

découvrir



Italie, l'agriculture des paradoxes

Saviez-vous que l'Italie est la deuxième puissance agricole européenne ?
Voyage au cœur des campagnes de la "botte",
aussi colorées que contrastées.

Fabio Di Piva exploite depuis 15 ans 50 hectares en production biologique (huile d'olive, vigne et blé dur). Il propose aussi de l'hébergement (4 gîtes et 2 chambres d'hôtes) :

"l'agritourisme et la transformation à la ferme, c'est un état d'esprit. Si vous n'aimez pas votre client, si vous ne voulez pas être dérangé, il ne faut surtout pas en faire ! Je passe beaucoup de temps avec mes clients, mais ce sont eux les meilleurs ambassadeurs de mes produits. Je vends de l'huile d'olive et du vin en France, en Allemagne, simplement de bouche à oreille. Ma récolte n'est plus suffisante pour fournir les commandes."

Cependant, Fabio trouve très contraignant le suivi administratif de sa production bio et les normes qu'il trouve parfois en décalage avec les itinéraires techniques sur les cultures.



Viva Italia ! Le pays le plus développé du bassin méditerranéen monte sur la seconde marche du podium de l'agriculture européenne, derrière la France, mais devant l'Allemagne et l'Espagne. Ses campagnes abritent encore 900 000 exploitations professionnelles, gérées la plupart du temps en individuel, avec des chefs d'explo-

tation âgés (les trois quarts ont plus de 50 ans).

Le transfert des exploitations s'opère essentiellement dans le cadre familial, car il n'y a pas de tradition de ferme-gérance. Les agriculteurs italiens sont propriétaires du foncier. La structure de la production y est donc originale par rapport à ses voisins européens.

Un découpage Nord-Sud

On retrouve par contre le découpage classique de l'économie italienne dans la répartition du potentiel agricole. Le Nord offre un bon potentiel agronomique, notamment autour de la vallée du Pô, tandis que le Sud se montre plus montagneux et aride.

L'agriculture de la Vallée du Pô et de l'Emilie Romagne est centrée sur les productions de commodités (céréales, bovins viande, lait...), essentiellement destinées au marché intérieur. Les régions situées plus au sud offrent une diversité de produits élaborés ou à forte identité, dont une grande partie est destinée aux marchés à l'export (huile d'olive, vins, fruits, fromages...). Pour ces produits, les segments de marché se situent plutôt sur la gamme supérieure, voire le très haut de gamme, à l'image du vinaigre balsamique de Modène, du jambon de Parme, de la mozzarella de Buf-

flonne... La stratégie export de ces produits authentiques se rapproche de ce que l'Italie apporte à l'univers de la mode avec Gucci ou Prada, à savoir l'excellence.

Leader européen du bio

La production biologique s'est largement développée pour répondre à la demande extérieure (Allemagne notamment). Elle a été encouragée par des politiques publiques très incitatives (collectivités régionales et aides européennes) dès les années 1990. Bilan : les agriculteurs bio italiens sont devenus les leaders européens.

Malgré cela, le secteur des fruits (premier exportateur mondial en poires) souffre d'une organisation de filière mal adaptée à l'évolution de la concentration de la distribution dans les différents pays européens (atomisation de l'offre et peu d'organisations de producteurs). Contrairement aux modes collectifs d'organisation observés en France, les producteurs italiens conservent un comportement très individualiste, qui est un frein à l'accès de certains marchés et aux formes de contractualisation avec l'aval. La concentration du système productif dans les années à venir va vraisemblablement modifier le paysage de l'agriculture italienne.



Champs d'oliviers et vignobles s'étalent sur les coteaux. Les rangées de cyprès, les collines verdoyantes, rappellent les tableaux figuratifs de la renaissance italienne. Ajoutons à cela des villages plein de charme et des villes telles Florence et Sienna, parmi les plus visitées au monde. Tous les ingrédients d'une activité agricole orientée vers le tourisme et la vente de produits de la ferme sont réunis.