



Étiquetage et promotion

La communication par l'étiquette !

FRANCE

Olive

Association Française
Interprofessionnelle de l'Olive

Alexandra PARIS
Directrice communication, économie / étiquetage

A close-up photograph of a glass pitcher and a bottle of olive oil. The pitcher in the foreground is filled with golden-yellow olive oil and has a textured, embossed pattern of olives and branches. The bottle in the background is also filled with olive oil and is slightly out of focus. The scene is set on a light-colored wooden surface with a blurred background of greenery and a white object.

Se mettre à la place
Du consommateur

FRANCE
Olive

Critères de *choix*



Critères liés au produit

- **Qualité**
- **Origine**
- **Labels**
- **Etiquetage**
- **Contenant**
- **Choix du rayon**

Critères personnels

- **Destination : pour soi ou cadeau**
- **Usage(s) : à cru, à chaud, en salade, partout...**
- **Budget**
- **Lieu d'achat**



Les attentes
du consommateur

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)



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.

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

Pour mettre à jour les codes visuels du haut de gamme, nous avons présenté 9 planches photos avec des bouteilles d'huile d'olive :

9 AXES

DESIGN OPAQUE
 ARTISTIQUE
 CLASSIQUE VISITE
 MODERNE
 DESIGN
 TRANSPARENT
 COFFRET
 EMBALLAGE
 BIDON METAL
 MISE EN AVANT
 GOUT
 PETIT CONTENANT



« Voici des visuels d'huile d'olive que l'on peut trouver dans d'autres pays.

Pour cette question et les suivantes, nous parlons uniquement du design, du packaging, de la forme, de l'apparence des huiles d'olive. Imaginons que ce produit soit disponible dans le magasin que vous fréquentez et que le contenu (parfum, origine, prix ...) vous convienne. »

Un choix de visuels finalement assez transversal aux 3 pays et qui fait écho aux attentes exprimées en amont sur le goût : mise en avant du goût, des producteurs mais aussi design épuré, transparent qui laisse voir le produit.

Accueil des designs pour une huile d'olive haut de gamme
Base clients réguliers de circuit sélectif (180/180/180)

Synthèse
Donne l'impression d'une huile d'olive haut de gamme / Qui me concerne / Originale



Mise en avant des goûts ou des producteurs	+++	+++	+++
Design transparent	+++	++	++
Classique visité	++	++	++
En coffret, avec emballage	+	+	+
Design opaque			+
Bidon métal	+		

V1- Choisissez les 5 qui vous donnent le plus l'impression d'une huile d'olive très haut de gamme ?

V2- Donnez une note de 1 à 7 pour indiquer dans quelle mesure chacune de ce design chacun de ces designs d'huiles d'olive vous concerne personnellement

V3- De la même manière, donnez une note de 1 à 7 pour indiquer dans quelle mesure chacun de ces designs d'huiles d'olive est original



Mise en avant des goûts
ou des producteurs



Design transparent



Classique revisité





En résumé

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^{er} : la qualité du produit.
Maintenez une qualité élevée = pré-requis pour une
huile "haut de gamme".**



Les pré-requis

Pas d'impasse !

FRANCE
Olive

Le conditionnement

L'huile d'olive doit être présentée au consommateur final préemballée c'est-à-dire conditionnée. **La vente en vrac est donc interdite.**



Le contenant doit disposer d'un systeme de fermeture qui perd son intégrité après sa 1^{ère} utilisation et comporter un étiquetage conforme à la réglementation.

L'huile d'olive ne peut être vendue dans des contenants dont la capacité est supérieure à 5 litres (10 l pour la restauration).



Le choix du *contenant*

Pour un usage régulier :

- Rapport qualité / prix et adéquation avec le prix de vente et la qualité de votre produit
- Praticité : pas trop haut (il doit rentrer dans les placards), pas trop lourd ni épais (prise en main facile),
- Privilégier le verre opaque, le métal, le BiB... des contenants qui ne laisse pas passer la lumière. *Attention, vérifier l'alimentarité et l'usage possible pour des corps gras !*
- Bouchage et versage : vérifier que le plastique du bouchon ne soit pas "rongé" par le gras, privilégier encore la praticité (versage facile, bonne conservation...).

Vous pouvez prendre des contenants plus originaux pour les usages cadeaux. Dans ce cas, privilégier les petits contenants (10 à 50 cl).



Le contenant choisi dénote l'image que vous voulez donner de votre produit.

L'étiquetage : obligation générale d'information

Toute information mentionnée sur l'étiquetage (= tout élément se référant à une denrée alimentaire)

- **ne doit pas être de nature à créer une confusion dans l'esprit de l'acheteur ou du consommateur**
- et ne pas prétendre que la denrée a des qualités particulières alors que toutes les denrées similaires ont les mêmes.



Mettez-vous à la place du consommateur qui ne connaît pas votre produit : quelle information recherche t'il ? Où ?

Objectifs

- Un étiquetage clair
- Qui contient toutes les informations obligatoires
- Qui met en valeur les informations recherchées par le consommateur et celles qui vous distinguent, vous différencient
- Un contenant pratique qui permet de fidéliser le consommateur



Imaginez votre étiquette comme votre 1^{ère} publicité !





*Les mentions
obligatoires*

Et leur bon usage !

FRANCE
Olive

Informations *obligatoires* : présentation



Elles sont mentionnés à l'aide de **mots** et de **chiffres** qui peuvent être accompagnés de pictogrammes



Elles sont inscrites à un endroit apparent de manière à être facilement **visibles**, clairement **lisibles** et, le cas échéant, **indélébiles**.

Informations *obligatoires* : présentation



Elles sont imprimées (non manuscrites).



Elles figurent, pour les denrées préemballées, **directement sur l'emballage ou sur une étiquette attachée à celui-ci**

Informations *obligatoires* : présentation

Ces informations doivent être précises, compréhensibles, visibles et dans une **langue facilement compréhensible** pour le consommateur.

Optez pour la langue du pays dans lequel vous commercialisez votre huile ou tout au moins une langue couramment utilisée dans ce pays.



Informations *obligatoires* : présentation

La taille minimale de caractères à prendre en compte pour toutes les mentions obligatoires est de 1,2 mm (taille du « x »)

Exception : 0,9 mm pour les emballages dont la face la plus grande à une surface inférieure à 80 cm²

Pensez à mettre en valeur (taille, typo...) les mentions importantes pour vos consommateurs et qui vous démarquent : origine, label...





Petit rappel !

Les mentions
obligatoires

Dénomination commerciale

Conditions de conservation

N° de lot

HUILE D'OLIVE DE FRANCE

HUILE D'OLIVE VIERGE EXTRA



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



Domaine de la Chabane
Chemin de la calamande
06000 NICE

A consommer de préférence avant le : *voir emballage*
A conserver à l'abri de la lumière et de la chaleur. Protéger de l'air en rebouchant bien la bouteille.
N° agrément : O/06/0123 - Lot A

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 g	
Energies	3700 kJ / 899 kCal
Matières grasses	100 g
dont acides gras saturés	14 g
Glucides	0 g
dont sucres	0 g
Protéines	0 g
Sel	0 g

50 cl

Origine de l'huile d'olive = origine des olives + origine de trituration

Définition de la catégorie

Nom ou raison sociale + adresse

Date de durabilité minimale

N° agrément FranceAgriMer

Quantité nette

2 HUILE D'OLIVE VIERGE EXTRA



1

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



Domaine de la Chabane
Chemin de la calamande
06000 NICE

A consommer de préférence avant le : *voir emballage*
A conserver à l'abri de la lumière et de la chaleur. Protéger de l'air en rebouchant bien la bouteille.
N° agrément : O/06/0123 - Lot A

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 g	
Energies	3700 kJ / 899 kCal
Matières grasses	100 g
dont acides gras saturés	14 g
Glucides	0 g
dont sucres	0 g
Protéines	0 g
Sel	0 g

50 cl

3

1

et

2

Chaque mention doit être indiquée :

- Dans sa totalité
- Dans la même police, même taille
- Dans le champ visuel principal

Règlement huile d'olive

1

2

3

Ces informations doivent être mentionnées dans le même champ visuel.

Règlement INCO



L'origine

Incontournable ...

L'Origine du produit : une mention qui vous démarque

Mention réservées aux huiles d'olive vierges extra et vierge.



ORIGINE RÉGIONALE

- ∞ Obligatoire pour les huiles d'olive bénéficiant d'une Appellation d'Origine Protégée ou d'une Indication Géographique Protégée.
- ∞ Seule la mention « AOP huile d'olive de + le nom de l'AOP » (ou de l'IGP) est possible
- ∞ Interdite pour les autres.



ORIGINE NATIONALE (ETAT MEMBRE) OU EUROPÉENNE

- ∞ Obligatoire
- ∞ Correspond au pays dans lequel les olives ont été récoltées et où se situe le moulin dans lequel elles ont été triturées. *Si les pays d'origine sont différents, l'étiquette doit le mentionner (« huile ... obtenue en ... À partir d'olives récoltées en ... » ou « Origine UE » ou « Origine UE et non UE »).*



ORIGINE NATIONALE (PAYS TIERS) – HORS UNION EUROPÉENNE

- ∞ Obligatoire
- ∞ Correspond soit au pays où les olives ont été récoltées et triturées soit au pays dans lequel a eu lieu la dernière transformation des olives (si les olives ont été récoltées dans un pays et triturées dans un autre).

Le logo Huile d'olive de France: un outil d'identification à disposition de la profession

Une identité forte : la France, **comme identité première, comme valeur partagée**

Un signe de reconnaissance : une charte graphique commune

Au plus le logo est utilisé, au plus il est connu, au plus il crée une communauté de référence, au plus la visibilité est grande

Un outil de **différenciation** par rapport aux huiles du rayon (GMS, épicerie fine...)

Un outil mis gratuitement à disposition de la profession

Un outil utilisé dans toutes les communications de France Olive



Un label d'Origine garantie : AOP

A noter : Depuis le 1^{er} janvier 2012, les mentions «AOC» et «Appellations d'Origine Contrôlées» sont définitivement remplacées par les mentions «AOP» et «Appellation d'Origine Protégée». *Article 6 du Décret du 5 janvier 2007 relatif à la valorisation des produits agricoles*

- ↳ L'apposition du logo est obligatoire
 - ↳ taille minimale = 15 mm
 - ↳ Texte en Times Roman
 - ↳ Code couleur : logo bicolore rouge et or, texte en rouge
 - ↳ Possibilité de noir et blanc uniquement sur ce sont les seuls couleurs d'encre présentes sur l'emballage

- ↳ Pour l'huile d'olive de Provence :
 - Pas d'AOP
 - Conserve : « AOC huile d'olive de Provence » + le logo AOC



Un label d'Origine garantie : AOP



Les produits en A.O.C. ou en A.O.P. doivent mentionner :

- Le nom (prévu dans le décret) de l'Appellation d'Origine
- La mention « Appellation d'Origine Contrôlée » ou « A.O.C. » ou « Appellation d'Origine Protégée » ou « A.O.P » (*sauf Haute-Provence et Nîmes dont le cahier des charges impose la mention « Appellation d'Origine Protégée »*)
- le logo AOP ou AOC



Lisez bien le cahier des charges de votre appellation pour connaître les règles applicables en matières d'étiquetage.

Choix est laissé aux opérateurs de mentionner ou non l'organisme de contrôle de l'appellation d'origine sur l'étiquetage.



Le Bio

Et autres mentions

FRANCE

Olive

Le label Bio

Il fait référence au mode de production d'un produit qui doit suivre un cahier des charges précis (dont l'application est contrôlée) fondé sur l'interdiction d'utilisation de produits issus de la chimie de synthèse.



La charte européenne impose une interdiction totale des pesticides et engrais chimiques de synthèse. Elle tolère l'utilisation de produits d'origine naturelle à certaines conditions.

C'est un label avec un contrôle d'un organisme de certification. Il ne suffit pas de ne pas utiliser de produits phytosanitaire pour pouvoir indiquer "Bio" sur votre étiquette!

Le label Bio

- Pour les produits préemballés biologiques à 95 % et plus :

Terme faisant référence à l'agriculture biologique dans la dénomination de vente

+ n° de code de l'organisme certificateur

+ logo communautaire obligatoire

+ logo AB facultatif

+ mention de l'origine des ingrédients agricoles avec indication des ingrédients biologiques

- Pour les produits en conversion :

Seuls les produits agricoles non transformés et les denrées alimentaires composées d'un unique ingrédient végétal d'origine agricole peuvent porter l'indication "**produit en conversion vers l'agriculture biologique**", et seulement cette indication.

Pour ce produit ou cet ingrédient, une période de conversion d'au moins douze mois avant la récolte doit avoir été respectée.



Le label Bio



Dans l'étiquetage, la même taille de caractères doit être utilisée pour toute l'indication "Bio". Celle-ci doit apparaître dans une couleur, une taille et un style de caractère qui ne la fassent pas plus ressortir que la dénomination de vente.



Le logo AB est un logo facultatif.
Il faut signer une charte d'utilisation avec l'Agence Bio pour pouvoir l'utiliser.

L'étiquetage nutritionnel

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 g	
Energie (kJ)	3 700
Energie (kCal)	899
Matières grasses (g)	100
dont acides gras saturés (g)	14
Glucides (g)	0
dont sucres (g)	0
Protéines (g)	0
Sel (g)	0

ou

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 mL	
Energie (kJ)	3 388
Energie (kCal)	823
Matières grasses (g)	92
dont acides gras saturés (g)	12
Glucides (g)	0
dont sucres (g)	0
Protéines (g)	0
Sel (g)	0

A noter : Les valeurs nutritionnelles peuvent être indiquées sous la forme d'une phrase si et seulement s'il manque de place dans l'étiquetage.

*Exemple de
complément possible
à la déclaration
nutritionnelle*



823 kcal
3 389 kJ

Pour 1 cuillère à
soupe (15 ml) :
123 kcal (508 kJ)

Les autres mentions *obligatoires*

- La dénomination commerciale : huile d'olive vierge ou huile d'olive vierge extra
- Le nom et l'adresse du responsable de la commercialisation
- "A consommer de préférence avant fin (ou avant le)" + date
- Indication de conservation : à minima "à conserver à l'abri de l'air et de la lumière"
- Quantité nette
- Numéro de lot
- Définition de la catégorie
- Numéro d'agrément France AgriMer



A noter : l'adhésion à un organisme de retraitement des déchets d'emballage est obligatoire. La mention du point vert est désormais facultative.



Les mentions *facultatives*



Le goût

Un critère décisif !

FRANCE
Olive

Le *gout* sur l'étiquette

La mention du goût est facultative.

Si elle est mentionnée, elle se doit de refléter la réalité et vous devez pouvoir prouver les éléments gustatifs indiqués (par tout moyen à votre disposition).



Les termes "fruité", "amer", "piquant", "huile douce", "équilibrée", ne peuvent figurer sur l'étiquetage que s'ils sont fondés sur les résultats d'une évaluation effectuée selon la méthode prévue à l'annexe XII, point 3.3, du règlement (CEE) n° 2568/91.



Différentes familles de goûts

Trois grandes familles de goût (*un peu comme le blanc, le rosé et le rouge pour le vin !*)



Huiles d'olives extraites d'olives récoltées à maturité (tournante à noire) et triturées fraîches. Elles sont généralement douces aux arômes de fruits (secs, mûrs, rouges), de fleurs accompagnées de notes végétales légères à moyennes. L'ardence est faible, pas d'amertume.



Huiles d'olive ne présentant ni caractère de fruit frais, ni d'arôme végétal. Elles sont issues d'olives qui sont stockées et maturées pendant 4 à 8 jours après récolte, dans des conditions appropriées et maîtrisées, avant extraction. Elles délivrent des notes de cacao, de champignon, de vanille, de fruits confits, sans amertume ni ardenace.



Huiles d'olives extraites d'olives fraîches, récoltées à faible maturité (olives vertes ou tournantes). Ces huiles sont fraîches et vives et présentent une ardenace marquée (piquant de fin de gorge) ainsi qu'une amertume légère à moyenne. Les notes aromatiques sont végétales, herbacées avec des notes mentholées ou de tomate verte.



Attention, l'huile d'olive "goût à l'ancienne" ou "olives maturées" ne peut être mentionnée comme une huile d'olive vierge extra.

Le goût sur l'étiquette

Pensez à décrire son huile

- A minima : utilisez les familles de goût
- Plus détaillé : en décrivant en quelques mots les arômes, au nez et en bouche de votre huile d'olive



Pour aller plus loin :

- n'hésitez pas à donner des conseils d'utilisations
- à renvoyer sur le site huiles-et-olives.fr dédié aux Huiles d'olive de France qui présente plus de **450 recettes** (notamment via un QR Code)



aperitifs & encas



Fougasse aux olives



Scones au bacon et à l'huile d'olive



Wraps façon salade César

Salades, soupes, tartes & cie

[Voir toutes les recettes](#)



Salade tomate mozzarella



Salade de pommes de terre



Taboulé d'agneau au citron et à la menthe

Forme & bien-être

[Voir toutes les recettes](#)



Les principales autres mentions facultatives

- « Première pression à froid » ou « Extraite à froid » : mentions facultatives. Ces deux mentions précisent le mode d'extraction, traditionnel pour « première pression à froid » et continu pour « extrait à froid ». Les températures d'extraction doivent être inférieure ou égale à 27°C.
- Année de récolte : mention facultative. 100 % du contenu de l'emballage provient de cette récolte. *S'il y a une indication de mois, le mois correspond au mois de trituration de l'huile.*





En résumé

...



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 le contenu du contenant

Rendez vos étiquettes lisibles et visibles :

- N'hésitez pas à jouer sur les polices, les couleurs (en respect des règles d'étiquetage)
- Choisissez la police en fonction de votre cible et de l'image que vous voulez donner à votre produit (élégant, moderne, féminine...).
- Jouez sur la grosseur des caractères : les éléments différenciant (origine, label...) doivent être écrits en caractères plus grands.
- 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 démarquer





L'étiquette est un **outil marketing efficace** : utilise-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 étiquettes 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

Notre site grand public :

huiles-et-olives.fr



/HuilesetOlives

Pour en savoir plus ...

Notre site pour les professionnels :

www.afidol.org

Alexandra PARIS

Directrice communication, économie / étiquetage