

L'huile d'olive est populaire, mais a-t-elle toujours été à la mode ?

Par Jean-Paul Frétillet



Comme le blé et le vin, l'olive est un marqueur millénaire de la culture méditerranéenne. Le fruit de l'olivier, arbre souvent séculaire, est le plus partagé dans la cuisine du sud. A l'inverse du vin, il n'est frappé d'aucun interdit religieux. C'est la première dimension populaire de l'olive que l'on croque ou que l'on déguste sous forme

d'huile. « Elle est le symbole de ce que l'on pourrait appeler la fraternité culinaire des peuples de la Méditerranée, précise le sociologue Rémy Lucas. C'était vrai hier, dans l'Antiquité, ça l'est toujours, à une époque où la consommation d'huile d'olive dépasse largement le cadre de la Méditerranée ».

Mais le divin nectar n'a pas l'exclusivité dans la cuisine méditerranéenne. La concurrence avec les matières grasses d'origine animale comme le beurre ou le saindoux a parfois divisé et divise encore les habitudes alimentaires au bord de la Grande Bleue. Michel Chauvet, agronome et ethnobotaniste, spécialiste de l'histoire et de l'usage des plantes alimentaires l'illustre par trois exemples : « Dans l'est de la Méditerranée, on reste friand des huiles de sésame ou des pâtes de sésame, ce qu'on appelle le tahiné en Egypte. Les montagnards libanais cuisinent avec la graisse de queue de mouton et ils ont même sélectionné une race à ce dessein. Enfin en Espagne, dans le centre montagneux, on a toujours préféré, et on préfère encore le saindoux à l'huile d'olive ».

Nécessité fait parfois loi. Les auteurs de l'Inventaire du patrimoine culinaire (Provence-Alpes- Côte d'Azur) rappellent qu'en Provence (et ailleurs), l'église interdisait les graisses animales pendant les jours de jeun (vendredi et samedi) et le carême. C'est

bien la preuve qu'il s'en consommait en dehors des jours maigres.

L'huile d'olive est donc populaire mais elle n'est pas la seule matière grasse dans la cuisine du bassin méditerranéen. Michel Chauvet ajoute que son usage culinaire quotidien est assez récent. « Autrefois, il était rare que l'on assaisonnât une salade avec de l'huile d'olive car les nourritures étaient principalement cuites ». C'est pourquoi, son utilisation était plutôt non alimentaire. Elle servait à éclairer les maisons. On la transformait en savon ou on en faisait un usage cosmétique. Ces pratiques renvoient à la symbolique religieuse, tout aussi populaire. Dans les trois religions du livre, l'huile d'olive a un caractère sacré. « Allah est la Lumière des cieux et de la terre. Sa lumière est semblable à une niche où se trouve une lampe. (...) son combustible vient d'un arbre béni : un olivier ni oriental ni occidental dont l'huile semble éclairer sans même que le feu la touche. (...) » dit le coran. (S24V35)

Si l'huile d'olive, en dehors de son côté sacré, ne semble pas jouir d'une grande considération, on note que, dès le XVIII^{ème} siècle, certains terroirs oléicoles revendiquent une supériorité qualitative colportée jusqu'à Paris. L'encyclopédiste provençal Claude François Achard note en 1787 que l'huile d'Aix-en-Provence est « la meilleure de la Provence ». Elle est « un peu amère et piquante dans les trois ou quatre premiers mois de sa fermentation ». Mais il déplore que « les habitants des provinces septentrionales » préfèrent « l'huile épaisse et douce dans sa formation » comme celles « de Grasse, de Nice, d'Aramont, de Draguignan, de Toulon » qui, « aux approches de l'été, piquent leur gosier ». De son côté, en 1835, J. Aymès, propriétaire du Bazar Provençal à Paris affirme que « les huiles d'Aix, qui n'étaient servies jadis que sur les tables des grands, sont aujourd'hui recherchées par toutes les classes ». Comme la vigne a eu son phylloxéra meurtrier, l'olivier provençal a eu ses gels dévastateurs, ceux de 1929 et 1956. La production d'huile d'olive française s'est presque éteinte : 1000 à 2000 tonnes par an dans les années soixante dix contre 10 000 tonnes au début du siècle. Victime de la concurrence des huiles d'arachides, de tournesol ou de colza dont la consommation explose après la guerre, l'huile d'olive décline dans les statistiques, même en Provence. Elle n'est plus populaire!

Le retournement date des années quatre-vingt : de 20 000 tonnes d'huile d'olive consommées, on passe à près de 120 000 tonnes aujourd'hui. « Avant de redevenir populaire, l'huile d'olive est devenue un produit à la mode. Toutes les conditions étaient réunies », souligne Rémy Lucas. Ignorée, presque dénigrée, l'huile d'olive est la proie idéale des consommateurs de produits tendance. D'autant qu'elle croise un

carrefour de circonstances favorables. La montée des arguments santé dans l'alimentation favorise l'huile d'olive et handicape les matières grasses animales. La promotion du régime crétois y contribue. Mais la réhabilitation de l'huile d'olive doit peut-être davantage à quelques chefs comme Roger Verger et son élève Alain Ducasse qui défendent les saveurs de la cuisine méditerranéenne. « L'huile d'olive devient un produit noble, explique Rémy Lucas, et à la mode. On évoque les origines, on compare les crus, on déploie un discours organoleptique sur ce produit comme on le faisait pour le vin. Son prix s'envole et on le conditionne parfois en flacon... comme un parfum. Dans Paris, les boutiques spécialisées dans les huiles de terroir fleurissent comme les oliviers au printemps. Les chefs ne jurent plus que par l'huile d'olive. « La suite logique propre à tout produit à la mode est de se démocratiser pour devenir un produit populaire » ajoute Rémy Lucas. « C'est ce qui s'est passé avec l'huile d'olive ». Les grandes marques à l'image de Puget ont contribué à sa diffusion jusque sur les rives de la Manche, de l'Atlantique et de la mer du Nord ! Et parfois les statistiques jouent à fronts renversés. En 2014, un habitant de l'ouest de la France consomme plus d'huile d'olive qu'un Provençal ! 17,3 litres pour le premier, 15,2 litres pour le deuxième.

Dans les linéaires de la grande distribution, l'offre et le choix explose. Pour le mesurer, il suffit d'aviser le rayon « Huile et Assaisonnement » d'un supermarché comme celui d'Intermarché à Ceyrat dans la banlieue de Clermont-Ferrand, en Auvergne région productrice et consommatrice d'huile de noix. L'huile d'olive occupe presque la moitié de l'espace. De l'huile de producteur en passant par l'huile d'origine (Crête, Portugal, Italie,), à l'huile de marque, l'huile de distributeur, l'huile premier prix, l'huile mélangée et les huiles bio (les seules du rayon), le choix est impressionnant. Aucune autre huile n'offre une telle diversité. Dans ce magasin, l'huile de terroir n'est en concurrence qu'avec une huile de noix locale. La gamme des prix est assez serrée puisqu'ils s'étalent de 3€24 à 8€26 pour une huile italienne d'origine. Le jour de cette visite, les trois clients rencontrés devant le rayon nous confiaient ou non leur motivation d'achat. Une septuagénaire d'origine portugaise : « Je regarde juste les prix. C'est cher. Moi, je prends mon huile d'olive dans la famille, et je rapporte des bidons du Portugal ». Un homme de 35 ans environ, en costume : « Je prends une bouteille d'un demi litre, car je suis seul. L'huile d'olive c'est pour mes salades, c'est bon pour la santé ». Enfin, un septuagénaire : « Ma femme m'a dit de prendre de l'huile de noix, c'est le goût d'ici. Non, je ne prends jamais d'huile d'olive ».

Ces témoignages nous invitent à nous interroger sur le contenu du qualificatif

«populaire ». Existe-t-il des similarités entre le « populaire » de la Provence du XIXème siècle qui exprime la culture méditerranéenne antique et le « populaire » d'un supermarché d'une banlieue auvergnate plus coloré par la culture de masse ? Une chose est sûre. L'huile d'olive n'a jamais été aussi populaire et à la mode en même temps.