

Suivi du marché 2017

Le suivi du marché consiste à recenser les huiles d'olive de toutes catégories sur le marché local, en enregistrant les référencements, les conditionnements, les prix pratiqués dans les deux principaux réseaux de commercialisation que sont les commerces de proximité (CDP) et les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS).

Ce suivi du marché a débuté en 2010, complété par une enquête auprès des metteurs en marché sur la répartition de leurs ventes dans les différents circuits. Il s'est poursuivi depuis.

En 2012, l'échantillon de commerces enquêtés est considéré comme suffisamment important pour servir de base aux études suivantes ; en effet, 157 commerces avaient été visités, pour un total de 2086 relevés.

Ce travail annuel est complété par des enquêtes auprès des producteurs, réalisées après la commercialisation de la saison estivale. Ces enquêtes permettent de connaître notamment les circuits de commercialisation, les quantités écoulées, et les prix pratiqués en sortie d'exploitation.

En 2017, les relevés de prix ont été effectués via une **prestation de la chambre régionale d'agriculture**. Cette partie du travail extrêmement chronophage et couteuse en frais de déplacements est facilement déléguable. La synthèse et l'analyse sont ensuite réalisées par le SIDOC. Les relevés ont été faits **à partir du fichier de base des commerces du SIDOC**. Il était prévu que soient enquêtés **100% des hypermarchés et un tiers des autres types de commerce visités en 2012**. Toutefois, il a pu être remarqué que, bien que la convention de prestation avec la chambre régionale soit basée sur 75 à 80 commerces, seuls 63 commerces ont été enquêtés. **56 commerces de proximité étaient prévus pour 2017, seulement 40 ont été visités. Les 23 GMS prévues ont bien été visitées.**

Le relevé des prix 2017 a concerné 63 commerces - 1165 relevés ont été pratiqués.

L'objectif de ces relevés est de vérifier l'évolution du marché, d'avoir une vision globale de la tendance des prix dans chacune des catégories, huiles sous signe de qualité (AOP, IGP, BIO), marques de domaines ou marques distributeurs, afin de vérifier, et d'ajuster éventuellement la politique globale des prix de l'huile produite en Corse.

Table des matières

DEFINITIONS ET CHAMPS DE L'ENQUETE	5
1. REPARTITION DU MARCHÉ	9
1.1. TAUX DE PRESENCE DES DIFFERENTS TYPES D'HUILE TOUS COMMERCES CONFONDUS	9
1.2. TAUX DE PRESENCE DES DIFFERENTS TYPES D'HUILE PAR RESEAU DE DISTRIBUTION	10
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)	10
Dans les commerces de proximité (CDP)	12
1.3. TAUX DE PRESENCE DE L'AOP HUILE D'OLIVE DE CORSE PARMIS LES HUILES SOUS LABEL.....	14
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)	14
Dans les commerces de proximité (CDP)	15
2. PACKAGINGS RELEVÉS	16
2.1. LES HUILES AOP CORSE	17
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS).....	17
Dans les commerces de proximité (CDP)	18
Recensement des contenants et contenances utilisés pour les huiles AOP Corse.....	18
3. CATEGORIES D'HUILE OBSERVEES	21
✓ Les huiles sans label	21
✓ Les huiles d'olive Bio	21
✓ Les huiles SIQO	22
✓ Les huiles « Corses non AOP »	22

✓ Les huiles AOP Corse	22
La double gamme de l'AOP de Corse.....	23
4. OBSERVATOIRE DES PRIX	24
4.1. PRIX MOYENS OBSERVES	24
4.2. PRIX MOYENS OBSERVES PAR RESEAU	25
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS).....	25
Dans les commerces de proximité(CDP)	27
5. L'HUILE AOP HUILE D'OLIVE DE CORSE / OLIU DI CORSICA	30
5.1. TAUX DE PRESENCE DES MARQUES AOP CORSE	30
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS).....	30
Dans les commerces de proximité (CDP)	31
5.2. ANALYSE DES PRIX DE L'AOP DE CORSE	32
En Grande et Moyennes Surfaces (GMS).....	32
Dans les commerces de proximité (CDP):	34
Analyse comparative entre les réseaux GMS et CDP.	36
6. EVOLUTION DU MARCHÉ : COMPARATIF 2012/2017	37
6.1. EVOLUTION DU TAUX DE PRESENCE DE L'AOP DE CORSE	37
Part de l'AOP de Corse sur l'ensemble des relevés pratiqués depuis 2012 :	37
Part de l'AOP Corse par réseau de commercialisation pour les 6 dernières années sur l'ensemble des étiquettes relevées:	37
6.2. EVOLUTION DU TAUX DE PRÉSENCE DE LA CATÉGORIE CORSE NON AOP	38
Part de la catégorie Corse non AOP sur l'ensemble des relevés pratiqués depuis 2012 :	38
6. 3. EVOLUTION DES PACKAGINGS	39
Packagings: évolution entre 2012 et 2017.	39

Packagings de l'AOP de Corse : évolution entre 2012 et en 2017 :	40
6. 4. EVOLUTION DES PRIX	41
Comparaison globale des prix moyens au litre par type de contenant tous types d'huile confondus, entre 2012 et 2017 :	41

DEFINITIONS ET CHAMPS DE L'ENQUETE

✓ Définitions :

➤ « petit commerce alimentaire » :

- **les commerces d'alimentation générale-épiceries :**

Magasins exerçant une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisant plus du tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires et d'une surface de vente inférieure à 120 m²

- **les supérettes :**

Magasins exerçant une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisant plus du tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires et d'une surface de vente comprise entre 120 et 400 m²

- **les commerces de produits frais :**

Fruits et légumes, produits laitiers et poissons

- **les commerces de vente au détail de produits de boulangerie (artisanaux ou non)**
- **les boucheries-charcuteries artisanales ou non**
- **les commerces de détail de boissons**
- **les commerces de détail alimentaires spécialisés divers :**

Épiceries fines, magasins diététiques...

➤ Les grandes surfaces à prédominance alimentaire :

- **les supermarchés :**

Magasins exerçant une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisant plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires et d'une surface de vente comprise entre 400 et 2 500 m² ;

- **les hypermarchés :**

Magasins exerçant une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisant plus du tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires et d'une surface de vente supérieure à 2 500 m².

✓ Les types d'huiles d'olive :

Les prix relevés ont été classés en fonction des types d'huiles définis de la façon suivante :

- **« Huiles sans label » :**

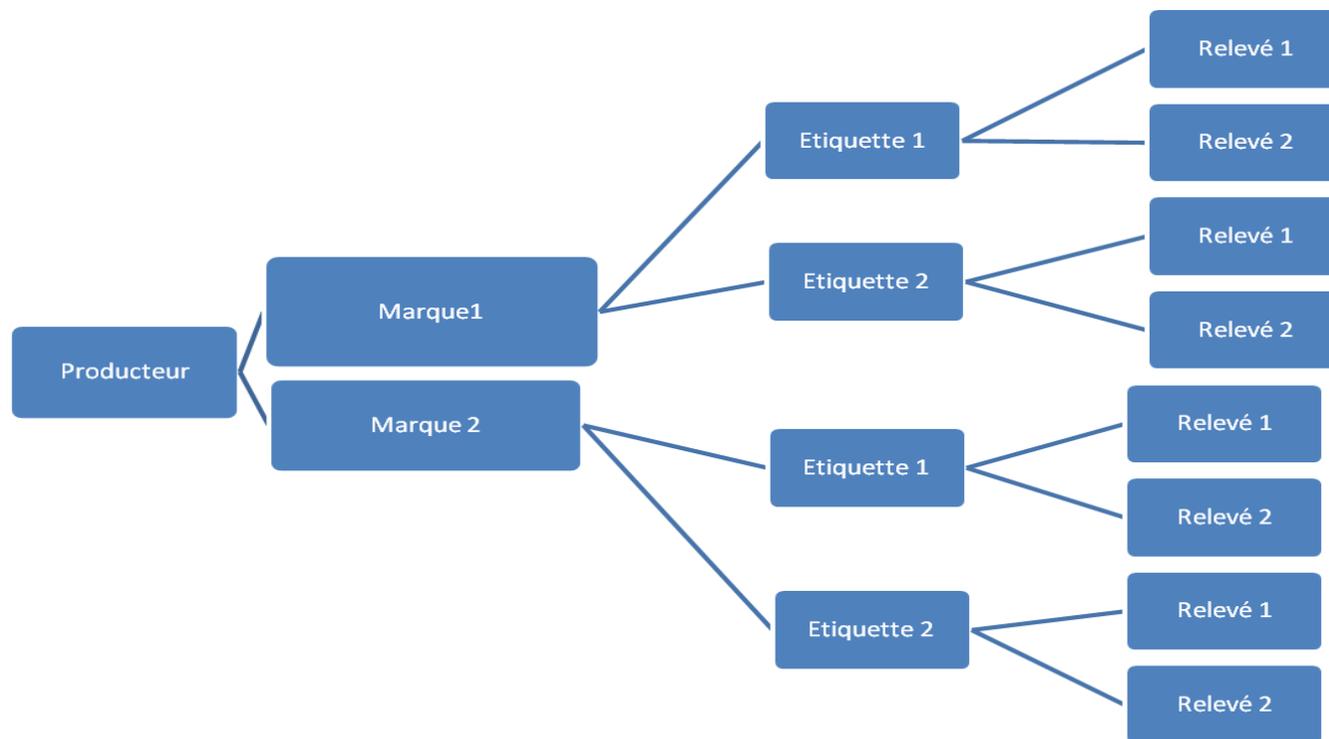
Cette appellation regroupe :

- les huiles commercialisées sous « marques de distributeur» (les MDD) ; (Définition : Une marque de distributeur est une marque créée et détenue par un distributeur et utilisée pour des produits fabriqués sur demande par des industriels, en général des PME mais aussi parfois des fabricants de marques nationales, pour ce même distributeur)
 - les huiles « premier prix », (exemple : ECO +, Cap d'Or, la Espanola, etc....) dont certaines sont des MDD.
 - les « marques nationales », c'est-à-dire que l'on peut trouver sur tout le territoire français, quelle que soit leur origine; ce sont par exemple les marques Puget, Tramier, etc.
 - les « similis corses » : la Paesana et la Balanea, la provenance des olives dont elles sont issues étant clairement affichée comme européenne.
- « **AOP Corse** » : C'est-à-dire les huiles d'olive commercialisées sous le label Appellation d'Origine Protégée « Huile d'Olive de Corse - *Oliu di Corsica* ».
 - « **Corse non AOP** » : C'est-à-dire les huiles corses qui sont commercialisées en dehors de la démarche AOP. En effet, les bons d'entrée d'olives et de sortie d'huile des moulins donnent l'assurance que leur trituration a été effectuée en Corse. Les producteurs résident en Corse et y ont un verger, mais on ne peut faire aucun lien entre la production propre et une éventuelle importation d'olives ; cette catégorie est donc traitée à part.
 - « **Bio** » : La catégorie « **Bio** » regroupe les huiles d'olive issues de l'agriculture biologique (non corses), il peut s'agir d'huiles d'olive commercialisées sous MDD.
 - « **SIQO** » : La catégorie « **SIQO** » ou Signes de Qualité et d'Origine, regroupe des huiles commercialisées sous AOP, AOC ou IGP françaises ou étrangères (non corses).

✓ Marque, étiquette, relevé : précisions

Dans la suite du document, pour chaque déclinaison d'une même marque, on a autant d'étiquettes. Par exemple, la marque « Domaine de Marquilliani » présente au moins quatre déclinaisons, soit la « Naturelle », la « Fruitée douce », la « Fruitée sauvage », la « Ghjermana ». On trouvera donc pour cette marque quatre étiquettes différentes.

De plus, chaque relevé correspond à un type de contenant (verre, spray, métal...) et à une contenance, donc à un prix différent ; on aura donc plusieurs relevés par étiquette.



✓ Champs de l'enquête SIDOC :

En 2012, les relevés de prix ont été pratiqués dans **157** commerces : cela correspondait à plus de 42% des commerces potentiellement concernés par la vente d'huile d'olive en Corse, d'après la base permanente des équipements 2011* publiée par l'INSEE. Avaient été enquêtés :

40 GMS :

- 12 hypermarchés (100% des hypermarchés recensés)
- 28 supermarchés (plus de 59% des supermarchés)

117 commerces de proximité :

- 23 supérettes (plus de 56% des supérettes)
- 94 épiceries ou magasins de produits spécialisés (environ 35%)

Il a été décidé que l'enquête 2012 servirait de base pour les années à venir.

Depuis 2012, sont menées annuellement des études intermédiaires, portant sur : 100% des hypermarchés (par souci de représentativité du marché) et un tiers des autres types de commerce par roulement.

En 2017, 63 commerces ont été visités. L'un des commerces (GMS) a refusé le relevé des prix. Deux CDP ne vendaient pas d'huile.

En 2017, les relevés de prix ont été pratiqués dans 63 commerces : 23 GMS et 40 commerces de proximité.

Tableau récapitulatif du nombre de commerces enquêtés et relevés pratiqués depuis 2012

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
NOMBRE DE COMMERCES ENQUETES	157	65	75	73	98	63
TOTAL DES RELEVES	2086	1352	1418	1076	1737	1165

L'enquête 2017 a permis d'effectuer 1165 relevés de prix sur 110 marques uniques, dans 63 commerces de Corse.

*La base permanente des équipements (BPE) est réalisée par l'Insee annuellement, avec comme date de référence le 1er janvier, depuis 2007. Élaborée à partir de différentes sources administratives actualisées chaque année, cette base répertorie un large éventail d'équipements et de **services** rendus à la **population**. La BPE couvre les domaines des services, marchands ou non, des commerces, de la santé et de l'action sociale, de l'enseignement, du **tourisme**, du sport et des loisirs.

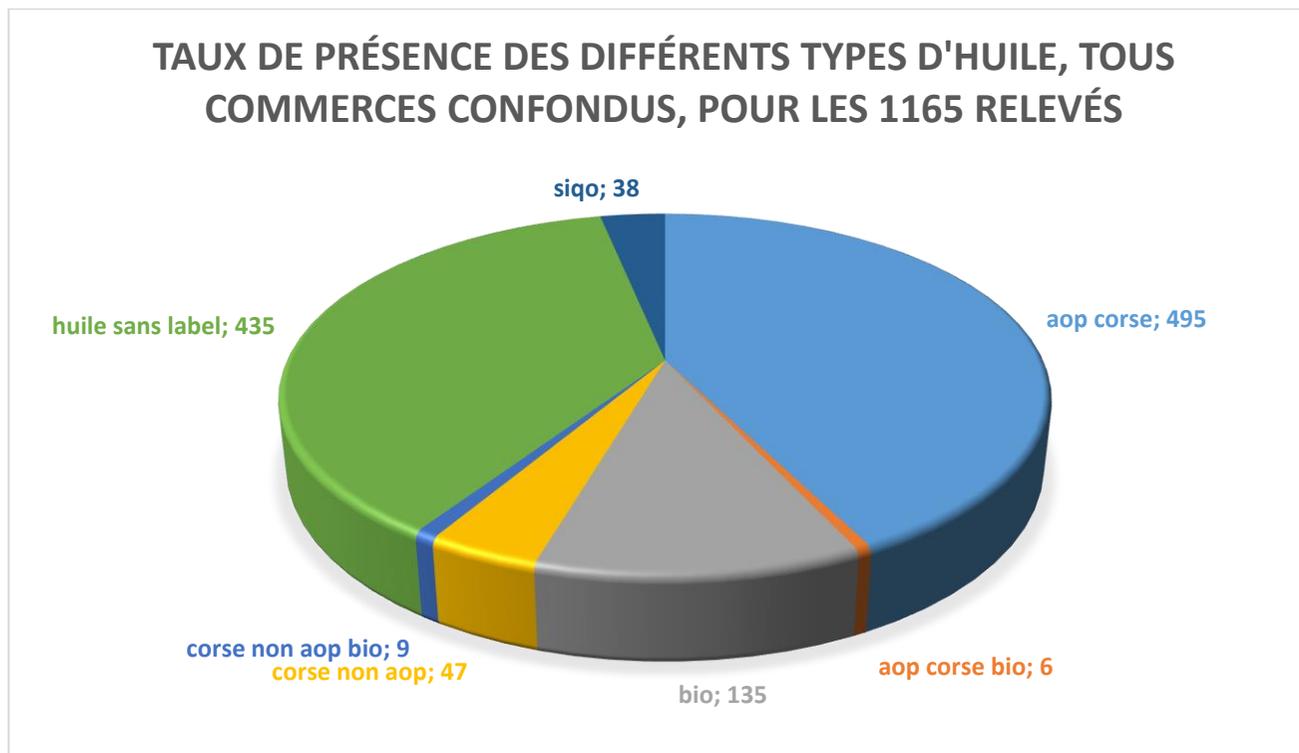
1. REPARTITION DU MARCHE

1.1. TAUX DE PRESENCE DES DIFFERENTS TYPES D'HUILE TOUS COMMERCES CONFONDUS

La répartition de ces 1165 relevés est la suivante : 495 pour l'« AOP Corse», 435

pour les « Huiles sans label », 135 pour la « Bio », 47 pour la « Corse non AOP », et 38 pour les « SIQO ».

6 relevés présentent un double label de qualité « AOP Corse Bio » et 9 relevés sont « Corse non AOP Bio ».



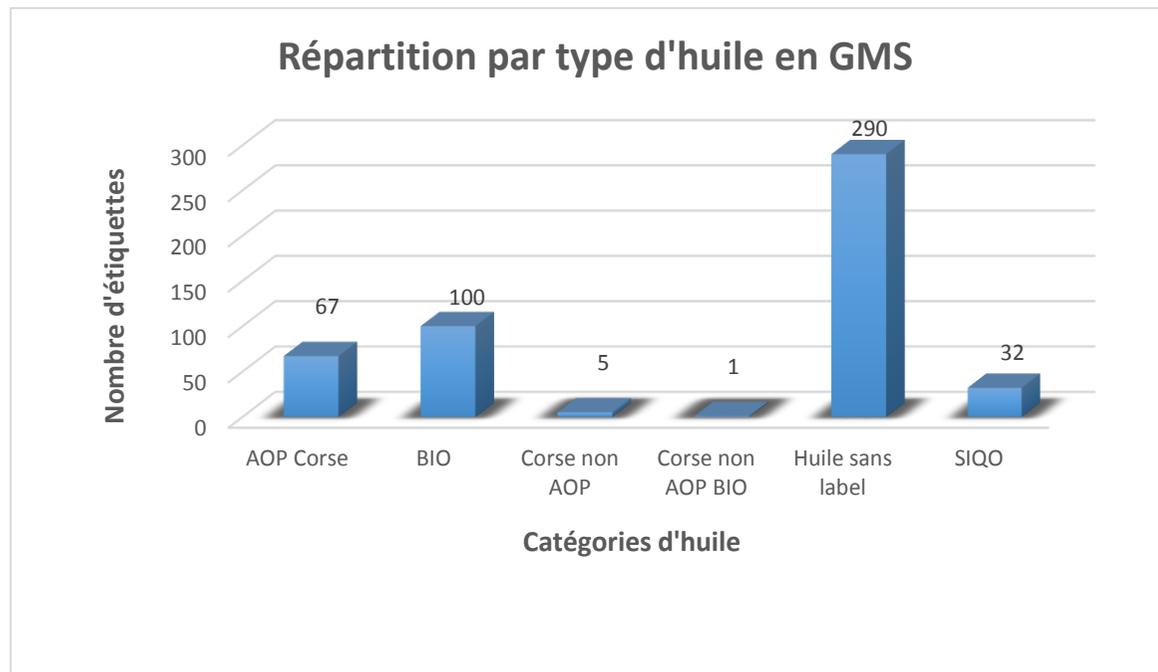
L'huile d'olive de Corse AOP représente 43% des relevés de prix pratiqués sur le marché corse en 2017.

1.2. TAUX DE PRESENCE DES DIFFERENTS TYPES D'HUILE PAR RESEAU DE DISTRIBUTION

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

VILLE	MAGASIN	AOP Corse	BIO	Corse non AOP	Corse non AOP BIO	Huile sans label	SIQO	Total Etiquettes	% AOP
Ajaccio	Leclerc Rocade	4	6	0	0	14	2	26	15%
Ajaccio	Géant Casino	3	10	0	0	17	1	31	10%
Ajaccio	Carrefour Finosello	0	3	0	0	15	4	22	0%
Aléria	Leclerc	4	6	0	0	14	0	24	17%
Bastia	Leclerc Annonciade	0	2	0	0	15	1	18	0%
Bastia	Géant Casino Toga	4	2	0	0	19	1	26	15%
Biguglia	Super U	2	0	0	1	5	1	9	22%
Borgo	Leclerc Express	5	3	0	0	10	0	18	28%
Borgo	Carrefour	2	5	0	0	14	2	23	9%
Calenzana	Spar Village	0	1	0	0	4	0	5	0%
Calenzana	Spar Route de Calenzana	4	1	0	0	3	3	11	36%
Calvi	Super U	0	3	0	0	5	0	8	0%
Folelli	Hyper U	5	4	0	0	14	3	26	19%
Furiani	Hyper U	4	5	0	0	18	2	29	14%
Furiani	Géant Casino	6	5	0	0	21	3	35	17%
Ghisonnaccia	Leclerc	8	5	2	0	14	1	30	27%
Ghisonnaccia	Casino	4	4	0	0	16	2	26	15%
Ile Rousse	Leclerc	3	10	1	0	13	1	28	11%
Lumio	Carrefour Contact	0	0	0	0	3	3	6	0%
Porticcio	Spar	2	3	0	0	13	0	18	11%
Porto Vecchio	Géant Casino	0	8	0	0	16	1	25	0%
Porto Vecchio	Leclerc	2	8	1	0	15	0	26	8%
San Giuliano	Leclerc Alistro	5	6	1	0	12	1	25	20%
	TOTAL ETIQUETTES	67	100	5	1	290	32	495	14%

En GMS, en moyenne, on comptabilise 21 à 22 étiquettes d'huile d'olive différents tous types d'huile confondus (de 5 à 35 étiquettes), pour une moyenne de 3 étiquettes différentes d'huile d'olive de Corse *Oliu di Corsica* en AOP - (de 0 à 8 étiquettes).



Sur les différentes étiquettes présentes en GMS, on comptabilise 290 étiquettes d'huiles sans label, 32 étiquettes SIQO, 5 étiquettes d'huile Corse Non AOP, 67 étiquettes en AOP Corse, 100 Bio et 1 étiquette Corse non AOP Bio.

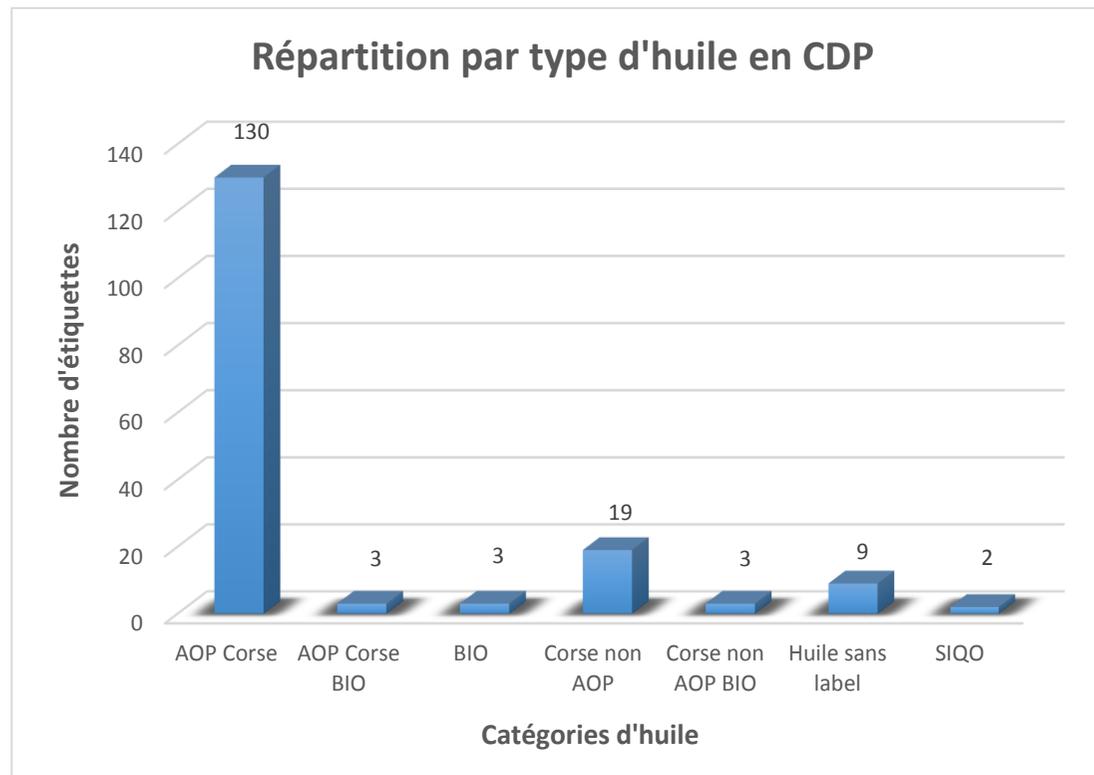
En GMS, l'huile d'olive de Corse en AOP représente en moyenne près de 14% du total des étiquettes. Ce chiffre est en baisse par rapport aux années précédentes, lors desquelles la représentation de l'AOP de Corse en GMS était stable autour de 20%.

L'huile sans label reste majoritaire en GMS.

Dans les commerces de proximité (CDP)

VILLE	MAGASIN	AOP Corse	AOP Corse BIO	BIO	Corse non AOP	Corse non AOP BIO	Huile sans label	SIQO	% AOP	Total étiquettes
Ajaccio	A SPUNTINATA	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Ajaccio	A CASSETTA	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Ajaccio	U TRASTU	0	0	0	1	0	0	0	0%	1
Aléria	DOMAINE MAVELA	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Bastia	U PAESE	2	0	0	0	0	1	0	67%	3
Bastia	MONOP MARCHÉ	2	0	1	0	0	4	0	29%	7
Bastia	A CAVA	7	1	0	0	0	0	0	88%	8
Bonifacio	CHEZ LUCETTE (PORT)	2	0	1	1	0	0	1	40%	5
Bonifacio	L'ELLARA	3	0	0	1	0	0	0	75%	4
Bonifacio	ORIU DI CHERA	4	0	0	0	0	3	0	57%	7
Calvi	PRODUITS CORSES RUE CLEMENCEAU	1	0	0	0	0	1	0	50%	2
Calvi	OREE DES PINS	7	0	0	1	0	0	0	88%	8
Calvi	MOULIN ATRIUM	6	1	0	1	1	0	0	67%	9
Calvi	ANNIE TRAITEUR	4	0	0	1	1	0	0	67%	6
Calvi	A LOGHJA	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Corte	GRANAGHJU	2	0	0	0	0	0	0	100%	2
Ile Rousse	U PAESANU	9	0	0	0	0	0	0	100%	9
Porticcio	CC U PAESE-PRODUITS CORSES	2	0	0	0	0	0	0	100%	2
Porticcio	CASA NAPOLEON	6	0	0	1	0	0	0	86%	7
Porticcio	LES SAVEURS DU CLOS	3	0	0	1	0	0	0	75%	4
Porticcio	PRIMEURS PORTICCIO	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Porticcio	U CINTU	2	0	0	0	0	0	0	100%	2
Porto-Vecchio	A MEDIA	2	0	0	2	0	0	0	50%	4
Porto-Vecchio	CAVE CORSICA	2	0	0	0	0	0	0	100%	2
Porto-Vecchio	LE PANIER D'ANNIE	2	0	0	1	0	0	0	67%	3
Porto-Vecchio	L'ORIU	11	1	0	1	0	0	0	85%	13
Porto-Vecchio	U SPUNTINU	2	0	0	1	0	0	0	67%	3
Propriano	LA PIAZZETTA	1	0	0	0	0	0	0	100%	1
Propriano	EPICERIE FINE	0	0	0	1	0	0	0	0%	1
Propriano	TEMPI FA	4	0	0	0	0	0	0	100%	4
Propriano	U PRANZU	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
St Florent	PRODUITS CORSES ANGELI	1	0	0	0	0	0	0	100%	1
St Florent	U SAN PETRONE	4	0	0	1	1	0	0	67%	6
St Florent	SPAR CASANOVA	0	0	0	1	0	0	0	0%	1
St Florent	EPICERIE SCOTTO	10	0	1	3	0	0	1	67%	15
St Florent	BOUTIQUE LAZARINI	1	0	0	0	0	0	0	100%	1
Sartene	MAJ	1	0	0	0	0	0	0	100%	1
Sartene	U MAGGIU	2	0	0	0	0	0	0	100%	2
Sartene	CAVE SARTENAISE	3	0	0	0	0	0	0	100%	3
Solenzara	A BOTTEGA DI A MANDRIA	4	0	0	0	0	0	0	100%	4
TOTAL ETIQUETTES		130	3	3	19	3	9	2	77%	169

En commerce de proximité, on comptabilise en moyenne 4 étiquettes d'huile d'olive différentes tous types d'huile confondus (de 1 à 15 étiquettes), pour 3 étiquettes différentes d'huile d'olive en AOP Oliu di Corsica-Huile d'olive de Corse (de 0 à 11 étiquettes).



Sur 169 étiquettes présentes en commerce de proximité, on comptabilise 9 étiquettes d'huiles sans label, 2 étiquette SIQO, 19 étiquettes d'huile Corse Non AOP, 130 étiquettes d'AOP Corse, 3 étiquettes Bio, 3 étiquettes AOP Corse Bio, et 3 étiquettes Corse non AOP Bio.

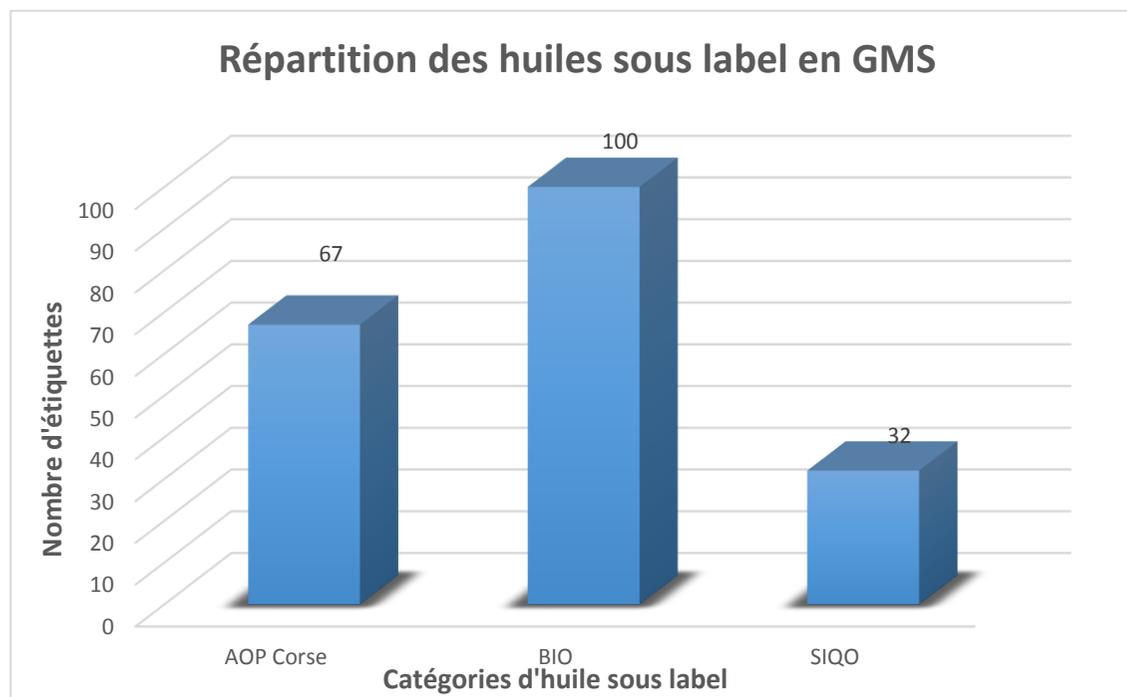
Dans les magasins de proximité, l'huile d'olive de Corse en AOP représente 77% du total des étiquettes.

Ce taux de présence est en hausse : il était de 54.76% en 2016.

1.3. TAUX DE PRESENCE DE L'AOP HUILE D'OLIVE DE CORSE PARMI LES HUILES SOUS LABEL

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

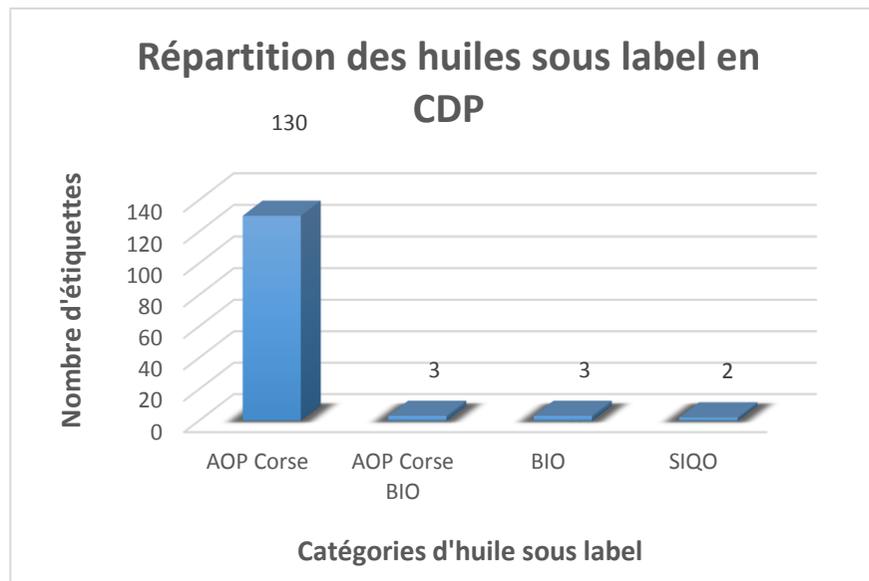
En GMS, 199 des étiquettes recensées correspondent à des huiles vendues sous label d'origine ou de qualité, c'est-à-dire AOP, AOC, IGP ou Bio. On recense 67 étiquettes d'huile d'olive en AOP Corse soit 33% (49% en 2016), viennent ensuite 100 étiquettes d'huile d'olive issue de l'agriculture biologique soit 50% (46% en 2016) et 32 étiquettes d'huile d'olive en SIQO soit 16%.



En GMS, l'huile d'olive de Corse en AOP représente 33% du total des étiquettes d'huiles sous label, en baisse par rapport à 2016 où l'AOP Corse représentait 49%.

Dans les commerces de proximité (CDP)

Dans les commerces de proximité, 138 étiquettes correspondent à des huiles vendues sous labels d'origine ou de qualité, c'est-à-dire AOP, AOC, IGP ou Bio. On recense 130 étiquettes d'huile d'olive en AOP Corse soit 94% (en 2016, 85%), 3 étiquettes d'huile d'olive issue de l'agriculture biologique soit 2% (14% en 2016) et 2 étiquettes d'huile d'olive en SIQO soit 1%. 3 étiquettes présentent un double label AOP Corse Bio, ce qui représente 2%.



En commerce de proximité, l'huile d'olive de Corse en AOP représente 94 % du total des étiquettes d'huiles sous label. (en 2016, 85%).

La proportion d'huile issue de l'agriculture biologique est de 50% cette année contre 46% en 2016 en GMS et de 4% cette année contre 14% en 2016 en CDP.

La catégorie SIQO représente 16% en GMS et est quasiment absente des rayons d'huile d'olive en CDP. Elle était également quasiment absente des rayons en 2016, suite à une campagne 2015/2016 désastreuse sur le continent.

2. PACKAGINGS RELEVES

Nombre de relevés pour chaque catégorie d'huile dans les deux réseaux de distribution par type de contenant, et par contenance, en pourcentage :
 Nb : Dans le tableau suivant, sont présents uniquement les relevés supérieurs ou égaux à 3.

		VERRE				SPRAY	METAL					PLASTIQUE					CARTON		Total des références par catégorie et par réseau de distribution		
		1L	0,75L	0,5L	0,25L	0,2L	1L	0,75L	0,5L	0,25L	0,175L	2L	1,5L	1L	0,75L	0,5L	0,475L	1,5L		1L	
G M S	AOP corse	En nombre relevé		42	50	16	6		3	25	15										157
		En pourcentage		26,8	31,8	10,2	3,8		1,9	15,9	9,6										
	BIO	En nombre relevé	5	81	4	18													7	15	130
		En pourcentage	3,8	62,3	3,1	13,8													5,4	11,5	
	Corse non AOP	En nombre relevé		4	4																8
		En pourcentage		50,0	50,0																
	Sans label	En nombre relevé	86	129	78	38						8	14	27	17	8	15				420
		En pourcentage	20,5	30,7	18,6	9,0						1,9	3,3	6,4	4,0	1,9	3,6				
	SIQO	En nombre relevé	5	7	13	6						1	1	1							34
		En pourcentage	14,7	20,6	38,2	17,6						2,9	2,9	2,9							
C D P	AOP corse	En nombre relevé		46	87	37	15	7	10	67	58	5									332
		En pourcentage		13,9	26,2	11,1	4,5	2,1	3,0	20,2	17,5	1,5									
	AOP corse BIO	En nombre relevé			3																3
		En pourcentage			100																
	BIO	En nombre relevé																			0
		En pourcentage																			
	Corse non AOP	En nombre relevé		8	13	8				3	4										36
		En pourcentage		22,2	36,1	22,2				8,3	11,1										
	Corse non AOP BIO	En nombre relevé				3															3
		En pourcentage				100,0															
Sans label	En nombre relevé		3	4																7	
	En pourcentage		42,86	57,14																	

La bouteille de verre reste majoritairement présente à 70% des relevés contre 72% en 2016. Les contenances les plus répandues sont : 75cl et 50cl comme en 2016.

Le spray : il est de 20cl pour l'AOP Corse (majoritairement chez les détaillants).

Le bidon : il concerne 18% des relevés pour la plupart en commerce de proximité (26% en 2016). Le bidon métal est rencontré surtout sous des étiquettes en AOP Corse et pour quelques références (12 au total) dans la catégorie CNAOP. Les contenants « bidon » les plus répandus sont de 25 et 50 cl.

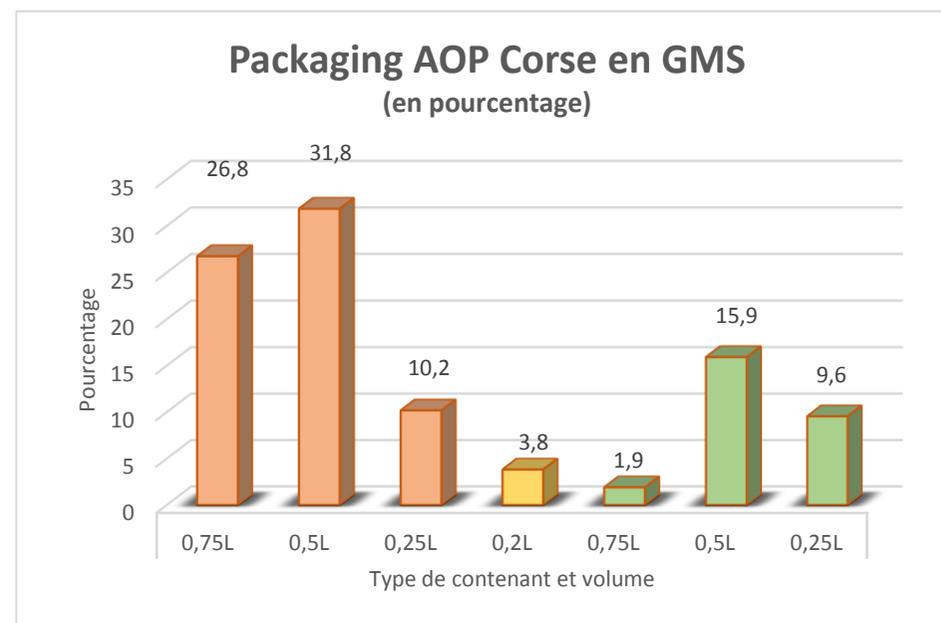
2.1. LES HUILES AOP CORSE

L'AOP Huile d'olive de Corse - *Oliu di Corsica* se retrouve sous la forme de 14 conditionnements différents : EN VERRE 20CL, 25CL, 37.5CL, 50CL, 75CL ; EN SPRAY UNIQUEMENT EN 20CL, EN BIDON 17.5CL, 25CL, 50CL, 75CL, 1L, 3L et 5L. On trouve également une référence en contenant CARTON en 2L. Certaines contenances ne sont que très peu présentes sur le marché.

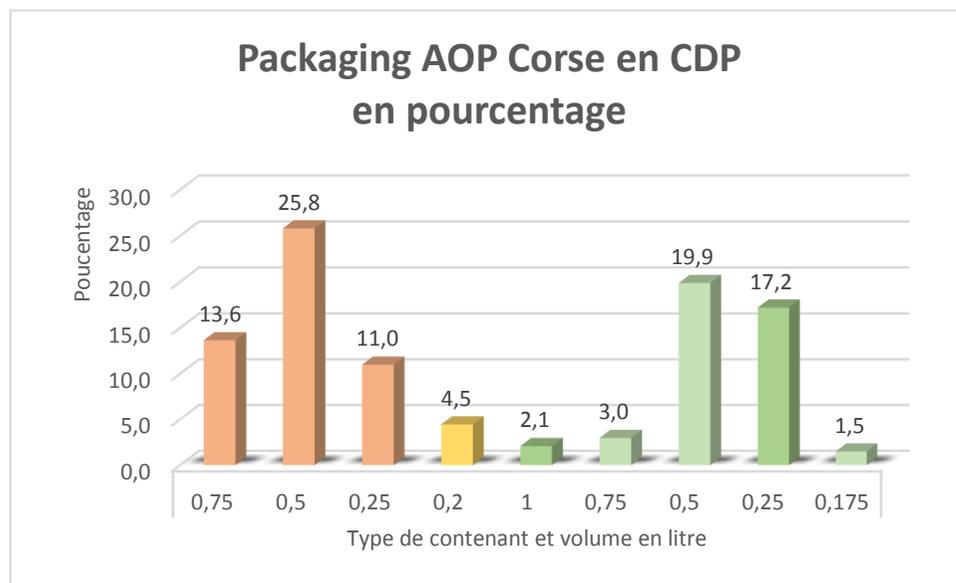
Dans les graphiques suivants, ne figurent pas les contenants qui représentent moins de 2% des conditionnements.

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

Cette année, à l'inverse des années précédentes, la bouteille de 50 cl est plus présente en GMS que la bouteille de 75 cl.



Dans les commerces de proximité (CDP)



Cette année encore, la bouteille de 50 cl est le format le plus représenté en CDP.

Recensement des contenants et contenances utilisés pour les huiles AOP Corse

Le tableau suivant indique le nombre de formats utilisés pour chaque type de contenant, par marque en AOP Corse. Aucune marque n'a de référence en emballage plastique.

Exemple : La marque 1 est présente sous la forme de 2 bouteilles verre et 2 bidons de contenances différentes ainsi qu'un spray. On peut donc retrouver cette huile sous 5 formes différentes.

Plus une huile est présente sous différentes formes, plus elle a une forte visibilité.

Marque	Verre	Spray	Métal	Carton	TOTAL
Marque 1	2	1	2		5
Marque 2	3				3
Marque 3	3	1	2		6
Marque 4	1				1
Marque 5	1				1
Marque 6	2	1	2		5
Marque 7	2		1		3
Marque 8	2				2
Marque 9	3		1		4
Marque 10	1		1		2
Marque 11	2				2
Marque 12	3		1		4
Marque 13	3	1			4
Marque 14			3		3
Marque 15	2		2		4
Marque 16	3				3
Marque 17	1		1		2
Marque 18	2		1		3
Marque 19	2	1	3		6
Marque 20	2				2
Marque 21	1		2		3
Marque 22	2				2
Marque 23	2				2
Marque 24	2				2
Marque 25	3		3		6
Marque 26	2		3		5
Marque 27	3		2	1	6
Marque 28	1				1
Marque 29	2		2		4
Marque 30	2		3		5
Marque 31	2		3		5
Marque 32	1		2		3
Marque 33	2		4		6
Marque 34	2		2		4
Marque 35	3		3		6

Marque 36	2				2
Marque 37	1		2		3
Marque 38	3		2		5
Marque 39	1				1
Marque 40			1		1
Marque 41	1		2		3
Marque 42	2		2		4
Marque 43			3		3
Marque 44			1		1
TOTAL	80	5	62	1	148
MOYENNE	1,82	0,11	1,41	0,02	3,36

Une marque en AOP de Corse peut présenter au maximum 6 formes différentes.

6 marques différentes sont dans ce cas.

6 autres marques sont rencontrées sous 5 formes différentes

Certaines marques n'ont été rencontrées que sous 1 seule forme.

En moyenne les marques en AOP de Corse sont présentes sous 4 formes différentes.

Au total, 80 bouteilles de verre, 5 sprays, 62 bidons différents et 1 carton ont été rencontrés sur le marché pour l'AOP de Corse.

3. CATEGORIES D'HUILE OBSERVEES

✓Les huiles sans label

Sur les 43 marques différentes d'huiles sans label, 1 est rencontrée dans plus de 20 commerces (quasiment tous des GMS) : la Puget (22 commerces. Viennent ensuite la Carapelli (18 commerces), Tramier (17 commerces) et A Paesana (14 commerces).

Arrivent ensuite les marques Maille, Lesieur, Cauvin, Toscoro, Balanea, et les marques-distributeur (MDD) (Casino, Carrefour, Tous les Jours), ainsi que d'autres marques dont la présence est moins fréquente.

Les noms à consonance corse (Balanea, Paesana) créent une confusion pour le consommateur (d'autant plus que certains produits A Paesana –tapenades et autres préparations - sont assimilés à des "produits corses" puisque fabriqués en Corse). Cette confusion peut aussi être constatée au niveau des gérants de commerces, ou responsables de rayons des magasins, puisque la Paesana et la Balanea sont quelquefois présentes dans les rayons « Produits corses » des grandes surfaces).

On note une forte tendance des « marques nationales », c'est-à-dire des marques que l'on peut retrouver sur tout le territoire français, telles que Puget, Maille ou Tramier, à décliner leurs huiles sous des appellations en caractérisant le goût ou la spécificité: En voici quelques exemples :

La Carapelli se décline en « Il Frantolio », « la Vivace » (caractérisée comme « puissante »), « Classico », et « Nobile ». Chez Puget, en plus de la Puget classique, et de la Puget Bio on trouve la Puget « noire, délicate » ou la « verte, puissante ». Chez Auffan, on trouve le « Fruité Vert », ou le « Fruité mûr, délicat et précieux ». Chez Lesieur, la « fraîchement extraite », d'autres encore : la Pernier « saveur fruitée », la Barral « ardente », la Barral « délicate », la Barral « qualité Or », les huiles Toscoro sont « filtrées », « non filtrées », « Oru »,etc.....

Ainsi, en segmentant leurs huiles sans label, les marques nationales élargissent leur gamme et augmentent leur visibilité.

✓Les huiles d'olive Bio

On les trouve sous les marques Carapelli Bio (la plus rencontrée, présente dans 18 commerces), Puget Bio, Soléou Bio, Monini en GMS ou supérettes uniquement.

Les autres sont des marques-distributeur (Casino Bio, Carrefour Bio), globalement moins rencontrées.

Cette année 1 huile en AOP Corse BIO a été rencontrée à Calvi, Saint Florent, Porto Vecchio et Bastia en épicerie fine.

Les huiles d'olive Bio se présentent majoritairement en bouteilles de verre de 25cl et 75cl.

Elles peuvent être présentées dans le rayon des huiles d'olive, ou dans le rayon spécifique des produits issus de l'agriculture biologique. Il n'y a pas de règle générale.

✓Les huiles SIQO

Elles étaient un peu plus présentes cette année dans les rayons des commerces (19 commerces) ; elles ne représentent qu'une faible partie des relevés (38, soit 3% de l'ensemble des relevés). Elles se divisent en 20 marques différentes, principalement en bouteilles de verre de 25cl, 50 cl et majoritairement en 75cl). 3 sont en packaging en plastique de 1l, 1.5l et 2l ; 2 sont en packaging métal de 50cl.

✓Les huiles « Corses non AOP »

Dans l'enquête, cela représente 4.8% des relevés (56 relevés : 45 en CDP, 11 en GMS).

Il y a 12 marques différentes, dont 2 en Corse non AOP Bio. 3 marques différentes sont présentes en GMS et 11 en CDP. 2 marques sont présentes sur les 2 réseaux de distribution ; 1 seule marque n'est présente qu'en GMS.

76 % des relevés recensés sont des bouteilles de verre contre 21% des relevés en bidons. Il n'y a qu'un seul spray relevé.

Cela concerne 13 producteurs.

Pour 4 d'entre eux, leur production n'est présente que dans un seul CDP, 6 sont présents dans 2 à 4 CDP, 2 sont présents dans 1 CDP et 1 GMS, 1 n'est présent uniquement qu'en GMS.

Sur ces 13 producteurs, 6 sont adhérents à la démarche AOP.

✓Les huiles AOP Corse

Au total, tout type de contenant et contenance confondu, chaque huile peut avoir de 1 à 6 packagings différents (en moyenne 3 à 4).

On trouve par marque entre 1 et 5 contenances différentes, il s'agit majoritairement de 75cl, 50cl, 25 cl, 20cl, et plus rarement de 5l, 3l, 2l, 1l, 375cl et 17,5 cl.

On rencontre entre 1 et 3 contenants différents : bouteille en verre, bidon métallique, spray et boîte en carton.

Les huiles AOP de Corse présentent, en général, une bonne profondeur de gamme.

Seules quelques productions se singularisent en déclinant leur marque sous des étiquettes différentes (Domaine Marquilliani : « la Fruitée, la « Naturelle », etc...)

Certains producteurs ont plusieurs marques : ANDREANI François : A Merula, A Capellina. D'autres en changent en fonction du réseau de distribution : l'Olivadia/la Reginella ou A Merula/A Cappelina.

Quelques producteurs ont des étiquettes différentes selon qu'ils vendent en GMS ou en commerce de proximité (ex : Arburi Cesari).

La double gamme de l'AOP de Corse



La volonté de mettre en avant la complexité aromatique de l'Huile d'Olive de Corse et de différencier les spécificités des deux modes de récolte pratiqués en Corse est portée par la filière depuis de nombreuses années. En 2015, l'avis favorable de l'INAO à l'introduction de la mention complémentaire « Récolte à l'Ancienne » a permis de lancer la double gamme de l'AOP de Corse, via l'apposition d'un macaron pour chaque gamme sur les bouteilles. Ce macaron permet aux consommateurs de reconnaître la gamme à laquelle appartient le produit et donc de s'orienter sur le type de saveur qu'ils recherchent:

- Les olives récoltées sur l'arbre, par action mécanique, donnent une huile « fraîche » aux arômes d'amande, d'artichaut ou de pomme.
- Les olives récoltées à l'ancienne, par chute naturelle sur filets, donnent quant à elles une huile à la saveur très « douce », aux arômes d'olive noire, de fruits secs ou de fleurs du maquis.

24 marques différentes portant le logo « Récolte sur l'Arbre » sont recensées.
7 marques différentes portant le logo « Récolte à l'Ancienne » sont recensées.

Si l'on se réfère aux ventes de macarons par le Syndicat AOC Oliu di Corsica, 48 producteurs se sont procuré des macarons en 2015, 2016, et 2017. **Cela représente 70% des metteurs en marché potentiels de ces 3 dernières campagnes.** Certaines de ces productions n'ont pas été rencontrées lors de l'enquête, soit parce que les macarons n'avaient pas encore été apposés sur les bouteilles, soit parce que ces productions sont commercialisées en vente directe ou sur les foires et marchés.

Cette double gamme permet une segmentation par « goût » : le consommateur identifie ainsi plus facilement le produit. Elle peut permettre de créer le besoin d'acquiescer les deux produits de la gamme. Cette stratégie vise à mieux informer, à développer la commercialisation et à mieux valoriser les savoir-faire et la palette aromatique de l'Huile d'Olive de Corse AOP.

4. OBSERVATOIRE DES PRIX

Il est rappelé ici que les moyennes de prix sont basées sur les relevés pratiqués dans la quasi-totalité des hypermarchés de l'île et dans un tiers des autres types de commerces de notre base 2012.

4.1. PRIX MOYENS OBSERVES

NB : Dans les tableaux qui suivent, on a conservé uniquement les moyennes construites à partir de 5 relevés et plus.

Les prix minimum, maximum, moyens et les prix moyens au litre observés sur l'ensemble des relevés et répartis par contenants :

Contenance en L	VERRE				SPRAY	METAL					PLASTIQUE					CARTON		
	1	0,75	0,5	0,25	0,2	1	0,75	0,5	0,25	0,175	2	1,5	1	0,75	0,5	0,475	1,5	1
Nb de relevés	102	317	261	129	22	8	14	101	78	5	9	15	29	17	8	15	8	15
Prix mini	5,47	4,09	2,12	1,97	6,9	24	14,68	8,8	6,7	7,7	10,8	9,34	3,39	3,42	3,29	4,02	10,78	7,48
Prix maxi	21,88	32,5	27,54	18,9	14,2	27,7	29,5	29,2	21	8,9	10,9	12,07	7,71	8,69	3,55	5,66	12,43	9,69
Moyenne	8,09	10,90	12,12	6,73	9,45	25,98	21,56	15,98	10,55	8,22	10,87	10,00	4,98	5,92	3,34	4,45	11,58	7,93
Prix moyen au L	8,09	14,53	24,24	26,92	47,25	25,98	28,75	31,96	42,20	46,97	5,44	6,67	4,98	7,89	6,68	9,37	7,72	7,93

Pour information, selon l'indice des prix à la consommation publié par l'INSEE, le prix moyen de vente au détail en métropole de l'Huile d'olive 'vierge extra' en 1litre (tous types d'huile confondus) est actuellement de **6,96€**.

En Corse, le prix référence du litre d'huile d'olive observé se situe en moyenne à 8.09€ contre 6.96€ sur le continent

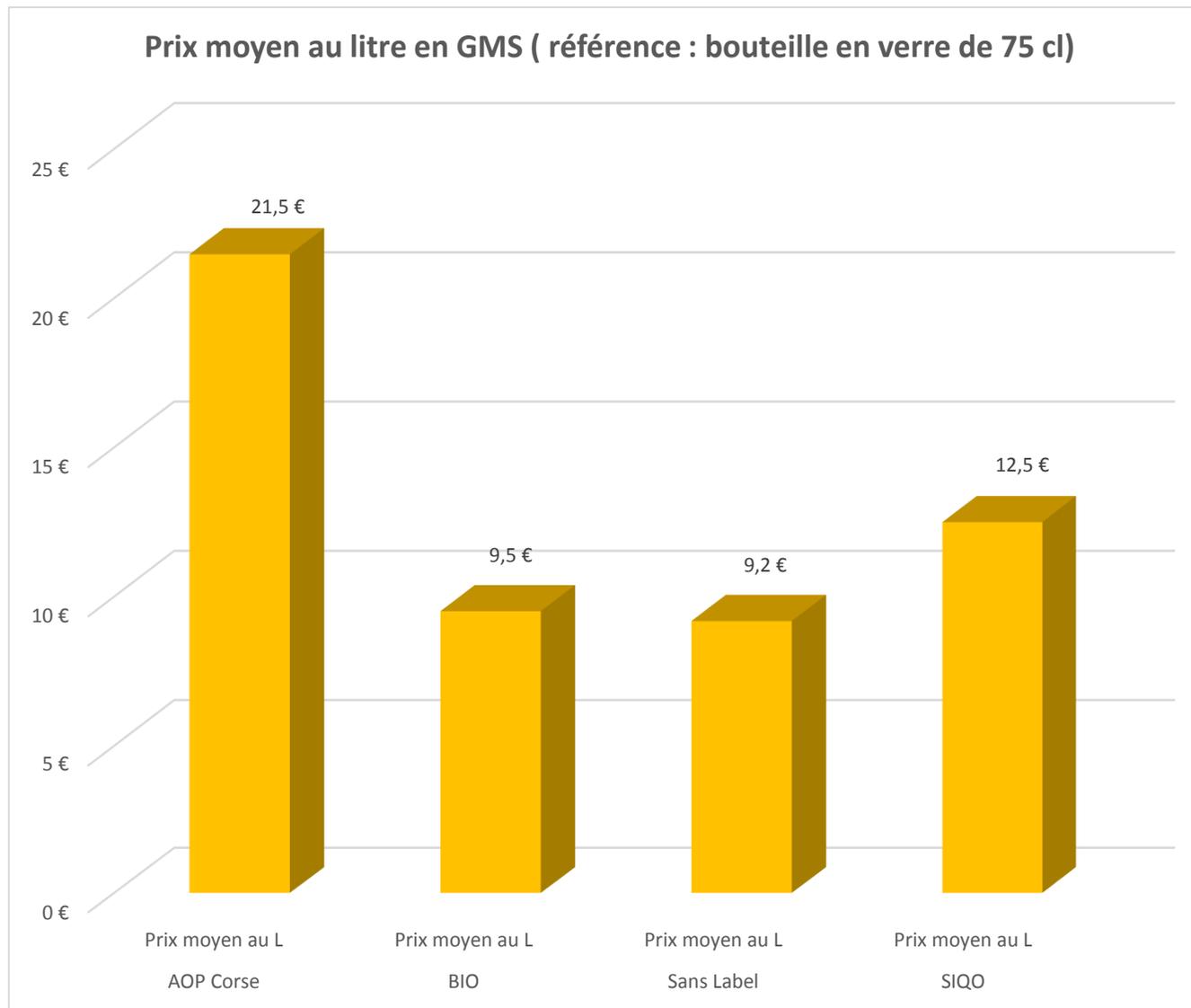
4.2. PRIX MOYENS OBSERVES PAR RESEAU

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

Les catégories Corse non AOP, Corse non AOP Bio, et AOP Corse Bio, trop peu ou pas du tout représentées, ne figurent pas dans le tableau ci-dessous :

GMS	Contenance en L	VERRE				SPRAY	METAL			PLASTIQUE						CARTON	
		1	0,75	0,5	0,25	0,2	0,75	0,5	0,25	2	1,5	1	0,75	0,5	0,475	1,5	1
AOP Corse	Nb de relevés		42	50	16	6	3	25	15								
	Prix mini		11,95	8,70	4,95	6,90	14,68	9,90	6,70								
	Prix maxi		21,00	15,71	9,53	8,03	17,90	16,30	15,71								
	Moyenne		16,10	11,58	7,24	7,49	16,03	12,75	8,66								
	Prix moyen au L		21,47	23,16	28,96	37,45	21,37	25,50	34,64								
BIO	Nb de relevés	5	81		18											7	15
	Prix mini	7,60	4,09		2,58											10,78	7,48
	Prix maxi	9,04	12,89		3,93											12,43	9,69
	Moyenne	8,35	7,31		3,26											11,61	7,93
	Prix moyen au L	8,35	9,51		13,02											7,74	7,93
Sans Label	Nb de relevés	86	129	78	38					8	14	27	17	8	15		
	Prix mini	5,70	4,38	3,24	1,97					10,80	9,34	3,39	3,42	3,29	4,02		
	Prix maxi	12,64	16,19	27,54	4,61					10,90	12,07	6,36	8,69	3,55	5,66		
	Moyenne	7,51	6,89	6,11	3,29					10,87	10,03	4,85	5,92	3,34	4,45		
	Prix moyen au L	7,51	9,18	12,22	13,16					5,44	6,69	4,85	7,89	6,68	9,37		
SIQO	Nb de relevés	5,00	7,00	13,00	6,00												
	Prix mini	6,35	6,25	4,78	3,50												
	Prix maxi	12,64	16,60	18,50	8,51												
	Moyenne	9,33	9,37	8,52	6,01												
	Prix moyen au L	9,33	12,49	17,04	24,02												

En GMS, la bouteille de 50 cl est désormais la présentation la plus rencontrée, contre la bouteille de 75 cl pour les années précédentes. Toutefois, afin d'avoir un élément de comparaison avec les années précédentes, la bouteille de 75 cl servira de référence pour suivre l'évolution des prix cette année encore.



En GMS, l'huile AOP de Corse reste la mieux valorisée

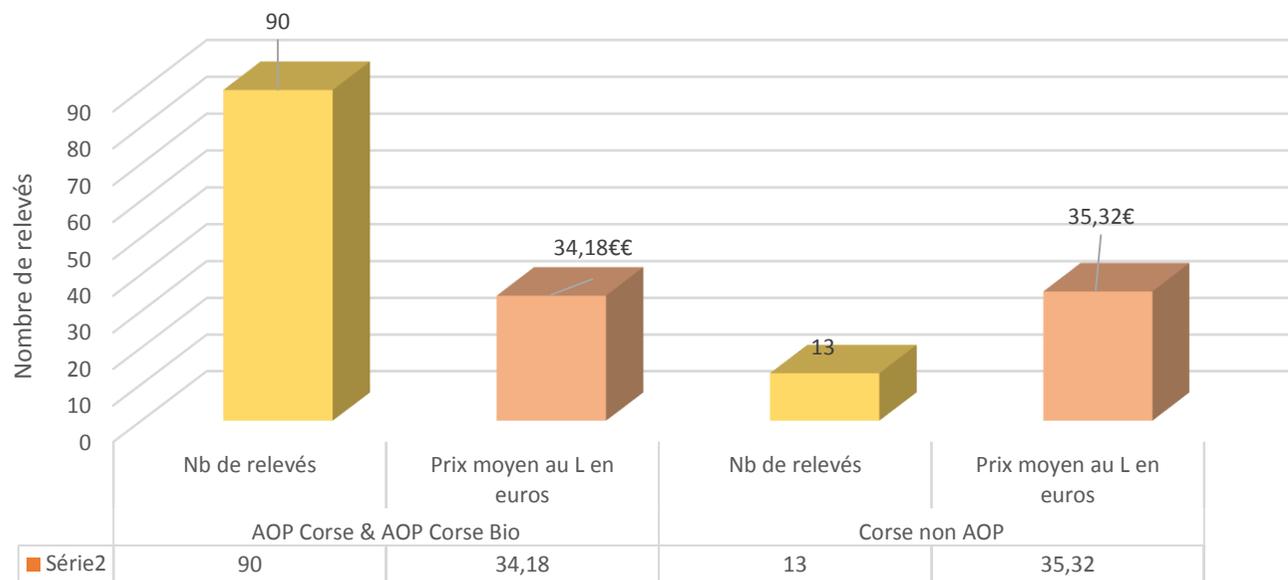
Dans les commerces de proximité(CDP)

Les catégories SIQO, Sans label, Bio, Corse non AOP Bio, trop peu ou pas du tout représentées, ne figurent pas dans le tableau ci-dessous. Les catégories AOP Corse et l'AOP Corse Bio ont été regroupées.

CDP	Contenance en L	VERRE			SPRAY	METAL				
		0,75	0,5	0,25	0,2	1	0,75	0,5	0,25	0,175
AOP Corse & AOP Corse Bio	Nb de relevés	46	90	39	15	7	10	67	57	5
	Prix mini	13,3	8,50	6,90	7,90	24,00	18,00	11,70	7,65	7,70
	Prix maxi	32,5	26,50	13,20	12,80	27,70	29,50	27,70	21,00	8,90
	Moyenne	21,79	17,09	10,58	9,92	26,03	23,38	17,00	10,92	8,22
	Prix moyen au L	29,05	34,18	42,32	49,60	26,03	31,17	34,00	43,68	46,97
Corse non AOP	Nb de relevés	8	13	8						
	Prix mini	19,9	14,40	9,50						
	Prix maxi	28,9	20,92	12,50						
	Moyenne	24,4	17,66	10,93						
	Prix moyen au L	32,53	35,32	43,72						

En commerce de proximité, la bouteille de 50cl est la présentation la plus utilisée: à ce titre elle peut servir de référence.

Prix moyen au litre en CDP (réf. bouteille verre de 50 cl)



En commerce de proximité, en 50 cl, l'huile d'olive AOP Corse est bien valorisée : 34.20€/L (contre 31.56€ en 2016).

Le Corse non AOP est mieux valorisé mais beaucoup moins représenté (13 relevés seulement contre 90 pour l'AOP de Corse)

On rappelle ici que la part globale de l'huile Corse AOP représente 42% des relevés. la part de l'huile corse Non AOP représente 4% des relevés.

5. L'HUILE AOP HUILE D'OLIVE DE CORSE / OLIU DI CORSICA

L'année 2017, sans être réellement une « bonne » année au niveau de la production, a connu une campagne que l'on peut situer dans la moyenne haute. La production globale régionale a été de 250,8 tonnes d'huile.

1479.15 tonnes d'olives ont été triturées pour un rendement moyen de près de 17%.

Pour la saison 2017, les potentiels metteurs en marché en AOP étaient au nombre de 120. **57** d'entre eux ont produit de l'huile qu'ils ont fait agréer en AOP, pour un volume global de **172.8 tonnes**.

La campagne précédente (2015/2016) a correspondu à une campagne d'alternance avec une faible production (72 tonnes de production labellisée). Il n'y avait quasiment plus d'huile en stock à la veille de la campagne 2016/2017; les huiles en AOP Oliu di Corsica rencontrées sur le marché lors de la saison estivale 2017 correspondaient donc globalement à la production de la campagne 2016/2017.

5.1. TAUX DE PRESENCE DES MARQUES AOP CORSE

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

Tableau de représentativité de chacune des marques en AOP de Corse dans les GMS

En moyenne, chaque marque parmi celles vendues en GMS est représentée dans 1 à 8 commerces (moyenne de 3). Celles que l'on rencontre le plus sont présentes respectivement dans 11 et 8 des 23 GMS visitées, et 9 ne sont présentes que dans 1 seul commerce.

Le taux de présence par marque est au maximum de 34.8% ; aucune marque ne couvre la totalité du réseau GMS.

GMS	Présence en nombre de commerces	Taux de présence sur les 23 commerces visités
Marque 1	7	30,4%
Marque 2	1	4,3%
Marque 3	7	30,4%
Marque 4	2	8,7%
Marque 5	1	4,3%
Marque 6	3	13,0%
Marque 7	3	13,0%
Marque 8	2	8,7%
Marque 9	3	13,0%
Marque 10	8	34,8%
Marque 11	4	17,4%
Marque 12	1	4,3%
Marque 13	1	4,3%
Marque 14	8	34,8%
Marque 15	1	4,3%
Marque 16	1	4,3%
Marque 17	1	4,3%
Marque 18	1	4,3%
Marque 19	1	4,3%

Dans les commerces de proximité (CDP)

On rappelle que 40 commerces de proximité ont été visités en 2017.

Tableau de représentativité de chacune des marques en AOP de Corse dans les CDP

CDP	Présence en nombre de commerces	Taux de présence sur les 40 commerces visités	CDP	Présence en nombre de commerces	Taux de présence sur les 40 commerces visités
Marque 1	1	2,5%	Marque 20	1	2,5%
Marque 2	3	7,5%	Marque 21	2	5,0%
Marque 3	9	22,5%	Marque 22	10	25,0%
Marque 4	3	7,5%	Marque 23	6	15,0%
Marque 5	1	2,5%	Marque 24	6	15,0%
Marque 6	2	5,0%	Marque 25	4	10,0%
Marque 7	7	17,5%	Marque 26	4	10,0%
Marque 8	3	7,5%	Marque 27	3	7,5%
Marque 9	2	5,0%	Marque 28	3	7,5%
Marque 10	1	2,5%	Marque 29	6	15,0%
Marque 11	2	5,0%	Marque 30	1	2,5%
Marque 12	7	17,5%	Marque 31	3	7,5%
Marque 13	3	7,5%	Marque 32	1	2,5%
Marque 14	1	2,5%	Marque 33	1	2,5%
Marque 15	6	15,0%	Marque 34	2	5,0%
Marque 16	2	5,0%	Marque 35	2	5,0%
Marque 17	5	12,5%	Marque 36	1	2,5%
Marque 18	1	2,5%	Marque 37	3	7,5%
Marque 19	1	2,5%	Marque 38	1	2,5%

On a recensé **38 marques différentes** d'huile d'olive en AOP de Corse dans les 40 CDP visités.

Seule 1 marque est présente dans **10** de ces CDP.

En moyenne, chaque marque parmi celles vendues en CDP est représentée dans 1 à 10 commerces (moyenne 3). Le taux de présence moyen de chaque marque sur l'ensemble des 40 CDP est de 8%.

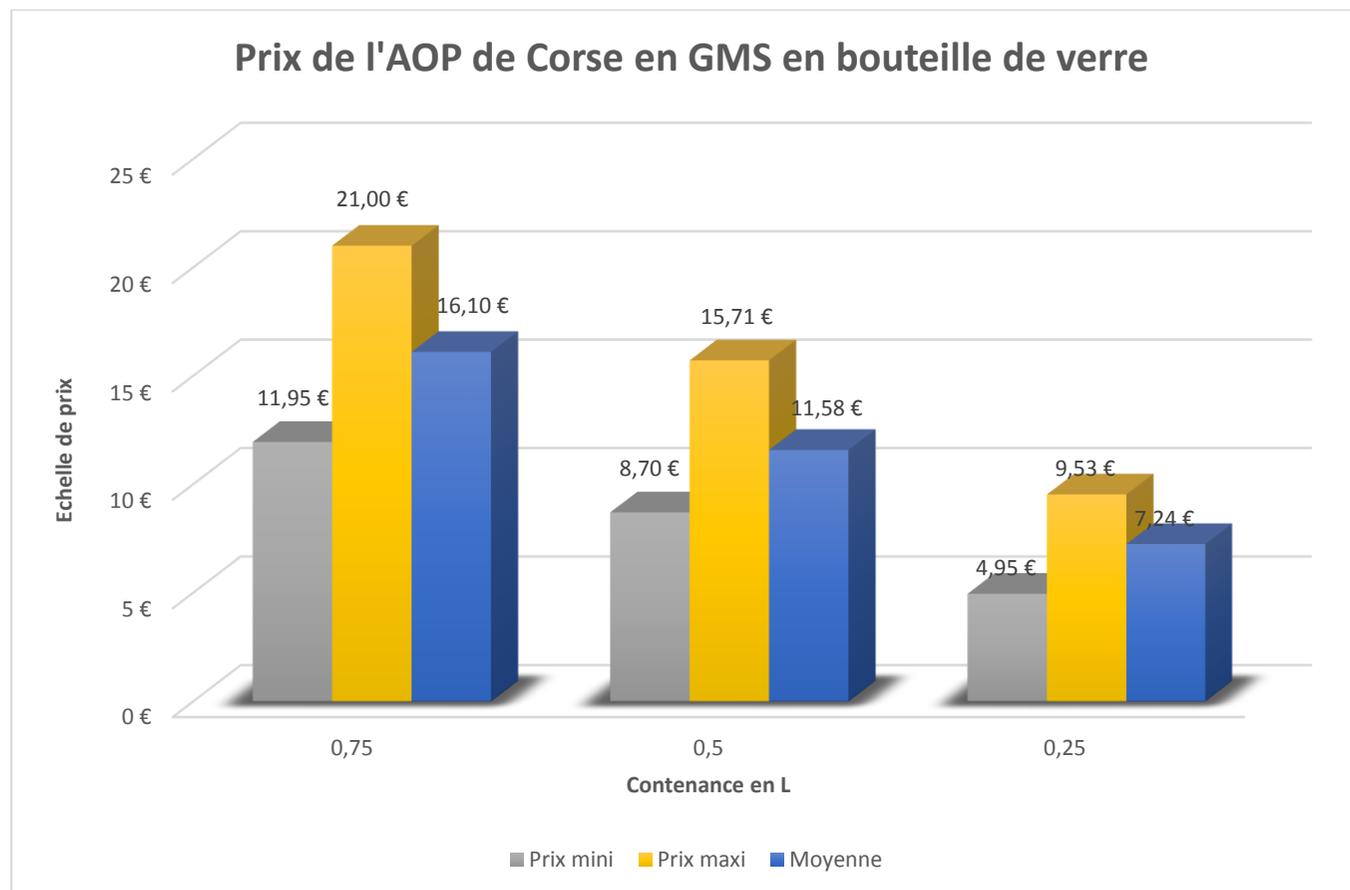
Celle que l'on rencontre le plus est présente dans 10 des 40 CDP visités, et 12 ne sont présentes que dans 1 seul commerce.

27 marques (soit + de 71% des marques recensées en CDP) sont présentes dans moins de 10% des CDP visités.

En commerce de proximité, le taux de présence maximal par marque en AOP de Corse est de 25%. En moyenne, ce taux est de 8 %.

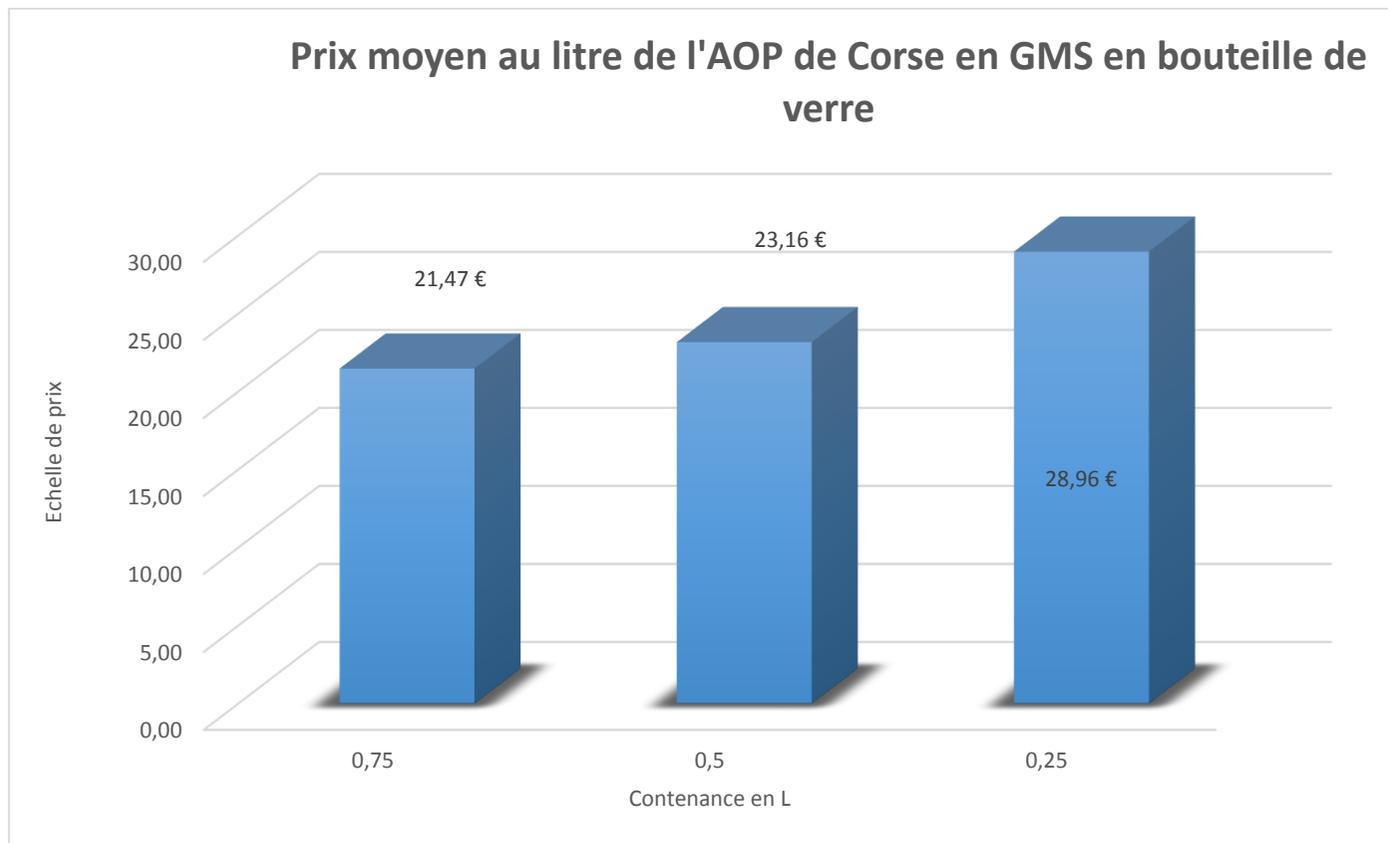
5.2. ANALYSE DES PRIX DE L'AOP DE CORSE

En Grande et Moyennes Surfaces (GMS)

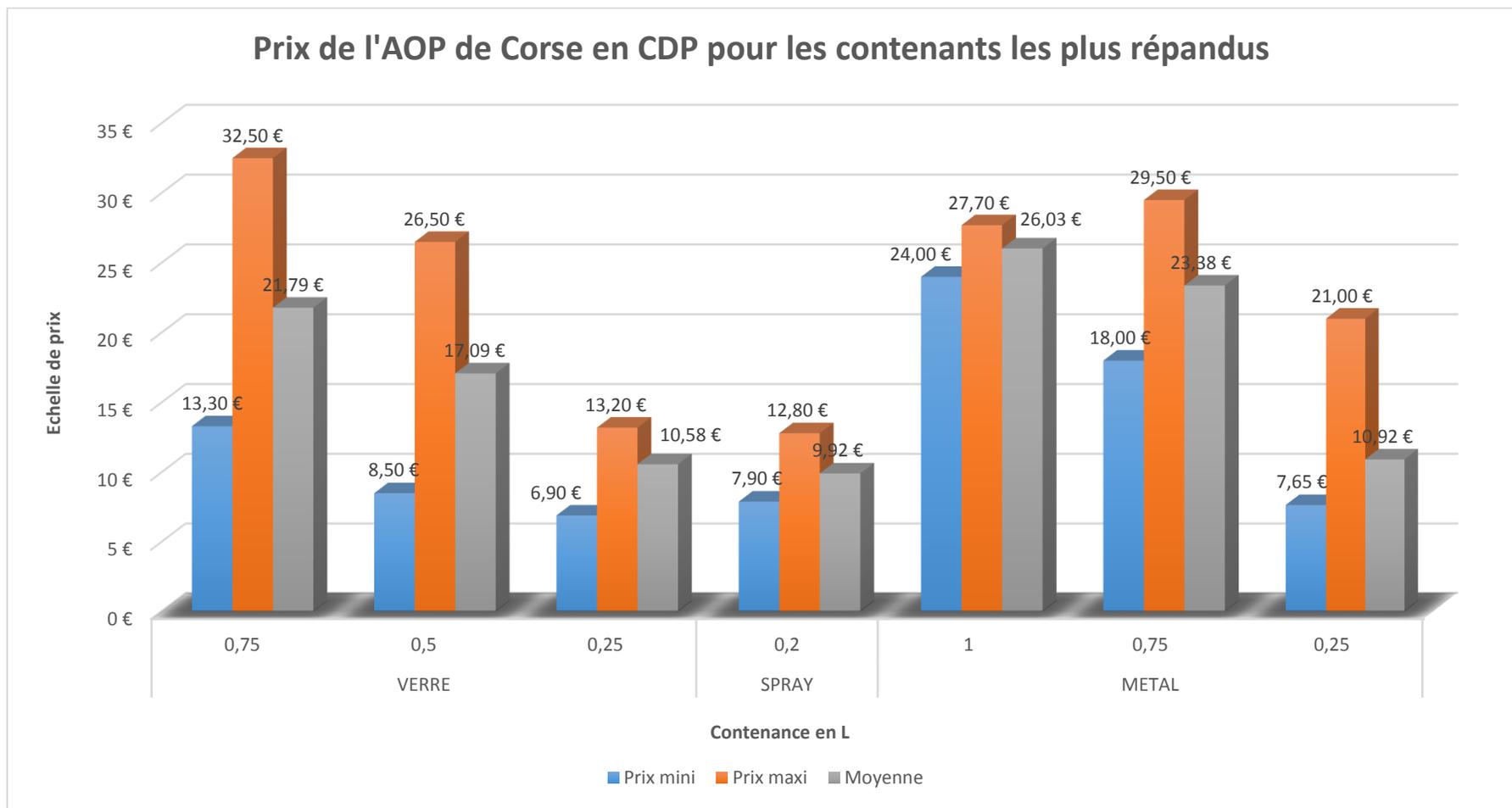


On remarque un différentiel de prix de plus de 9 € entre le prix minimum et le prix maximum sur la présentation- référence la plus répandue (75 cl)

Le prix moyen au litre par type de contenant est présenté sur le graphique suivant :

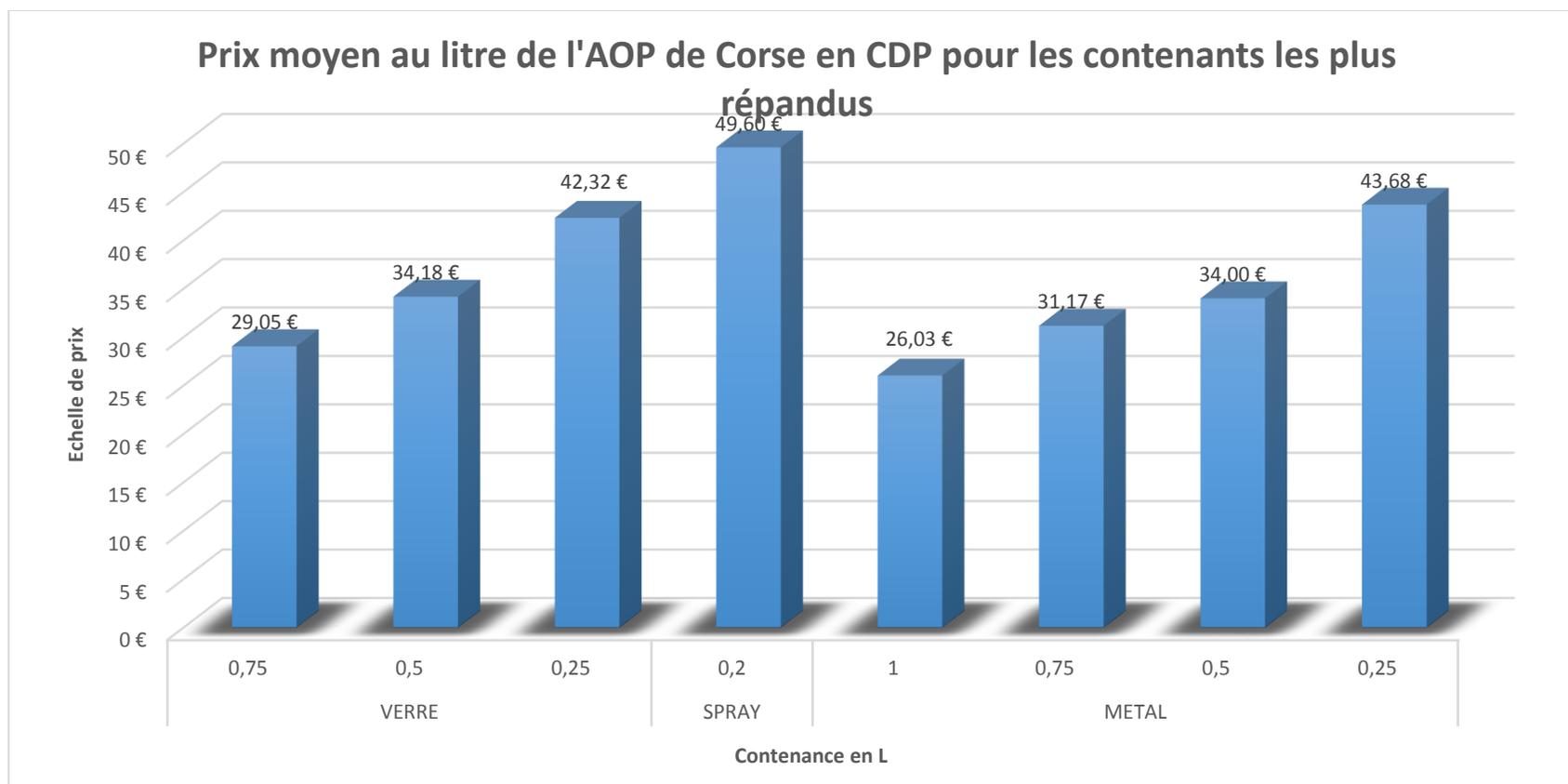


Dans les commerces de proximité (CDP):



On remarque des différentiels de prix allant jusqu'à de près de 20 € entre le prix minimum et le prix maximum sur les contenants les plus répandus (bouteille verre de 50 cl et 75 cl).

Le prix moyen au litre par type de contenant est présenté dans le graphique suivant :

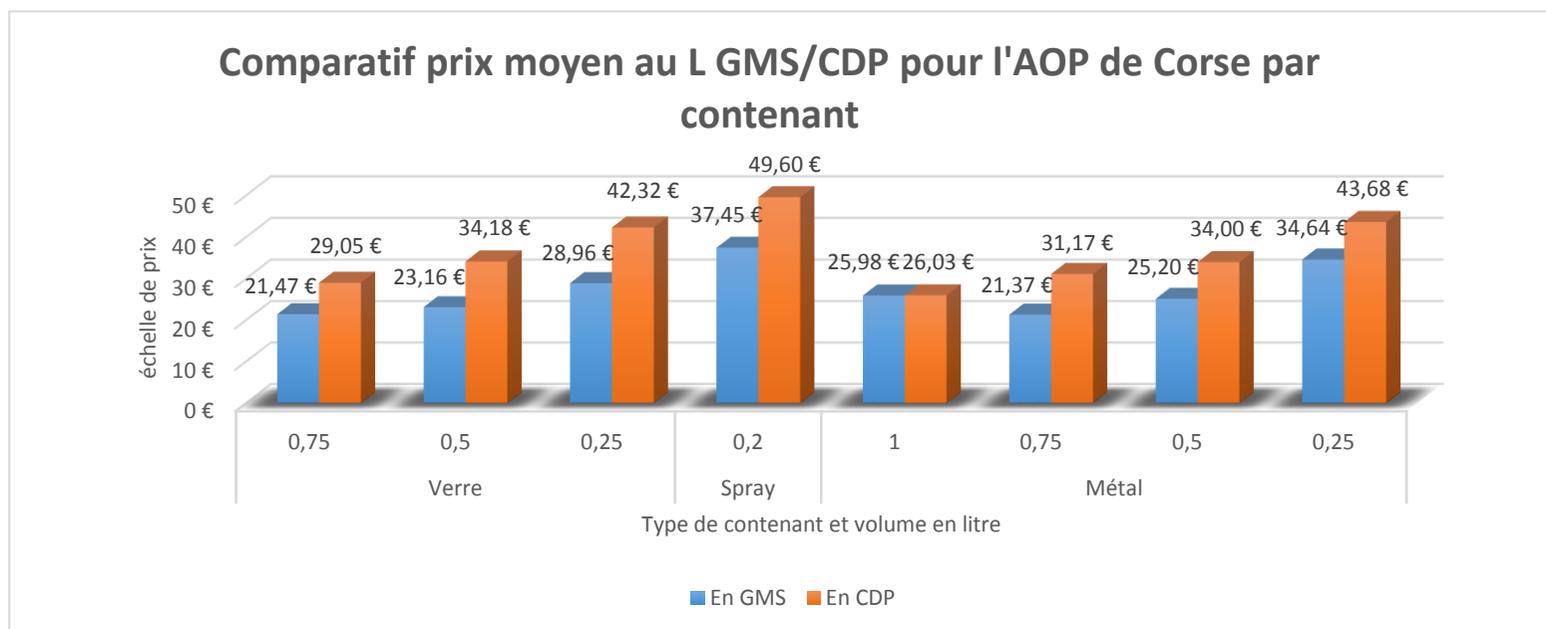


Analyse comparative entre les réseaux GMS et CDP.

Comparatif des prix moyens de l'AOP Huile d'olive de Corse dans les GMS et dans les commerces de proximité de l'île, par contenant présent dans les deux réseaux :

Prix moyen au L de l'AOP de Corse	Verre			Spray	Métal			
	0,75	0,5	0,25	0,2	1	0,75	0,5	0,25
Contenance en L	0,75	0,5	0,25	0,2	1	0,75	0,5	0,25
En GMS	21,47 €	23,16 €	28,96 €	37,45 €	25,98 €	21,37 €	25,20 €	34,64 €
En CDP	29,05 €	34,18 €	42,32 €	49,60 €	26,03 €	31,17 €	34,00 €	43,68 €
Différentiel CDP/GMS	26%	32%	32%	24%	0%	31%	26%	21%

Ces données sont reprises dans le graphique ci-dessous :



En moyenne, tous types de contenants et contenances confondus, par rapport au prix en GMS, le prix de l'huile d'olive de Corse est de près de 25% plus élevé en commerce de proximité (ce taux était de 31% en 2016).

6. EVOLUTION DU MARCHÉ : COMPARATIF 2012/2017

Dans un souci d'objectivité, le comparatif 2012/2013 portait uniquement sur les seuls commerces enquêtés aussi bien en 2012 qu'en 2013. L'année 2012 étant, on le rappelle, l'année de référence, celle de 2013, l'année d'étude d'un tiers du marché. En 2014 et 2015, les deuxième et troisième tiers ayant été étudiés, le comparatif 2014/2015 ne peut donc se faire que d'une manière globale. Les comparaisons ne sont pas objectives au sens strict du terme, mais portent sur la tendance générale.

6.1. EVOLUTION DU TAUX DE PRESENCE DE L'AOP DE CORSE

Part de l'AOP de Corse sur l'ensemble des relevés pratiqués depuis 2012 :

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total relevés	2 086	1352	1418	1070	1737	1165
Relevés AOP Corse (+AOP Corse BIO)	895	621	552	563	609	501
Part de l'AOP Corse	43%	46%	39%	53%	35%	43%

La part de l'AOP Corse varie en fonction des années, en relation avec la production et le phénomène d'alternance.

Part de l'AOP Corse par réseau de commercialisation pour les 6 dernières années sur l'ensemble des étiquettes relevées:

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PART DE L'AOP DE CORSE EN GMS	16%	18%	20%	20%	17%	21%
PART DE L'AOP DE CORSE (+AOP Corse BIO) EN CDP	58%	69%	69%	71%	56%	85%

La part de l'Huile d'olive de Corse AOP en GMS
a augmenté de 5% depuis 2012.

La part de l'Huile d'olive de Corse AOP en CDP a augmenté de 29% par rapport à l'an dernier, et de 27% depuis 2012.

6.2. EVOLUTION DU TAUX DE PRÉSENCE DE LA CATÉGORIE CORSE NON AOP

Part de la catégorie Corse non AOP sur l'ensemble des relevés pratiqués depuis 2012 :

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total relevés	2 086	1352	1418	1070	1737	1165
Relevés Corse non AOP	110	112	65	22	65	47
Part de Corse non AOP	5%	8%	5%	2%	4%	4%

Il a été établi dans les études précédentes que la production de cette catégorie d'huile est principalement issue des vergers multiséculaires, par « opportunité » (s'il y a des olives, on récolte, sachant que le résultat n'est pas du fait des interventions culturales) par des producteurs non professionnels pour lesquels l'oléiculture est une activité complémentaire.

6. 3. EVOLUTION DES PACKAGINGS

Packagings: évolution entre 2012 et 2017.

Packagings: évolution entre 2012 et 2017

		1L				0,75L			0,5L		0,25L	
		1L	0,75L	0,5L	0,25L	0,75L	0,5L	0,25L				
GMS	AOP corse	En 2012	3%	43%	39%	7%	3%	4%	NO			
		En 2017	NO	26,4	31,4	10,1	NS	15,7	9,4			
		Evolution 2012-2017		-16,6	-7,6	3,1		11,7				
	BIO	En 2012	11%	75%	4%	6%	4%					
		En 2017	3,8	60,9	NS	13,5	NS					
		Evolution 2012-2017	-7,2	-14,1		7,5						
	Corse non AOP	En 2012	10%	70%	10%							
		En 2017	NO	NS	NS							
		Evolution 2012-2017										
	Sans label	En 2012	31%	36%	20%	NO	6%					
		En 2017	20,3	30,4	18,4	9,0	NO					
		Evolution 2012-2017	-10,7	-5,6	-1,6							
CDP	AOP corse	En 2012		23,0%	30,0%	10,0%	3,0%	14,0%	9,0%			
		En 2017		13,6	25,8	11,0	3,0	19,9	17,2			
		Evolution 2012-2017		-9,4	-4,2	1,0	=	5,9	8,2			
	BIO	En 2012	14%	57%	14%	14%						
		En 2017		NS	NS	NO						
		Evolution 2012-2017										
	Corse non AOP	En 2012	10%	30%	28%	9%		9%	5%			
		En 2017	NO	21,1	34,2	21,1		NS	NS			
		Evolution 2012-2017		-8,9	6,2	12,1						
	Sans label	En 2012	37%	19%	31%	9%						
		En 2017	NS	NS	NS	NO						
		Evolution 2012-2017										
AOP corse BIO	En 2016	NO	17,0	23,4	23,4	10,6	10,6	14,9				
	En 2017	NO	NO	60,0	40,0	NO	NO	NO				
	Evolution 2016-2017			36,6	16,6							

(NO : Non Observé ; NS : Non Significatif)

Sur l'ensemble des relevés pratiqués, toutes catégories d'huile confondues, la bouteille de 75cl est moins présente; la part du bidon métal augmente, notamment le format 0.5 l

Packagings de l'AOP de Corse : évolution entre 2012 et en 2017 :

En GMS :

GMS	Verre			Métal	
	0,75L	0,5L	0,25L	0,75L	0,5L
2012	48,03%	44,08%	7,89%	44,44%	55,56%
2012	89,41%			10,59%	
2017	39%	46%	15%	11%	89%
2017	79%			32%	
Evolution 2012/2017	-9,14%	2,22%	6,92%	-33,73%	33,73%
	-10,00%			21,03%	

En GMS, on rencontre moins de bouteilles de verre qu'en 2012 et plus de bidons de métal.
La tendance est au format de 50 cl en verre et 50 cl en bidon.

En CDP :

CDP	Verre			Métal				Spray
	0,75L	0,5L	0,25L	0,75L	0,5L	0,25L	Autres	0,2L
2012	48,03%	44,08%	7,89%	9,00%	49,00%	33%	4%	
2012	89,41%			30,00%				5%
2017	27%	51%	21%	7%	45%	39%	9%	
2017	51%			45%				5%
Evolution 2012/2017	-20,81%	7,40%	13,41%	-2,24%	-3,73%	5,51%	5,46%	
	-38,51%			14,58%				0%

En commerces de proximité on observe une diminution des bouteilles en verre et pas d'évolution pour les sprays. Seuls les bidons métalliques sont en augmentation.

On remarque une augmentation de la présence du format 25 cl.

6. 4. EVOLUTION DES PRIX

Comparaison globale des prix moyens au litre par type de contenant tous types d'huile confondus, entre 2012 et 2017 :

Comparaison globale des prix moyens au litre par type de contenant tous types d'huile confondus, entre 2012 et 2017

		Verre				Spray		Métal			
		1L	0,75L	0,5L	0,25L	0,25L	0,2L	1L	0,75L	0,5L	0,25L
2012	Nombre de relevés	167	391	291	87	24	29	11	16	53	37
	Moyenne	6,99 €	10,71	9,59	6,27	4,47	8,64	19,8	15,37	14,7	9,85
	Prix moyen L	6,99 €	14,28 €	19,18 €	25,08 €	17,88 €	43,20 €	19,80 €	20,49 €	29,40 €	39,40 €
2017	Nombre de relevés	102	317	261	129	1	22	8	14	101	78
	Moyenne	13,70 €	18,30 €	14,80 €	10,40 €	11,20 €	10,60 €	25,90 €	22,10 €	19,00 €	13,90 €
	Prix moyen L	13,70 €	24,40 €	29,70 €	41,70 €	44,80 €	52,80 €	25,90 €	29,50 €	38,00 €	55,40 €
Evolution 2012/2017	Prix moyen L	49%	41%	35%	40%	60%	18%	24%	31%	23%	29%

Sur l'ensemble des relevés pratiqués, les prix ont augmenté en moyenne de 6% par rapport à 2012.

Comparaison des prix moyens au litre par type de contenant pour l'AOP Corse entre 2012 et 2017:

En GMS :

GMS	Verre			Métal	
	0,75L	0,5L	0,25L	0,75L	0,5L
2012	18,80 €	20,08 €	22,80 €	20,19 €	22,48 €
2017	21,47 €	23,16 €	28,96 €	21,37 €	25,50 €
Evolution 2012/2017	12%	13%	21%	6%	12%

En GMS, les prix de l'AOP de Corse ont augmenté en moyenne de 13% par rapport à 2012.

En CDP :

CDP	Verre			Spray	Métal				
	0,75L	0,5L	0,25L	0,2L	1L	0,75L	0,5L	0,25L	0,175L
2012	24,16 €	28,62 €	38,48 €	44,50 €	22,69 €	25,24 €	29,78 €	39,24 €	41,60 €
2017	30,50 €	35,00 €	40,20 €	51,80 €	25,90 €	31,70 €	39,40 €	57,30 €	47,40 €
Evolution 2012/2017	21%	18%	4%	14%	12%	20%	24%	32%	12%

Les prix en CDP sont en augmentation par rapport à 2012 en moyenne de 13%.