

# Bien valoriser ses huiles et ses olives françaises

---

Quelles clés, quels outils pour mieux promouvoir et vendre ses produits ?



FRANCE  
**Olive**



# Quelle perception du produit par le consommateur ?

---

Résultats de l'étude IPSOS "Usages & attitudes huile d'olive" 2018-2020

FRANCE  
**Olive**

# Usages & Attitudes sur les huiles d'olive françaises

## Une étude sur le temps long : 3 grandes étapes

MARS A JUIN 2019

FOCUS SUR LES TRENDSETTERS



Entretiens qualitatifs d'auprès d'experts de la gastronomie :

- Chefs de restaurants Végétalien (vegan) / Végétariens / Végétal / « Sans »
- Blogueurs culinaires
- Agence de marketing ou communication culinaire

FIN 2019 – DEBUT 2020

COMMUNAUTÉS AUPRÈS  
DES CIBLES D'INTERET



Des communautés en ligne auprès 3 cibles affinitaires

- Les flexitariens
- Les séniors
- Des consommateurs orientés sur la qualité produit (circuits courts)

FIN 2020 – DEBUT 2021

PROFILAGE DES CIBLES  
D'INTERET



Une enquête quantitative auprès des CSP+ consommateurs d'huile d'olive avec un focus sur trois sous- cibles :

- Les flexitariens
- Les séniors
- Les circuits-courts

# Rappel de nos cibles d'intérêt

## LES SÉNIORS



Obtenus naturellement dans l'échantillon et sont définis par leur âge compris entre 50 et 65 ans.

**Toutes nos cibles d'intérêt sont également CSP + et consommateurs d'huile d'olive.**

## LES FLÉXITARIENS



Définis par la question sur les habitudes de consommation (question S3, voir les résultats ci-après). Ils devaient :

- Être pas d'accord ou pas du tout d'accord sur le fait de manger de la viande tous les jours ou de ne plus en manger Ne pas être ni des consommateurs réguliers de viande ni des végétariens
- Être d'accord ou tout à fait d'accord avec le fait d'avoir réduit la consommation de viande et de compenser avec une alimentation végétale plusieurs fois par semaine

## LES CIRCUITS-COURTS



Définis par la question sur les habitudes de consommation (question S3, voir les résultats ci-après). Ils devaient :

- Être pas du tout d'accord avec le fait de consommer selon les envies, quelles que soient la saison ou la provenance
- Être tout à fait d'accord avec le fait de privilégier les produits venant de la région, que de faire travailler l'économie locale est important pour eux et avec le fait de privilégier les produits d'origine France

# Associations liées a l'huile d'olive

## Un produit à l'ancrage fort : un univers qualitatif

### Un aliment santé

Bon pour la santé

Sain

Régime crétois

Bonne graisse

Equilibre alimentaire

### Un produit associé à la terre

Arbres magnifiques

Oliviers

Campagne

Nature

Garrigue

Terroir

### Des valeurs sous jacentes de partage et générosité

Convivialité

Famille

Grande tablée

Zenitude

### Des images de bassin méditerranéen et de terres ensoleillées

Espagne

Grèce

Provence

Italie

Cigales

Soleil

Vacances

### Des évocations de plaisir sensoriel

Dégustation

Goût subtil

Paella

Salade

Gourmandise

Diversité de goût

Ratatouille

Saveur

Odeurs

Tomates / feta

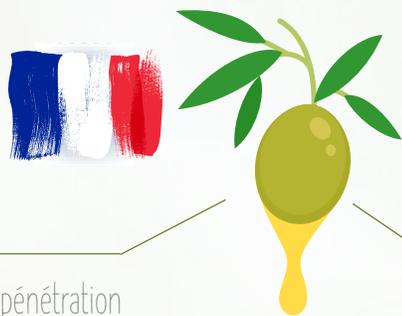
Couleur dorée

# Huile d'Olive

# Quelle consommation d'huile d'olive en France ?

110 000 TONNES d'huile d'olive  
consommée en moyenne / an

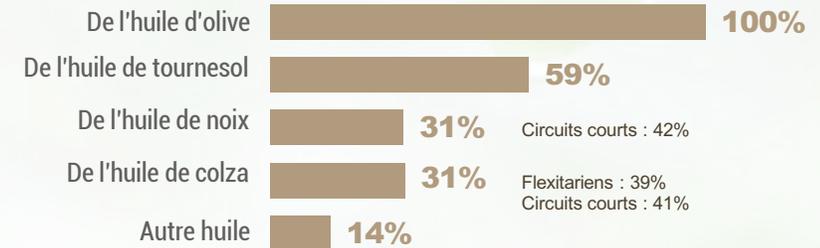
1,7 KG/HAB/AN  
(moyenne 5 ans)



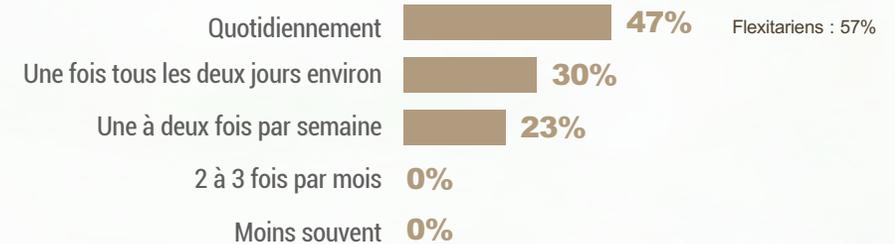
71,2 % le taux de pénétration  
de l'huile d'olive

3,6 KG/FOYER/AN  
achetés en moyenne

## Quel type d'huile végétale utilisez-vous pour cuisiner, assaisonner des plats ?

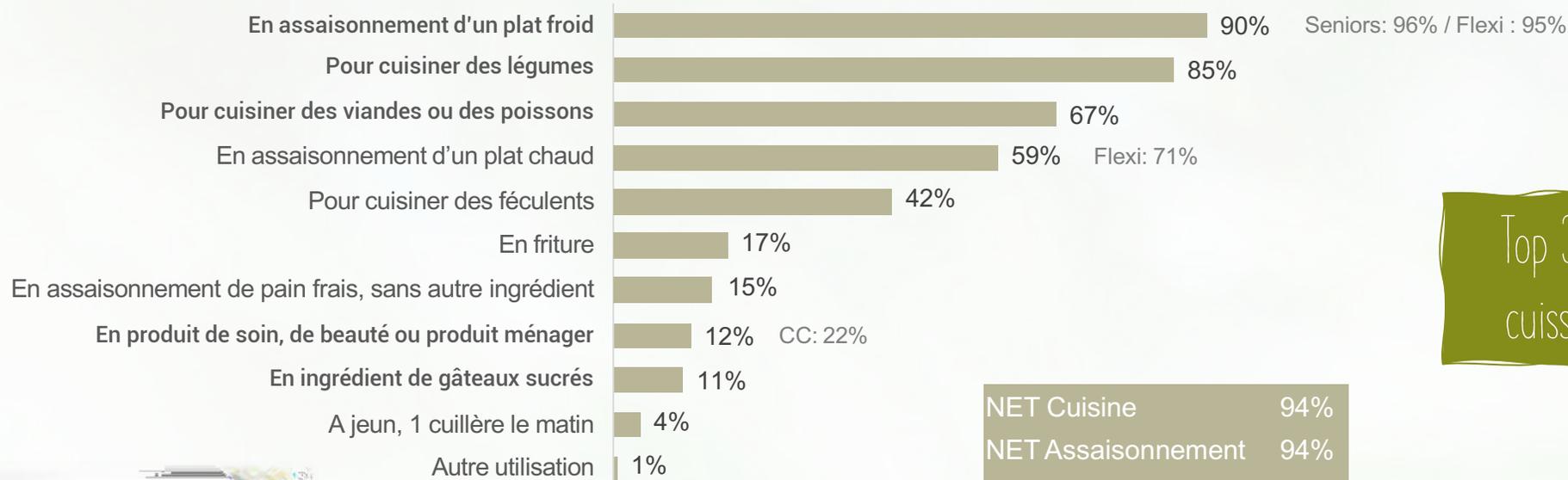


## A quelle fréquence utilisez-vous de l'huile d'olive



# Utilisation de l'huile d'olive

L'utilisation de l'huile d'olive est principalement centrée sur l'assaisonnement et la cuisson en proportions égales. Les flexitariens et les circuits courts varient davantage leur utilisation de l'huile d'olive.



Top 3 des usages = assaisonnement, cuisson des légumes et des viandes

NET Cuisine	94%
NET Assaisonnement	94%
NET Autres utilisations	38%

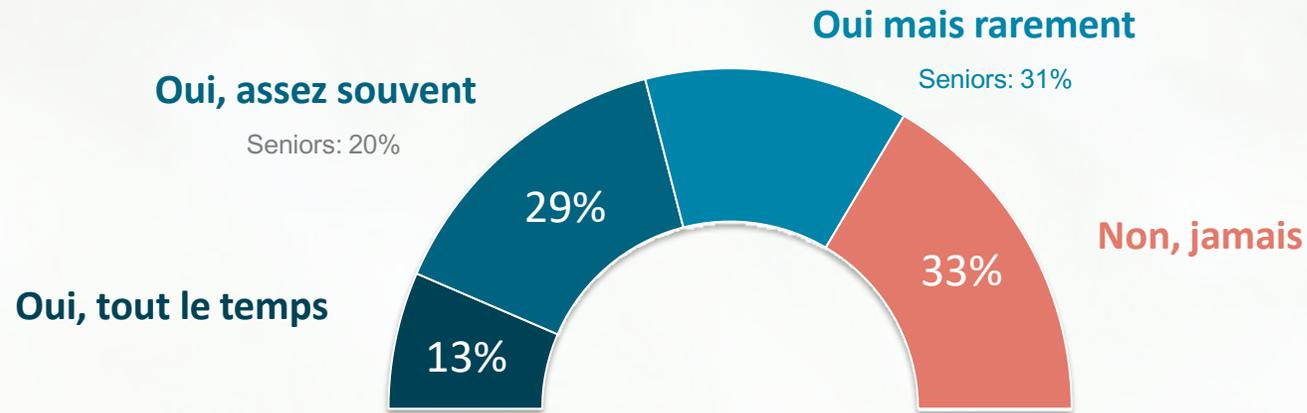
**4,0 utilisations** en moyenne

→ Flexi/CC : 4,3



# Multiplicité des huiles d'olive

Le changement d'huile d'olive selon l'utilisation est fréquente : **67%** des consommateurs le pratique dont 42% régulièrement. Les seniors sont un peu moins susceptibles de changer leurs habitudes avec seulement 32% d'entre eux qui changent leur huile régulièrement.



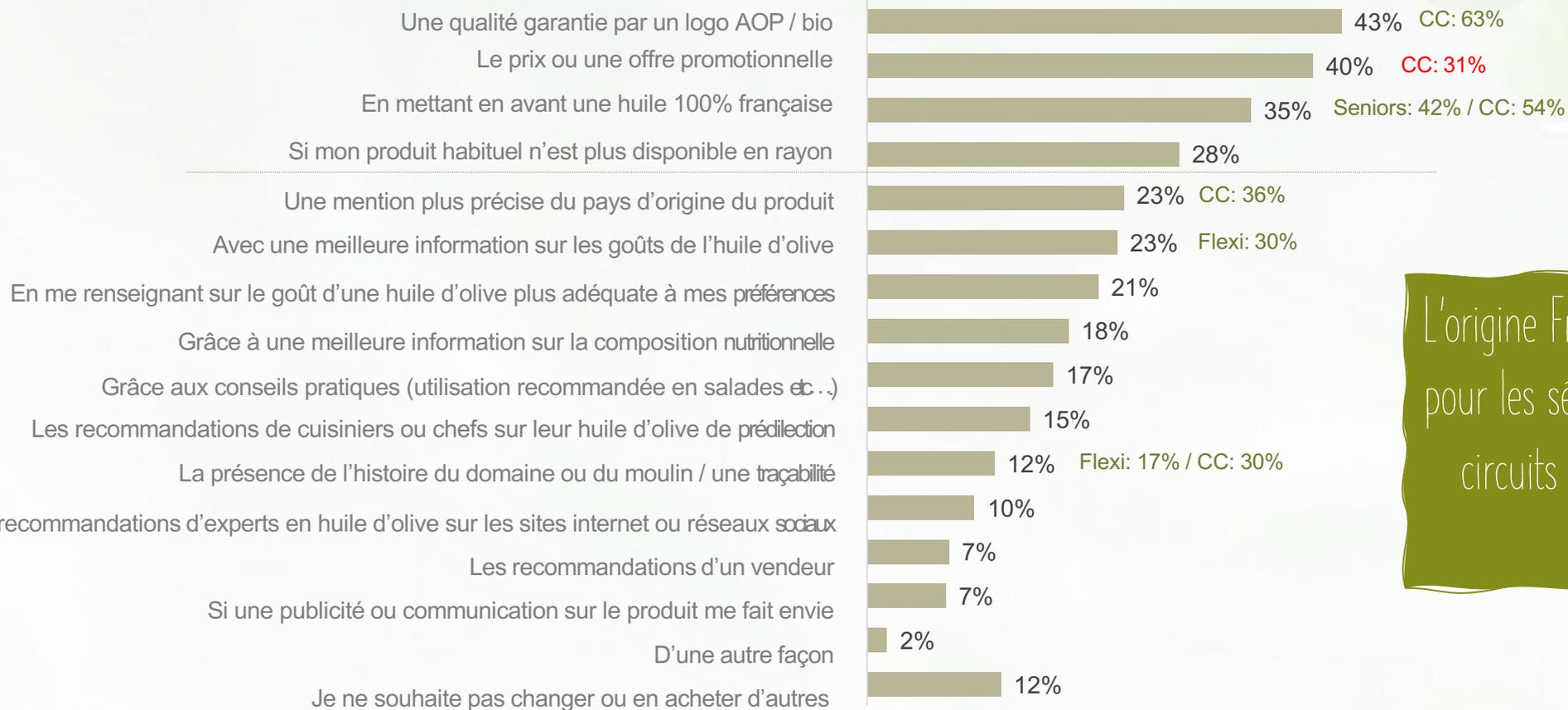
42% des consommateurs changent régulièrement d'huile d'olive en fonction de leurs usages

Base : 328 – ont plusieurs utilisations de l'HO

A2B - Changez-vous d'huile d'olive selon l'utilisation que vous en faites (par exemple, une huile pour la salade, une autre pour la cuisine) ?

# Leviers de changement d'usages/de marque

L'offre promotionnelle, les garanties d'origines et de production font parties du top 3 des raisons qui incitent à changer d'huile d'olive, en plus de la non-disponibilité du produit.

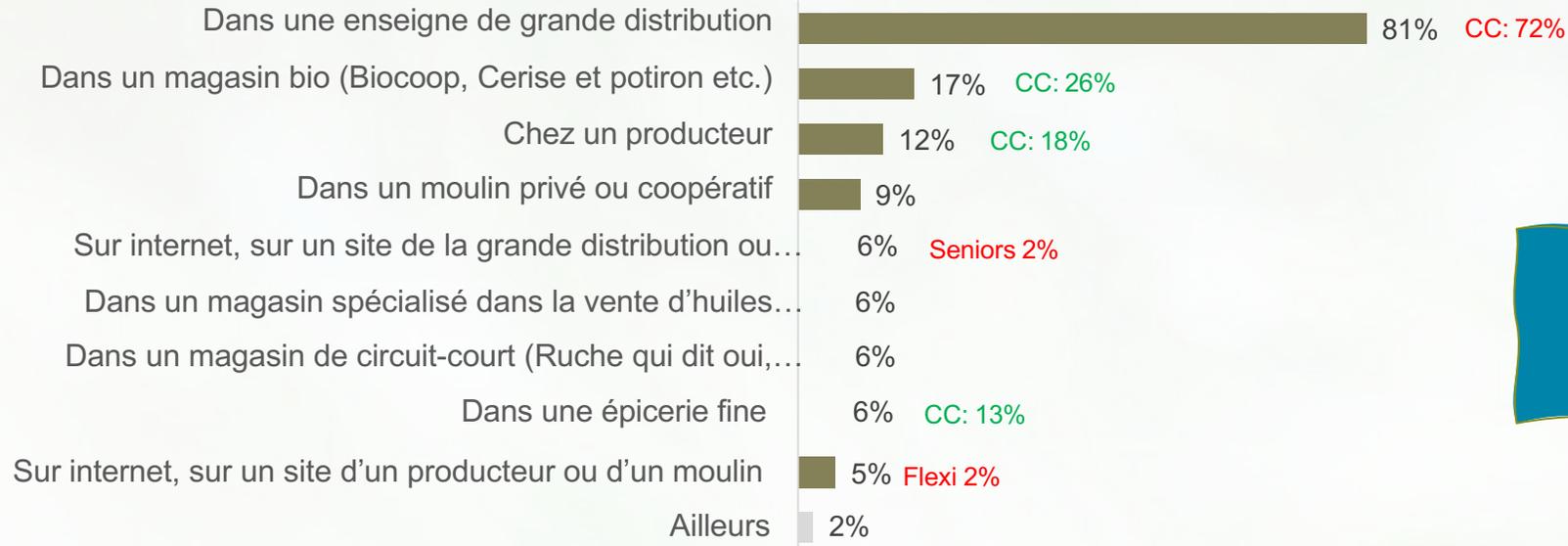


L'origine France résonne particulièrement pour les séniors et les circuits courts. Les circuits courts sont particulièrement réceptifs aux labels.

3,4 réponses en moyenne

# Canaux d'achat

Une écrasante part d'achat en magasins de grande distribution (81%). Les magasins spécialisés et la vente en direct sont plus secondaires et la vente par Internet reste très faible, notamment auprès des seniors. Les circuits courts privilégient d'autres canaux que la grande distribution.



81% des huiles d'olive sont achetées en GD

Grande distribution	82%	
Magasins spécialisés	24%	CC: 36%
Vente en direct	18%	
Internet	10%	Seniors 4%

Base : 340 – ensemble

A4 : Où avez-vous acheté de l'huile d'olive au cours des 12 derniers mois ?



# Quels critères d'achat?

---

*Résultats de l'étude IPSOS "Usages & attitudes huile d'olive" 2018-2020*

FRANCE  
**Olive**

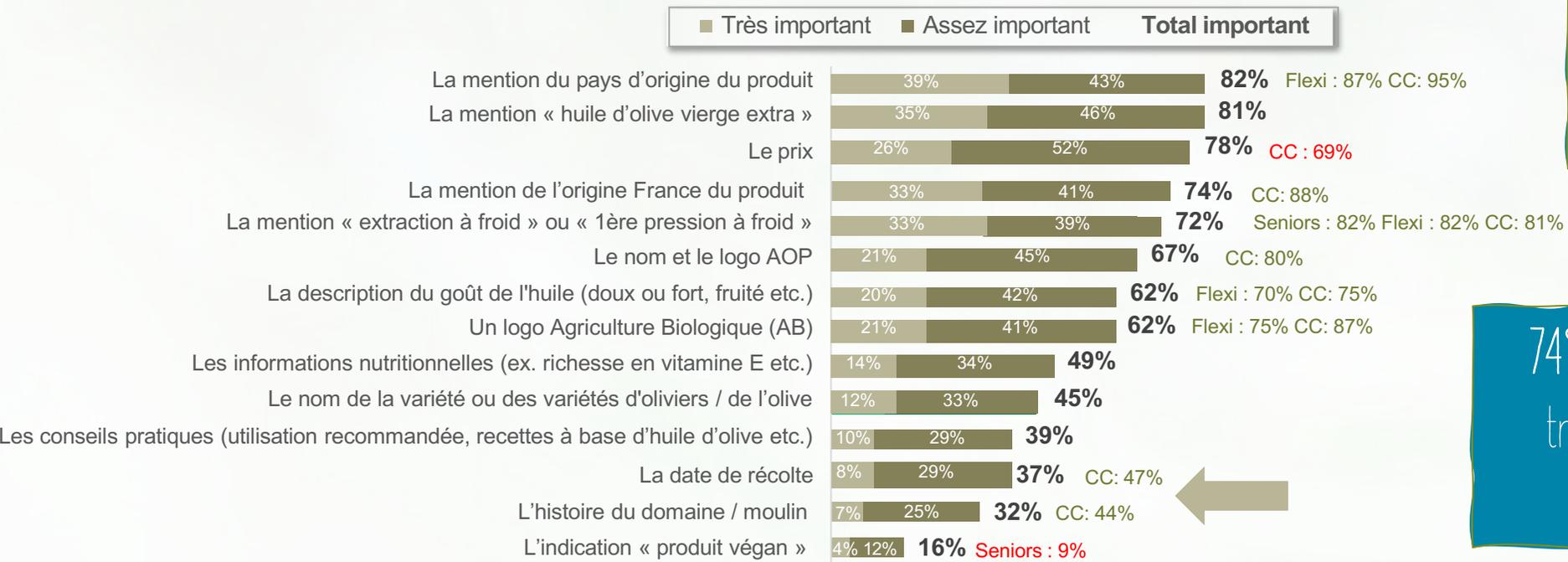
# Critères d'achat

Près de de 80% des consommateurs d'huile d'olive considèrent la mention du pays d'origine, la mention « huile d'olive vierge extra » et le prix comme critères d'achat importants.

Les circuits courts s'intéressent plus que les autres à la date de récolte, à l'histoire du moulin

82% des consommateurs prêtent une attention particulière à la mention de l'origine

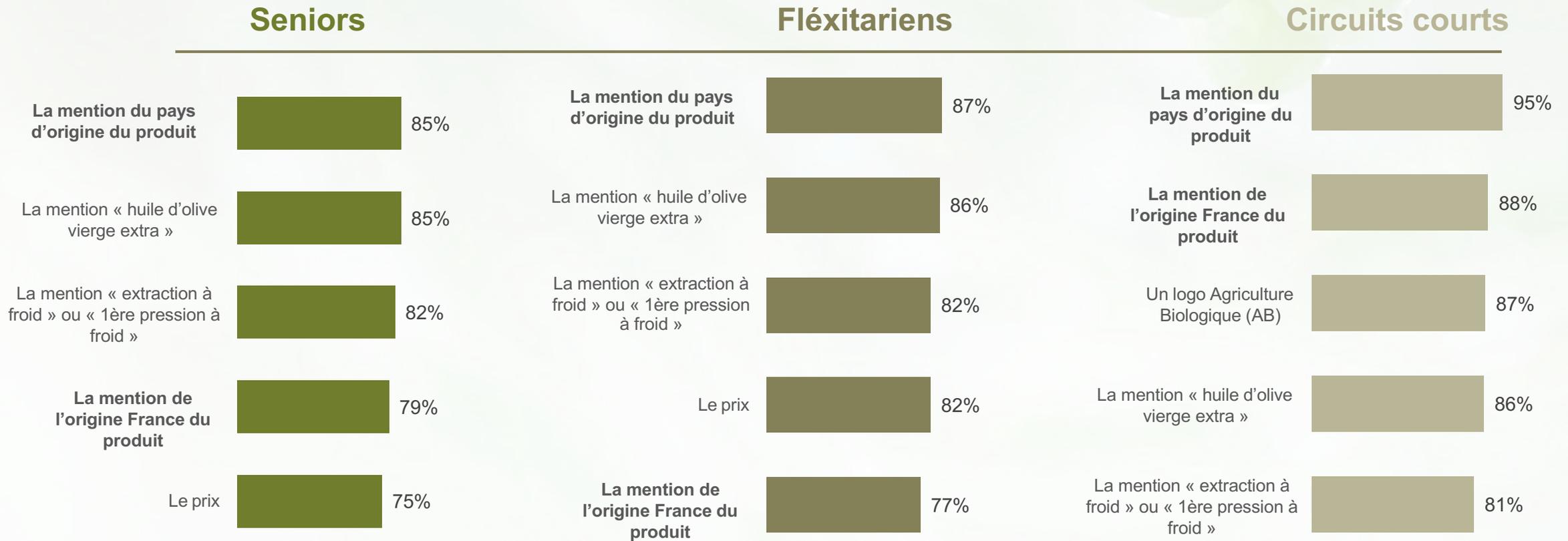
74% des consommateurs trouvent importante la mention "France"



Base : 340 – ensemble  
B1 : Dans quelle mesure les critères suivants sont importants pour vous lorsque vous choisissez une huile d'olive ?

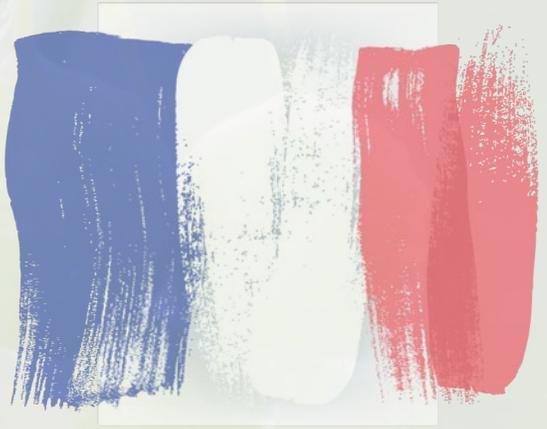
# Les critères d'achat par cible

Les circuits courts se distinguent du reste des consommateurs : leur attention portée aux mentions d'origine (France notamment) est bien plus importante, la dimension AB est aussi valorisée ; le prix est une dimension moins importante. 5 principaux critères d'achat (très et assez important).



Base : 340 – ensemble

B1 : Dans quelle mesure les critères suivants sont importants pour vous lorsque vous choisissez une huile d'olive ?



# Focus sur les Huiles d'Olive de France

---

*Résultats de l'étude IPSOS "Usages & attitudes huile d'olive" 2018-2020*

FRANCE  
**Olive**

# L'huile de France occupe un territoire très riche allant de ses qualités organoleptiques à ses qualités de production et de terroir

Une huile supérieure en bouche

Goût subtil, fin, doux  
Idéale pour manger cru (salade) pas en cuisson (gâchis)  
Parfumée

Un évocatoire tourné vers le sud de la France

Chaleur  
Été, vacances  
Territoire et culture Français

Sud de la France  
Provence  
Paysages français

Domaines précis :  
Nyons, Baux de Provence, Gard...

Un produit rare / de luxe

Réservée à une élite (géographique ou socialement)  
Rare, n'est pas distribuée partout, petite production (++)Circuit Court  
Difficile à reconnaître / trouver  
Prix très élevé (++)Circuit Court



Traçabilité  
Circuit court  
Drapeau tricolore pour les reconnaître (++) flexitarien)  
Fabriquée en France

Economie locale  
Patrimoine Français  
Olives 100% Française

Huile de qualité  
Récoltées à la main  
Terroir

Label AOP / Français  
Gage de maintien des savoir-faire français

Ecologique  
Préservation des emplois

Petites productions, circuits courts, bio

Une huile d'olive de qualité au process artisanal

Un produit de proximité

Contribue au développement durable



# Achat d'Huile d'olive de France

La moitié des consommateurs interrogés ont acheté de l'Huile d'Olive Française. La principale raison invoquée est leur attention pour l'origine des produits achetés. Une opportunité, une curiosité, les conseils de proches complètent ces motivations.

## Achat d'huile d'olive de France



**52%**

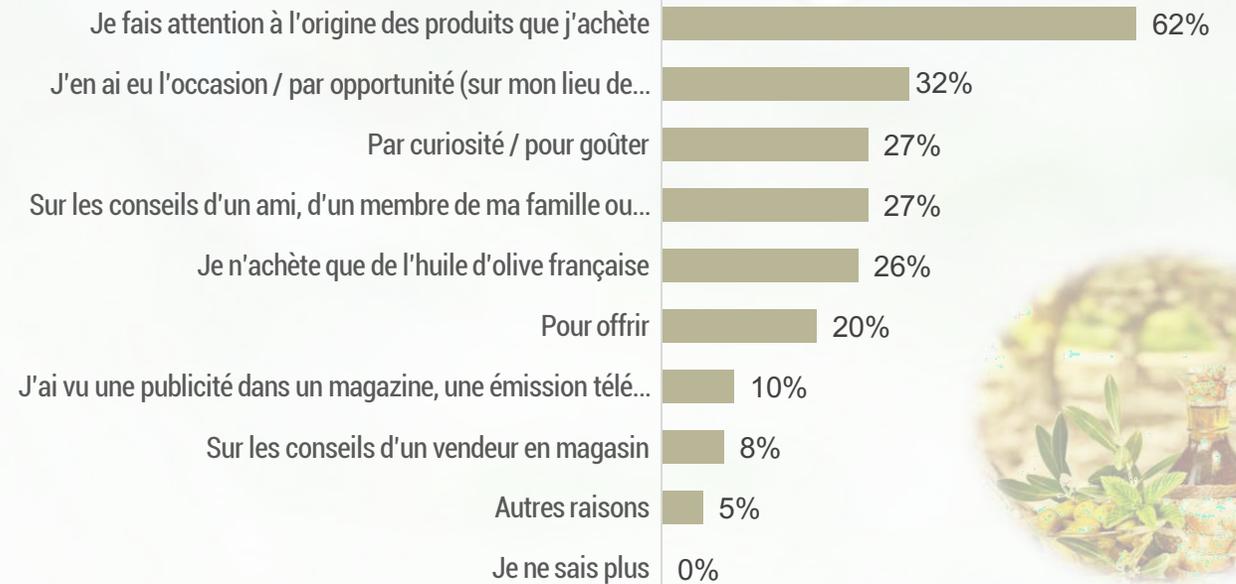
Des acheteurs non-exclusifs GMS ont  
acheté de l'huile d'olive de France

**22%**

Sur la population interrogée  
(n=340)



## Motivation

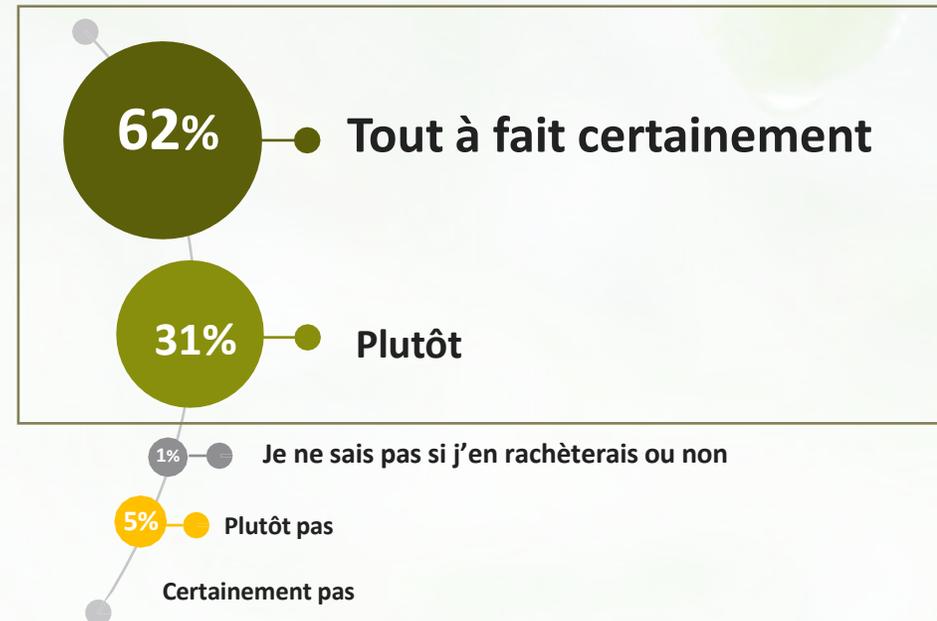


Base : 143– Ne se fournit pas seulement en grande distribution

Base : 74 – Acheteurs HO de France

# Intention de réachat

*Une très forte intention de réachat de l'huile d'olive de France : essayer c'est l'adopter !*

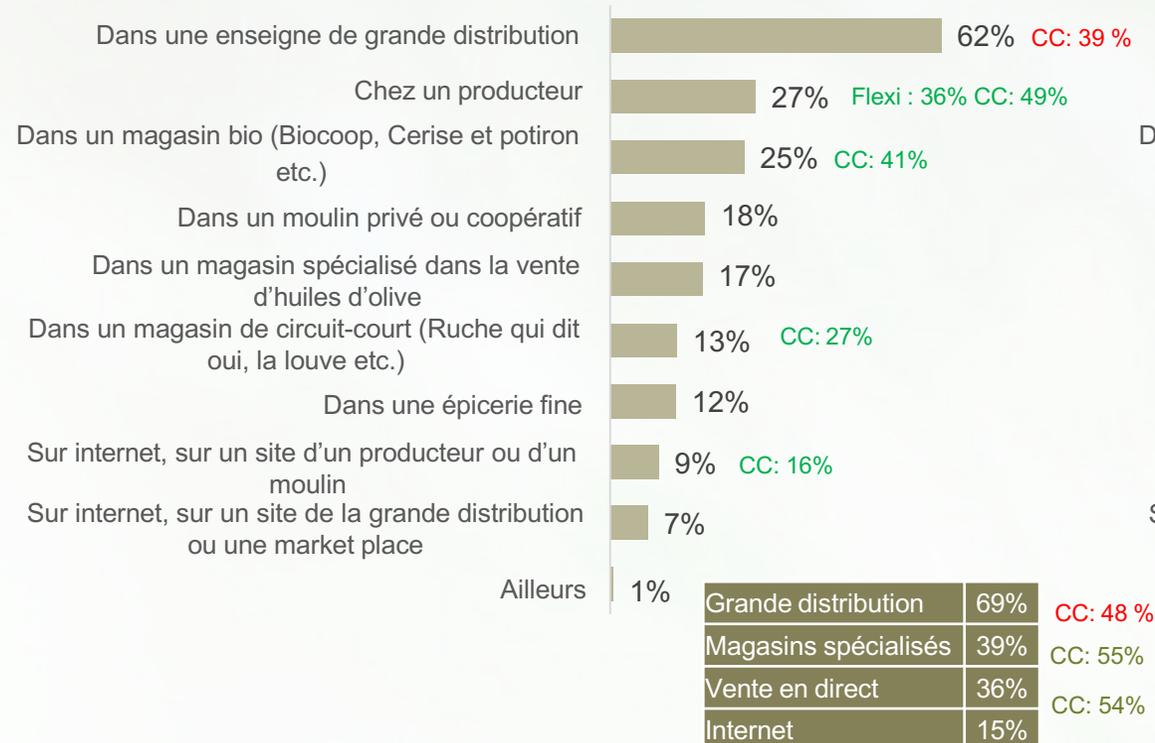


93%

# Canaux d'achat

La grande distribution reste le canal d'achat idéal quelle que soit l'huile achetée. La vente directe et notamment la vente chez le producteur est le second canal d'achat le plus envisagé pour l'HOF, bien avant tout autre. Les circuits courts sont les plus tentés par des canaux d'achat alternatifs à la grande distribution.

## Canaux d'achat idéaux (leur huile habituelle)

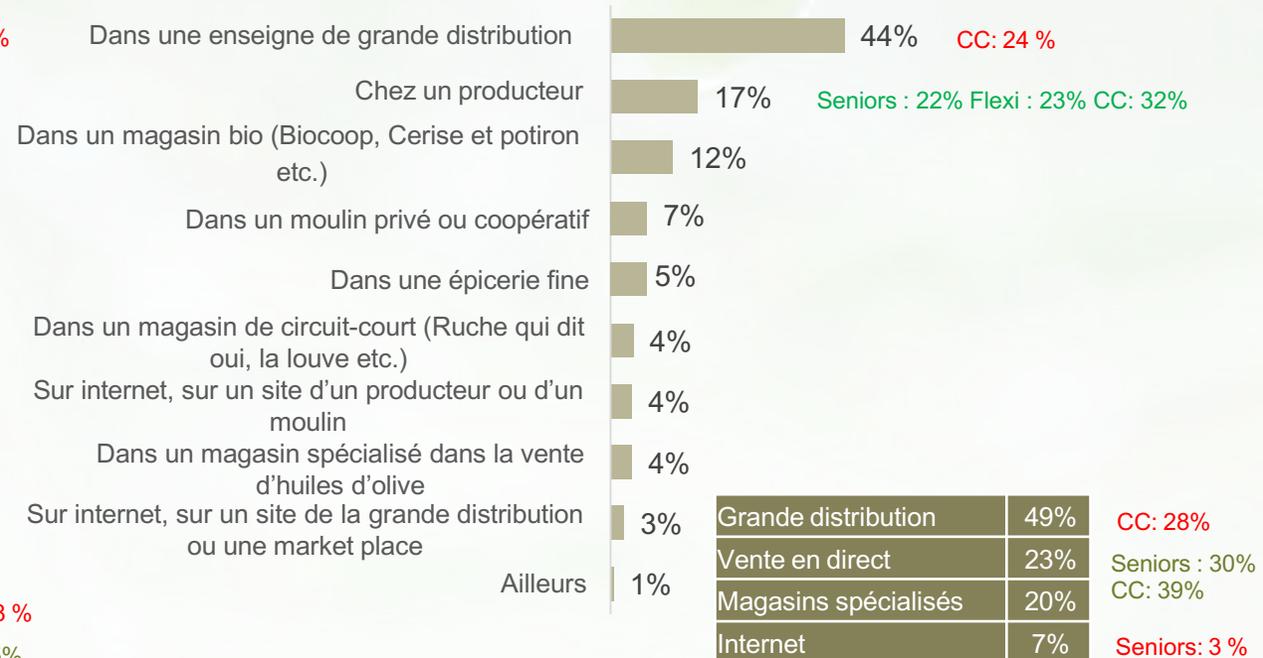


Base : 340 – ensemble

A6 : Dans l'idéal, où aimeriez-vous pouvoir trouver et acheter votre huile d'olive habituelle ?

A6bis : Et si vous deviez acheter une Huile d'olive de France, quel serait le lieu idéal pour vous ?

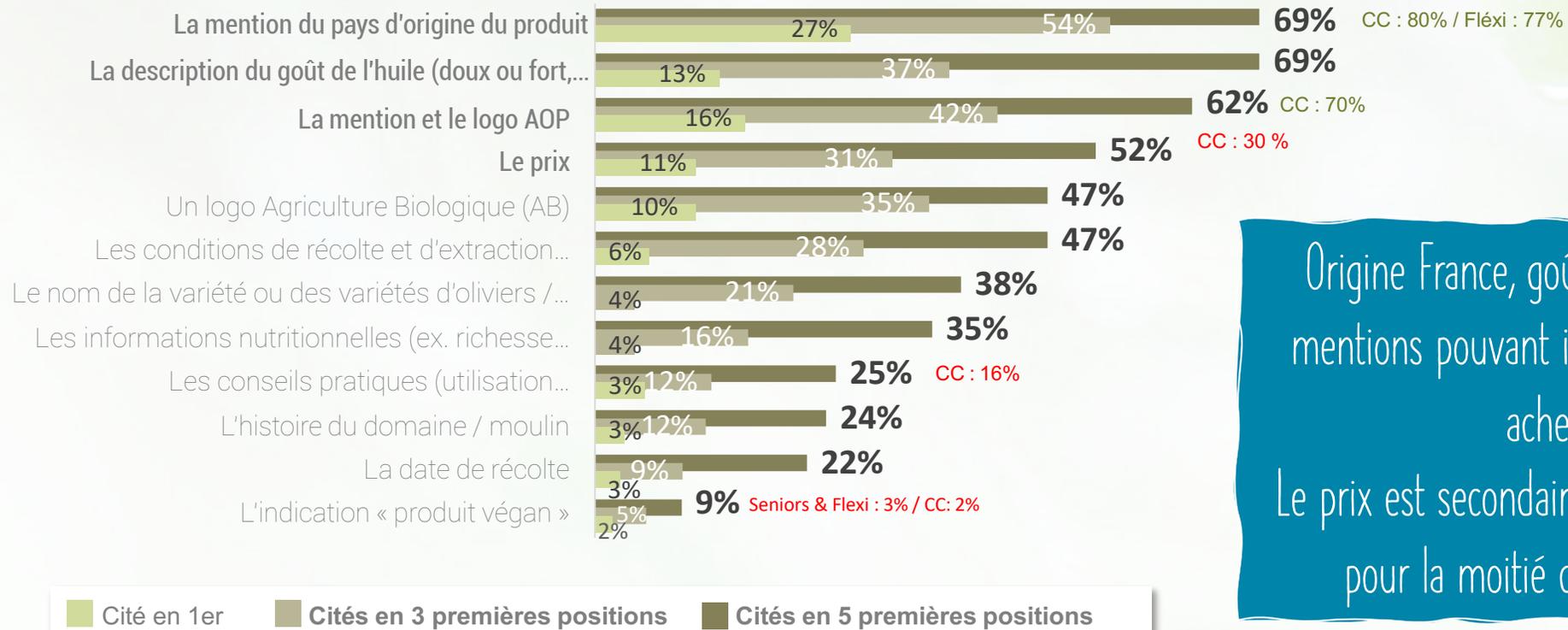
## Canal d'achat idéal (HOF)



!!  
Attention, cette question était à choix unique pour HOF et non multiple comme pour leur huile habituelle.

# Critères d'incitation à l'achat

La mention du pays d'origine est le critère d'achat principal des Huiles d'olive de France.  
Il est suivi par l'AOP et la description du goût de l'huile. Le prix et la mention AB complètent le top 5.

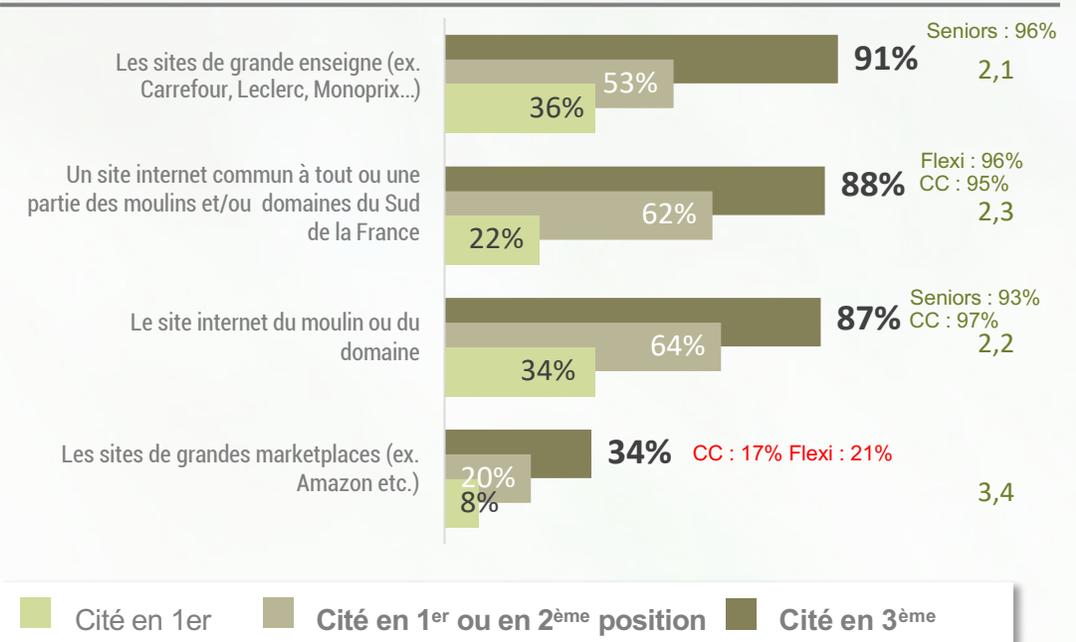


Origine France, goût, AOP sont les principales mentions pouvant inciter els consommateurs à acheter une HOF.  
Le prix est secondaire mais à prendre en compte pour la moitié des acheteurs potentiels.

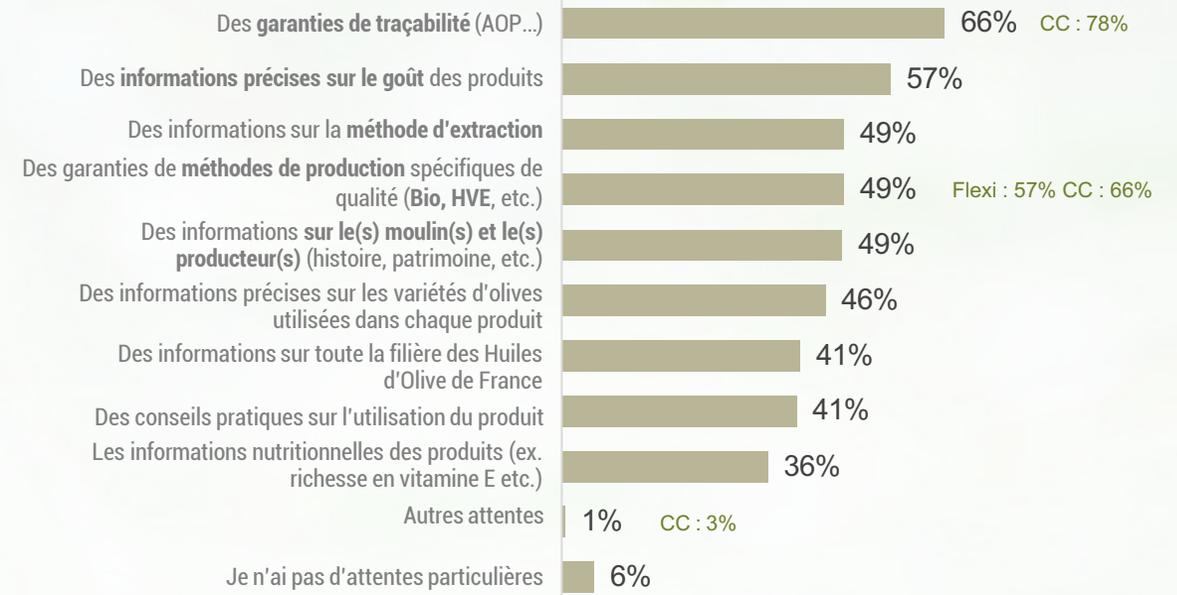
# Classement & attentes e-commerce

Assez peu de différences entre les sites des moulins et la grande distribution en termes de confiance, en revanche une confiance bien réduite pour les marketplaces. Les consommateurs s'attendent surtout à de la traçabilité mais aussi à des informations précises sur le goût de l'huile à acheter. A noter que d'autres informations plus secondaires comme les garanties de production AB, HVE sont importants pour les cibles d'intérêt.

## Classement sur la confiance



## Attentes



Base : 340 – ensemble

C6bis : Veuillez à présent classer ces différentes plateformes de vente en ligne de la plateforme en laquelle vous avez le plus confiance (rang 1) à la plateforme en laquelle vous avez le moins confiance (rang 4) ?  
C7 : Quelles seraient vos attentes concernant le contenu du site internet de vente d'un ou de plusieurs moulin(s) ou producteur(s) d'Huiles d'Olives de France ?



# Quelles demandes des consommateurs ?

---

*Résultats de l'étude IPSOS "Usages & attitudes huile d'olive" 2018-2020*

FRANCE  
**Olive**

# Les attentes en matière d'information (étiquette)

En spontané, de vrais besoins en information sur les produits



## De la transparence

- Un souhait de précision sur l'origine ; une volonté de tendre vers le circuit court pour limiter l'impact sur l'environnement
  - Eviter les mentions génériques « UE » ou « Non UE »
  - Indiquer le pays, la région, le bassin de production voire le producteur lui-même
  - Volonté de valoriser la France
- Des marqueurs clairs sur la composition : richesse en vitamines, omégas etc.



## Des signaux clairs sur la qualité du produit

- Des indications sur le goût de l'huile d'olive : doux ou fort, fruité ou non...
- Des étiquettes claires et concises pour capter l'information rapidement
- Des détails sur le produit et sa production : année de production, type d'olives, pressage etc.
- La présence d'un label comme gage de qualité (AOP, BIO)



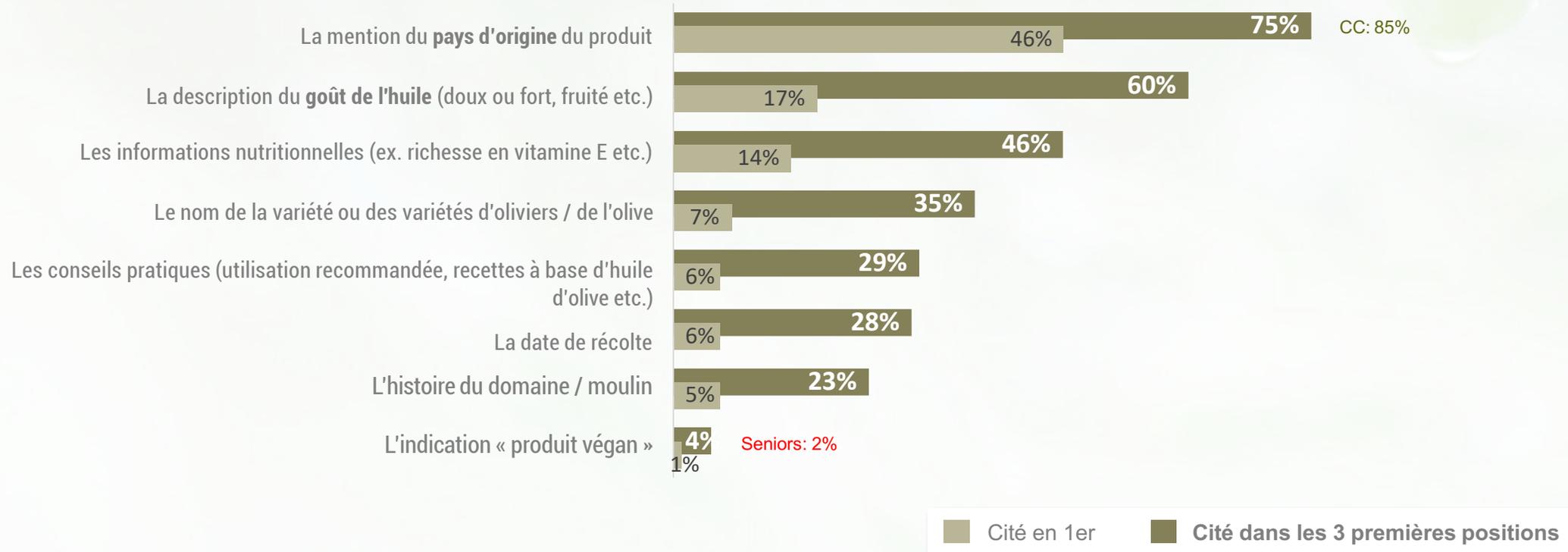
*« Je pense que si une information plus précise sur la provenance était disponible au lieu uniquement d'un pays, cela pourrait rassurer le consommateur. Je pense que je serais très intéressée d'acheter une huile d'olive qui soit bio, récoltée et fabriquée en France dans tel village, ou une région précise, selon des procédés artisanaux avec un savoir-faire. Finalement un peu comme les vins. » (Circuit court)*



*« J'aime bien connaître précisément le pays d'origine (et non pas : communauté européenne). Savoir aussi, si le goût est plutôt doux ou plus fort. » (Seniors)*

# Informations souhaitées

Logiquement, la mention du pays d'origine du produit est l'information la plus largement souhaitée par les consommateurs d'huile d'olive, ainsi que la description du goût de l'huile. Les informations nutritionnelles sont également importantes pour un consommateur sur deux.



Base : 340 – ensemble

B1B : Quelles informations aimeriez-vous trouver sur l'étiquette (ou à proximité) pour une Huile d'Olive de France ?

Pour valoriser une huile d'olive haut de gamme, les consommateurs souhaitent la mise en avant d'une **histoire** (de production, du lieu ou de l'homme) ou une offre spécifique réalisée à partir d'une production sélective. Etude IPSOS 2015

Comment mettre en avant le côté haut de gamme d'une huile auprès des clients du circuit sélectif ?

Base clients réguliers de circuit sélectif (180/180/180)

	Etapes de fabrication	53
	Production sélective	53
	Domaine	42
	Artisan	44
	Moulin bio	37
	Français	44

L'offre s'enrichit de la mise en avant d'une histoire (de production, du lieu ou de l'homme) ou dans une offre spécifique réalisée à partir d'une production sélective. Etude IPSOS 2015

*Accueil de nouvelles idées pour une huile haut de gamme*  
*Base clients réguliers de circuit sélectif (180/180/180)*



Parler du goût



Sélection des  
meilleurs oliviers

Synthèse des indicateurs pertinence,  
différenciation, crédibilité



			
Présentation des caractéristiques en bouche : goût intense, subtil ...	+++	+++	+++
Offre avec une sélection des meilleurs oliviers du domaine	+	++	++
HO française AOP	++		+
HO française AOP et Bio	++		+
Un coffret d'HO réunissant plusieurs origines / variétés		++	
Une HO aromatisées avec des produits du Sud de la France (Basilic, Thym, Lavande, Cédrat...)		++	

*T1 - Il existe plusieurs façons de mettre en avant le côté haut de gamme d'une huile d'olive. Laquelle ou lesquelles traduisent le mieux  
selon vous l'idée qu'il s'agit d'une huile d'olive haut de gamme*



# Quelles positionnement de l'huile d'olive de France ?

---

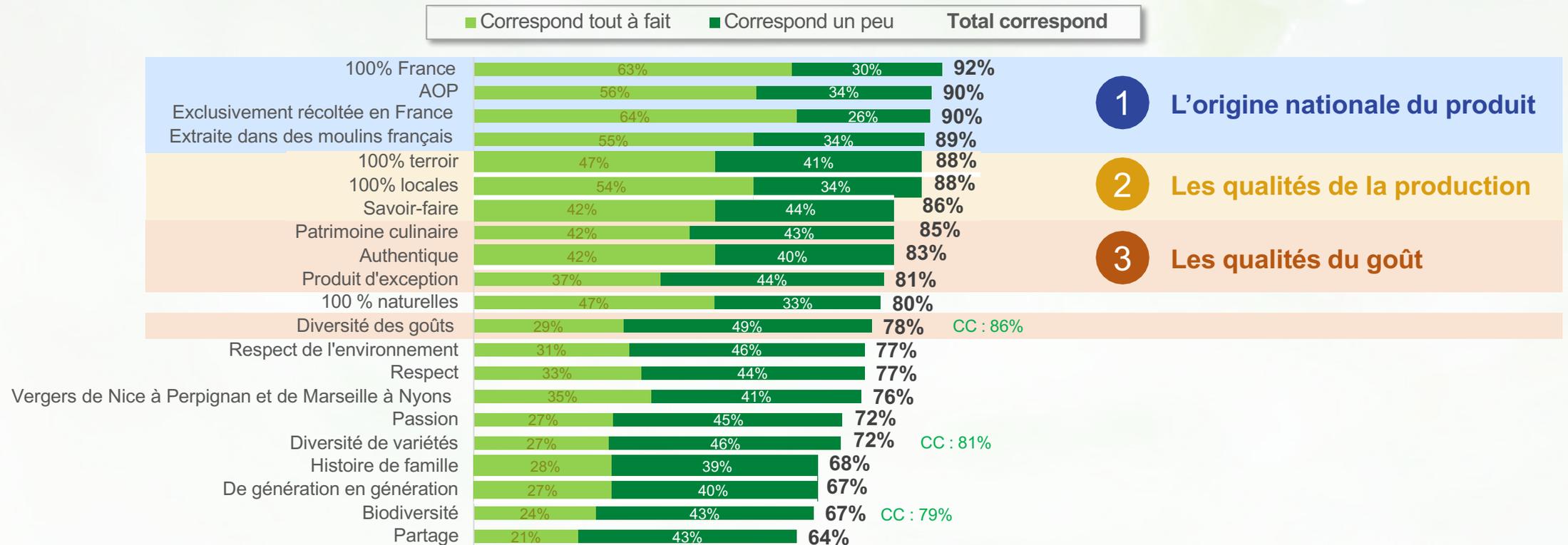
*Résultats de l'étude IPSOS "Usages & attitudes huile d'olive" 2018-2020*

FRANCE  
**Olive**

# Test de positionnement

Les Huiles d'olive de France évoquent des huiles 100% France, régies par une AOP, et exclusivement récoltées en France ou extraites dans des moulins français pour 90% des personnes interrogées.

L'évocatoire est également riche en ce qui concerne le savoir-faire, le patrimoine ou les goûts de l'huile.





# Que faire ?

---

Pistes de développements marketing

FRANCE  
**Olive**



### Soigner le produit

- ✓ Qualité
- ✓ Présentation

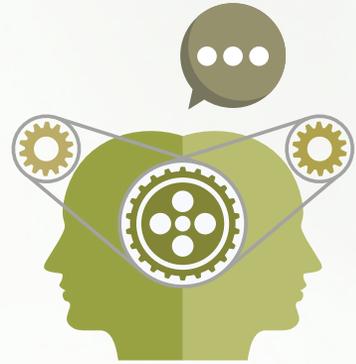
### Apporter du service

- ✓ Conseils
- ✓ Informations
- ✓ Implication



### Penser au consommateur

- ✓ Information
- ✓ Valorisation
- ✓ Justification



### Bien choisir son circuit de distribution

- ✓ Cohérent avec votre image
- ✓ Avec vos volumes



### Fixer des prix cohérents

- ✓ Avec votre image
- ✓ Avec la concurrence
- ✓ Avec votre circuit de distribution



# Quelles améliorations ?

---

## L'étiquette et le contenant

### Etre cohérent sur la qualité

- ✓ Contenant opaque

### Mieux informer

#### Donner au consommateur les informations qu'il attend

- ✓ Décrire le goût de l'huile d'olive
- ✓ Mettre en valeur l'origine

### Valoriser ses différences

- ✓ Histoire (domaine, moulins, famille...)
- ✓ Savoir-faire
- ✓ Labels (AOP, Bio, HVE...)

# Mettre en avant ses atouts.

Les attentes des consommateurs vis à vis de l'Huile d'olive de France :

Transmission



Naturalité



Origine



Goûts



# Les notions de transmission et naturalité

*Un positionnement à l'ancrage fort et véhiculant les valeurs parlant au plus grand nombre.*

## La transmission

Mettre en avant :

- l'homme / identifier et personnifier l'huile d'olive
  - Permet de s'identifier : projection via l'histoire de famille
  - Réponse à la volonté de faire travailler les producteurs français
- le savoir faire artisanal transmis de génération en génération, le respect des techniques et traditions
- la « Passion » : produit fait avec amour,

## La naturalité

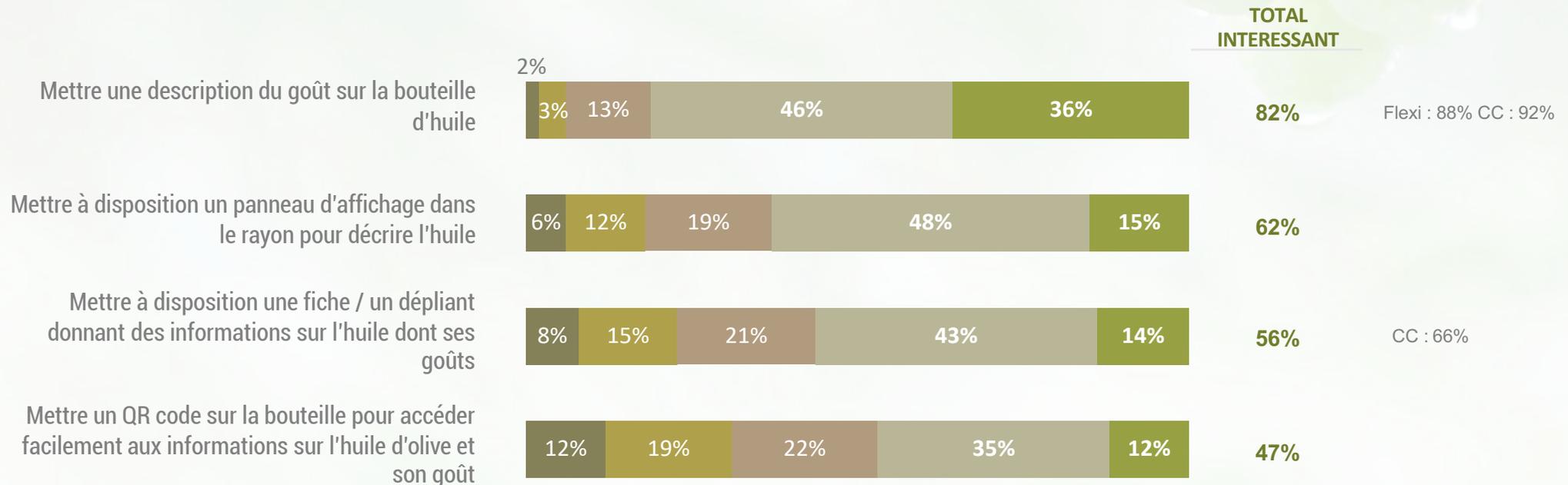
- Diversité variétale
- Biodiversité : mettre en avant les méthodes permettant de favoriser la biodiversité (haies, nichoirs...)
- Agriculture bio
- HVE



Induire la qualité (savoir-faire, transmission...)  
Expliquer le prix (côté artisanal, petites structures...)  
Assurer la traçabilité (labels)  
Mettre en avant un produit fabriqué à petite échelle, "non transformé"

# Présenter le goût de la meilleure des façons

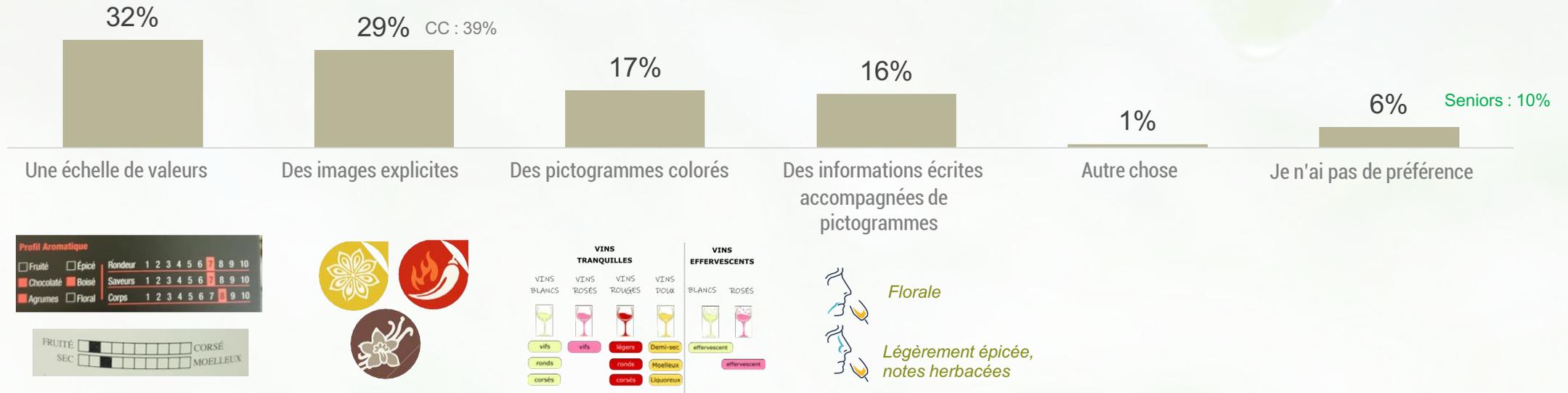
*L'étiquette de la bouteille est le meilleur médium pour communiquer sur le goût d'une huile d'olive selon les consommateurs interrogés et notamment pour les flexitariens et les circuits courts.*



■ Pas du tout intéressant 
 ■ Peu intéressant 
 ■ Ni intéressant ni pas intéressant 
 ■ Assez intéressant 
 ■ Très intéressant

# Décrire le goût

L'échelle de valeurs ou les images explicites sont les deux moyens préférés pour décrire le goût de l'huile sur une bouteille. Les consommateurs circuits courts ont une légère préférence pour les images explicites.



# La notion d'origine

- Les consommateurs souhaitent être rassurés
  - Traçabilité
  - Qualité
  - origine



Mettre en valeur l'origine : mention en gros, en gras, dans une police qui attire l'attention  
Utilisez le logo HOF

Attention, les mentions d'origine sont très encadrées :

- Pays d'origine
- Nom d'une AOP ou d'une IGP
- UE ou Union européenne

# L'origine : un outil pour valoriser l'origine

---

- Une marque plus moderne,
- Qui veut garantir une origine valorisante
- Qui a été validée par les professionnels et les consommateurs (enquête Ipsos)





**Huile d'olive vierge extra**

*oïles*

Huile d'olive de catégorie supérieure obtenue directement des olives et uniquement des olives.

France Olive  
40 place de la Libération  
26110 NYONS

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 ml	
Energie (kJ / kcal)	3388 / 803
Matières grasses (g)	92
dont acides gras saturés (g)	12
Glucides (g)	0
dont sucres (g)	0
Protéines (g)	0
Sel (g)	0

A conserver à l'abri de la lumière et de la chaleur. Bien reboucher après usage.  
A consommer de préférence avant le : 31/12/2021

N°0000 0/0 2019 Lot n° 4. 50 cl

**Huile d'olive vierge extra**

Huile d'olive de catégorie supérieure obtenue directement des olives et uniquement des olives.

France Olive  
40 place de la Libération  
26110 NYONS

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 ml	
Energie (kJ / kcal)	3388 / 803
Matières grasses (g)	92
dont acides gras saturés (g)	12
Glucides (g)	0
dont sucres (g)	0
Protéines (g)	0
Sel (g)	0

A conserver à l'abri de la lumière et de la chaleur. Bien reboucher après usage.  
A consommer de préférence avant le : 31/12/2021

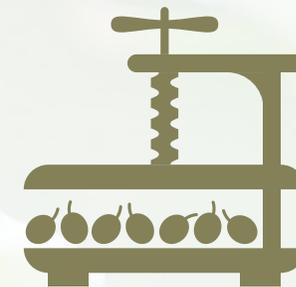
N°0000 0/0 2019 Lot n° 4. 50 cl

# Quelles garanties ?

100% France



Olives récoltées en France



Extrainte en France



Huile d'olive



Emballée en France



# Quelles améliorations ?

---

## Le circuit

Les canaux de distribution doivent contribuer à conserver ou à développer une image de produit premium.

- ✓ Choisir son ou ses circuits en fonction de son/ses produit(s) et de son image

## Etre cohérent sur l'offre

- ✓ Différencier les produits en fonction des circuits (si distribution en GD)

## Le e-commerce : un incontournable aujourd'hui

- ✓ Outil de fidélisation des consommateurs (éloignés)
- ✓ Circuit en plein essor (forte augmentation avec les confinements)
- ✓ Attention à l'image renvoyées : éviter les market place, soigner la présentation et les mentions (même règles que pour l'étiquetage de la bouteille)...



# Derniers conseils...

---

FRANCE  
**Olive**



# Travailler votre étiquette

L'étiquette est un **outil marketing efficace** : utilisez-le comme tel !

L'étiquette sert à **convaincre** le consommateur d'acheter votre produit et non celui d'à côté...

**Soignez la présentation** de vos étiquettes autant que votre choix du contenant.

**Rendez vos étiquette lisibles et visibles :**

- N'hésitez pas à jouer sur les polices, les couleurs (dans le respect des règles d'étiquetage)
- Choisissez la police en fonction de votre cible et de l'image que vous voulez donner à votre produit (élégante, "pepsi", féminine...).
- Jouez sur la grosseur des caractères : **les éléments différenciant (origine, label...) doivent être écrit en gros caractères**
- Ne négligez pas la contre-étiquette (elle peut vous permettre d'avoir une étiquette à l'avant moins chargée et plus impactante)
- Osez l'originalité pour vous démarquez





# Soignez votre offre

## Parlez du produit :

- Son goût
- Son origine

## Parlez de vous :

- Votre histoire
- Votre exploitation / moulin...

## Diversifiez l'offre

- Plusieurs goûts
- Plusieurs produits : olives, huiles aromatisées...

## Soignez la présentation

- Choisissez un packaging qui corresponde à l'image que vous souhaitez véhiculer
- Travaillez votre/vos étiquette(s)



*Sans oublier le critère 1<sup>er</sup> : la qualité du produit.  
Maintenez une qualité élevée = pré-requis pour une  
huile "haut de gamme".*

Merci de votre  
attention 😊

---

Pour plus de renseignement : [alexandra.paris@franceolive.fr](mailto:alexandra.paris@franceolive.fr)

FRANCE  
The logo for France Olive features the word "FRANCE" in a black, sans-serif font above the word "Olive". The "O" in "Olive" is stylized with a blue and red horizontal bar above it, and a small olive branch with a green leaf and a yellow olive fruit is positioned above the letter "i".