographiques protégées pour les huiles d'olive et les olives de table dans l'Union européenne ont également participé à ce processus de valorisation. En effet, depuis 1972, date de la première appellation d'origine pour une huile d'olive catalane (Borjas Blancas, devenue Les Garrigues), les indications géographiques se sont multipliées au sein de l'Union européenne comme le montre la figure 1.

Figure 1 : le nombre d'Appellations d'Origine Protégée (AOP) et d'Indications Géographiques Protégées (IGP) d'huile d'olive enregistrées dans l'Union européenne en 2011.

Pays	Nombre d'AOP et IGP d'huile d'olive
Espagne	24
France	7
Grèce	27
Italie	41
Portugal	6

Source : Commission européenne (base de données DOOR)

Ces indications géographiques représentent des aires de production et des productions très dissemblables avec des découpages très étendus en Espagne et au Portugal et, au contraire, des surfaces plus réduites en France, en Grèce et en Italie. Les cahiers des charges des AOP d'huile d'olive montrent une approche plus marquée sur les caractéristiques physico-chimiques des produits en Espagne, en Grèce ou au Portugal avec des spécifications souples pour les variétés et le découpage des aires alors qu'en France ou en Italie, les paysages oléicoles, la composition variétale des vergers, les modes de culture et de récolte et la définition du terroir font l'objet d'une attention plus soutenue (ANGLES, 2007). L'émergence et les attentes de ces indications géographiques affichent bien une volonté de développement local fondé sur les labels oléicoles qui induisent une valorisation supplémentaire pour les territoires concernés. La démarche de labellisation participe au processus de patrimonialisation en préservant les typicités des paysages et des produits oléicoles et parallèlement, entraîne une attractivité majeure pour les terroirs disposant de tels labels. Toutefois, il convient de relativiser l'impact de ces appellations car cela ne valorise qu'une faible part des productions d'huile d'olive (surtout dans les grandes régions productrices comme l'Andalousie, la Sicile, les Pouilles, la Crète ou le Péloponnèse) et que l'apport de valeur est très variable selon la notoriété des labels. Malgré tout, les régions septentrionales comme la Provence, la Catalogne, le Bas-Aragon, la Ligurie, l'Ombrie ou la Toscane bénéficient d'appellations réputées qui offrent des prix de l'huile d'olive largement supérieurs à ceux de produits équivalents.

Cette amélioration qualitative s'intègre dans des stratégies économiques qui visent à faire émerger des paniers de biens qui bénéficient d'une rente de qualité territoriale pour laquelle les aménités paysagères et les réputations gustatives apportées par l'oléiculture jouent un rôle considérable (HIRCZACK et al., 2008). Les régions françaises des Baronnies (Drôme), des Alpilles (Bouches-du-Rhône) ou la Toscane italienne constituent des exemples emblématiques de la rente de qualité territoriale et des paniers de biens dans lesquels l'huile d'olive est un produit-phare. Des situations similaires émergent en Provence, en Corse, en Ombrie ou en Croatie (îles dalmates de Krk et de Brač). Ces paniers de biens se fondent sur les effets de synergie qui se produisent par l'association de la production oléicole hautement valorisée et d'autres produits comme le vin, les cosmétiques ou des services comme l'hébergement. Les domaines viticoles qui se diversifient dans l'oléiculture et qui mettent en relation leurs productions viticoles et oléicoles pour une valorisation mutuelle sont désormais très nombreux en Toscane ou en Provence. De même, plusieurs exploitations viticoles du Languedoc-Roussillon ou de Provence, en proie au marasme de ce secteur, ont récemment opté pour l'oléiculture avec de nouveaux vergers et, parfois, une petite huilerie. Dans la Sierra Mágina en Andalousie, l'association de développement rural a favorisé la naissance d'une entreprise de cosmétiques étroitement liée à la production locale d'huile d'olive qui bénéficie d'une AOP. Les boutiques des moulins, les sites de vente directe sur Internet, les présentations dans les foires internationales sont autant de témoignages de l'effet de synergie qu'engendre l'oléiculture au profit du développement local.

3. L'olivier, un patrimoine porteur de projets territoriaux :

Les paysages de l'olivier, un patrimoine dynamisant :

Depuis une trentaine d'années, les paysages de l'olivier font l'objet de multiples initiatives qui visent à préserver ce qui est considéré désormais comme une richesse patrimoniale. Ces actions relèvent de projets publics provenant des collectivités territoriales avec des soutiens financiers régionaux, nationaux voire européens mais plus souvent d'initiatives privées (individus ou associations) comme l'atteste la figure 2.

Figure 2 : Réhabilitation d'anciennes olivettes en terrasses par un exploitant oléicole dans le Grand Vallon (commune de Roquevaire – Bouches du Rhône)



Source : S. ANGLES

Le département des Alpes de Haute Provence offrent de nombreux exemples d'initiatives paysagères avec la réhabilitation des olivettes en terrasses du Mont d'Or à Manosque, à Lurs, à Moustiers-Sainte-Marie ou à Entrevaux (DURBIANO, 2000). Le Pays d'Aubagne (Bouches-du-Rhône), le conseil général de la Drôme pour les olivettes de Villeperdrix et de Nyons ou le conseil général du Var pour les oliviers centenaires de La Farlède ont également entrepris des actions de conservation et de mise en valeur de paysages oléicoles traditionnels perçus comme remarquables en raison de leur histoire, de leur esthétique et de leurs agencements. Dans la majeure partie de ces actions, les paysages de l'olivier sont inclus dans un patrimoine agricole plus large qui comprend les terrasses, le bâti traditionnel et les sentiers. Ces projets patrimoniaux donnent lieu à des aménagements qui étoffent l'offre touristique (sentiers agrémentés de panneaux d'information, routes de l'olivier, panoramas...).

Quelques politiques vont plus loin que la simple réhabilitation paysagère et tendent à s'appuyer sur la richesse que constitue l'oléiculture pour asseoir une véritable politique de développement local. La vallée de l'Asse dans les Alpes de Haute Provence est exemplaire à cet égard avec, à l'initiative d'une association secondée par les collectivités territoriales, la réhabilitation d'olivettes abandonnées comme le montre la figure 3, la préservation d'une variété d'olivier (l'estoublonnaise), le projet d'un moulin coopératif couplé avec une boutique et l'animation du territoire autour de la renaissance de l'oléiculture locale (MINVIELLE, 2009).

Figure 3 : l'oliveraie réhabilitée dite « du bout-du-Monde » à Estoublon (Alpes de Haute Provence)



Source : S. ANGLES

L'olivier dépasse ainsi largement le seul contexte agricole pour se placer dans l'aire socioculturelle en occupant une place majeure dans l'ancrage des populations dans une culture méditerranéenne et locale. De ce fait, l'oléiculture participe d'une dynamisation des territoires et des sociétés grâce à l'importance des associations culturelles autour de cet arbre emblématique et à la multiplication des manifestations qui mettent en exergue l'olivier et ses produits : fêtes ou foires de l'olivier, de l'olivade ou de l'huile d'olive, organisation d'expositions ou de dégustations, musées ou lieux de visites (moulins, scourtineries...). Ainsi l'olivier joue désormais un rôle important dans l'animation territoriale auprès d'un public local en quête d'enracinement ou de préservation des traditions et vis-à-vis de la clientèle touristique.

L'oléiculture, un dynamiseur pour le tourisme ?

A partir de ce patrimoine oléicole très apprécié, les acteurs publics et privés du secteur touristique mobilisent de plus en plus l'attractivité suscitée par les paysages et les produits oléicoles afin de accroître le tourisme. Aussi de nombreux projets ont-ils été conçus pour associer olivier et tourisme en s'appuyant sur l'effet de synergie mutuelle. L'oléiculture devient ainsi un acteur efficace pour le développement du tourisme vert et de l'agritourisme (RUIZ GUERRA, 2011). La région du Nyonsais et des Baronnies dans la Drôme est exemplaire sur ce point car l'ensemble des acteurs locaux (collectivités territoriales, acteurs privés) ont entrepris de multiples projets pour mettre en valeur leur patrimoine oléicole, appuyé sur une appellation d'origine contrôlée, dans le but d'étoffer l'offre touristique. Ont ainsi été mis en place la route de l'olivier, l'aménagement des sentiers de l'olivier, l'Institut du Monde de l'Olivier, des musées, la visite d'anciens moulins ou d'une fabrique de scourtins, de nombreuses manifestations festives (l'Alicoque, la fête des olivades...), des séances de dégustation, des boutiques attrayantes au sein des moulins... Dans les Alpilles (Bouches-du-Rhône), les acteurs touristiques ont aussi mobilisé l'olivier afin de développer et diversifier leurs prestations : le Parc Naturel Régional a créé une route de l'olive, des visites

de moulins ou d'oliveraies sont organisées dans la plupart des villages, des sentiers ont été tracés par les municipalités. En Toscane, les démarches associant les activités agricoles, dont l'oléiculture, et le tourisme sont également très nombreuses et font de cette région renommée pour ses paysages d'oliveraies et ses huiles d'olive un modèle pour le développement de l'agritourisme (PERRIN, 2009). L'exemple de Baena en Andalousie (province de Cordoue) est éclairant car il montre les efforts tentés par un ensemble de collectivités locales (Asociación para el Desarrollo del Guadajoz y Campiña Este de Córdoba, municipalité de Baena, province de Cordoue, Junta de Andalucía), le conseil exécutif de l'appellation d'origine (Huile d'olive de Baena) et une entreprise de renom (Nuñez del Prado) pour promouvoir un patrimoine oléicole dans une région où l'huile d'olive est une production de masse et les oliveraies un paysage banal et monotone. Grâce au musée de l'olivier et aux visites guidées organisées dans le moulin de Nuñez del Prado, Baena est parvenu à entamer un processus de valorisation patrimoniale qui repose sur une oléiculture de qualité et sur les richesses architecturales du village. La province de Jaén, principale zone de production d'huile d'olive dans le Monde, tente une telle démarche mais sans grand succès : le musée de l'huile d'olive est peu fréquenté car situé dans un ancien domaine totalement isolé et les grands pôles touristiques que sont les villes de Baeza et Ubeda n'appuient guère leur attractivité sur leur richesse oléicole.

Ces différents exemples prouvent que les dynamiques touristiques en lien avec l'oléiculture sont variables selon les contextes en fonction du degré de patrimonialisation et de valorisation de l'olivier. Dans les régions septentrionales du Bassin méditerranéen, ce processus est très net en raison d'oliveraies moins étendues, de la réputation ancienne des produits et du rôle de marqueur climatique que joue l'olivier. Dans ces contrées, ce dernier constitue un réel support patrimonial et identitaire. C'est le cas de l'oléiculture en France, en Italie du Nord, en Catalogne ou en Croatie. En revanche, les régions méridionales offrent une patrimonialisation moins évidente en lien avec la banalisation des paysages de l'olivier et la massification des productions d'huile d'olive.

L'olivier, au cœur de nouvelles dynamiques urbaines :

Les régions méditerranéennes sont confrontées à des changements considérables liés à une forte croissance démographique et à une extension de l'urbanisation et des zones bâties. Cela est particulièrement vrai en France (PACA, Languedoc-Roussillon) mais aussi en Espagne (Catalogne, Communauté Valencienne, Madrid, agglomérations andalouses), en Italie (Ligurie, Toscane, Latium, Campanie, Sicile), en Grèce (aire athénienne, golfe de Corinthe) ou en Tunisie (agglomération tunisoise, région littorale entre Sousse et Sfax). Dans ce contexte, les oliveraies subissent les effets de l'étalement urbain associé au développement touristique qui aboutissent à une réduction des espaces agricoles périurbains. Or, on note depuis une vingtaine d'années un maintien voire une multiplication des oliviers dans de nombreuses zones périurbaines méditerranéennes. Ainsi les olivettes demeurent nombreuses dans l'arrière-pays niçois (Drap, L'Escarène), dans l'aire marseillaise (Pays d'Aubagne) ou toulonnaise (région de Bandol ou de La Londe-les-Maures). Le même phénomène est observé dans les régions de Gênes et de Florence en Italie ou de Barcelone en Espagne. En outre, on relève parfois une progression des oliveraies dans des secteurs désormais urbanisés où il y

avait peu d'oliviers antérieurement comme dans les zones périurbaines d'Avignon ou de Perpignan. Ce processus correspond à une réhabilitation d'anciennes oliveraies abandonnées, au maintien des oliveraies et des activités oléicoles existantes et à de nouvelles plantations dont les tailles varient de l'olivier isolé dans un jardin à la vaste olivette installée dans une grande propriété. Les causes de cet engouement pour l'olivier portent sur l'esthétisme et l'attrait des olivettes, la volonté d'obtenir une production très appréciée, le choix de maintenir un héritage paysager considéré comme un patrimoine et une valorisation immobilière du bien engendrée par les atouts paysagers. La figure 4 prise à Drap dans l'agglomération niçoise est révélatrice de cette oléiculture périurbaine. Les versants dominant le Paillon étaient auparavant couverts d'olivettes en terrasses et l'urbanisation de ce secteur n'a pas fait disparaître l'oléiculture mais, au contraire, l'a maintenue en orientant sa vocation vers une fonction ornementale. Malgré le mitage urbain, la plupart des oliviers ont été préservés et une partie des olives produites sont expédiées dans les moulins ou confiseries environnantes.

Figure 4 : Paysage oléicole en zone périurbaine à Drap (Alpes-Maritimes)



Source : S. ANGLES.

Le maintien des paysages oléicoles malgré la pression urbaine se rencontre également dans les zones touristiques quand les oliveraies constituent un décor végétal et un témoignage agraire qui renforcent l'attractivité des lieux pour des visiteurs en quête d'identité méditerranéenne et locale. De tels phénomènes s'observent en Provence, en Italie centrale, aux Baléares ou en Croatie.

Toutefois, il existe aussi de nombreux exemples où l'étalement urbain contribue à l'arrachage des oliviers de la même manière que les autres espaces agricoles. C'est le cas des oliveraies

jouissant d'une valorisation faible sans être considérées comme un patrimoine. Ainsi, les olivettes centenaires qui ceinturent l'agglomération de Séville dans l'Aljarafe à l'ouest ou dans le secteur de Carmona et de Dos Hermanas à l'est, reculent-elles inexorablement devant la poussée urbaine (GARCIA BRENES, 2011). Une tendance similaire se note dans les périphéries des villes andalouses (Jaén, Grenade, Cordoue...), tunisiennes (Sfax, Sousse), marocaines (Marrakech, Fès, Meknès) ou dans l'agglomération athénienne. Le niveau de patrimonialisation des oliveraies y est encore bien faible et ne pousse pas les sociétés locales à entreprendre des actions de sauvegarde ou de développement de l'oléiculture. Cependant, le potentiel pour de telles initiatives est présent et les paysages oléicoles commencent à devenir des enjeux comme le prouvent les efforts pour conserver les anciennes haciendas (anciens grands domaines oléicoles) près de Séville ou les oliviers centenaires dans l'île tunisienne de Djerba.

Conclusion :

Le renouveau de l'oléiculture au sein de ces territoires résulte principalement de deux processus complémentaires : la mise en patrimoine des paysages et des produits de l'olivier et leur valorisation auprès des sociétés. Ce changement s'est opéré depuis quelques décennies principalement au sein des régions dans lesquelles l'olivier constituait un élément symbolique d'identification méditerranéenne et locale. L'oléiculture s'appuyait également sur une réputation qualitative ancienne qui a été, par la suite, reconnue sous la forme d'indications géographiques. Cette patrimonialisation a abouti à un maintien voire une extension des olivettes même sous la pression urbaine et touristique. Malgré des limites à cette tendance, l'olivier devient ainsi un vecteur de l'animation et de la dynamique de nombreux territoires méditerranéens.

Bibliographie :

ANGLES, S. (2007). Les appellations d'Origine Protégée d'huile d'olive de l'Union européenne : une analyse comparative (Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal. *Méditerranée*, 109 – 2007, p. 79-84.

ANGLES, S. (2009). La diversité des paysages oléicoles : morphologie, valorisation et perspectives (Sierra Mágina, Baronnies) in Asociación de Desarrollo Rural de Sierra Mágina. *El Olivar : Paisaje, Patrimonio y Desarrollo Sostenible*, 2009, p. 57-74.33

DURBIANO, C. (2000). L'oliveraie provençale, production de qualité et requalification territoriale. *Méditerranée*, 3.4 – 2000, p. 17-27.

GARCIA BRENES D., FERNANDEZ CAÑERO, R. (2011). Ruptura de la sostenibilidad en la comarca del Ajarafe (Sevilla). La dialectica olivar-urbanizacion. *Scripta Nova – Revista electronica de Geografia y Ciencias Sociales de la Universidad de Barcelona*. URL : <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-366.htm>

HIRCZAK, M. et al. (2008). Le modèle du panier de biens. Grille d'analyse et observations de terrain. *Economie Rurale*, 308 – 2008, p. 55-70.

MINVIELLE, P. et al. (2009). La requalification des paysages oléicoles dans les Alpes du Sud : l'exemple de la Haute Provence in Asociación de Desarrollo Rural de Sierra Mágina. *El Olivar : Paisaje, Patrimonio y Desarrollo Sostenible*, 2009, p. 75-92.

PECQUEUR, B. (2001). Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Economie rurale*, 261 – 2001, p. 37-49

PERRIN, C. (2009). La patrimonialisation des oliveraies florentines : un paysage à conserver et à rentabiliser in Asociación de Desarrollo Rural de Sierra Magina. *El Olivar : Paisaje, Patrimonio y Desarrollo Sostenible*, 2009, p. 93-116.

RUIZ GUERRA, I. (2011). Delimitación conceptual del aceite de oliva como recurso turístico. *Olivae*, 115, p. 32-47.