



Stéphane Angles

Les paysages de l'olivier, entre le mythe de la « méditerranéité » et la réalité des enjeux territoriaux

OLIVE TREE LANDSCAPES, BETWEEN THE MYTH OF A MEDITERRANEAN IDENTITY AND THE REALITY OF THE TERRITORIAL CHALLENGES

ABSTRACT

Strongly valued by a set of perceptions which lean on multiple representations, the olive tree is a singular tree which symbolizes Mediterranean identity. This appreciation is based on aesthetic, religious, historic, food or therapeutic aspects. Thanks to this valuation, the olive tree is frequently mobilized in the territorial marketing and features in numerous projects of local development. A synergy therefore is built, one which associates strictly the landscapes of the olive tree and its territories.

KEYWORDS

Olive Tree; Landscape; Perception; Valuation; Territory; Local Development.

STÉPHANE ANGLES

Université Paris Diderot – Paris 7, France
stephane.angles@free.fr

« *Olea prima omnium arborum est* », l'olivier est le premier des arbres, affirmait l'agronome latin Columelle dans son traité *De agricultura* (Ier siècle). La place de choix occupée par cet arbre est très ancienne et s'est perpétuée sans interruption jusqu'à nos jours. Il est ainsi l'archétype du végétal porteur d'identités, de valeurs et de symboles qui le démarquent très largement des autres plantes cultivées au sein des sociétés méditerranéennes : c'est, sans conteste, un arbre mythique étroitement associé aux paysages, à l'alimentation et à la sociabilité du Bassin méditerranéen. Aujourd'hui, l'olivier est également de plus en plus mobilisé dans des projets concrets (développement local, paniers de biens, décor urbain, lieux patrimoniaux...). L'olivier s'insère désormais dans les enjeux territoriaux contemporains. Quelles articulations existent-ils donc entre cet arbre mythique, pétri de symboles, et ce végétal devenu un bien socio-économique largement utilisé par les sociétés et territoires méditerranéens ? Comment s'établissent les relations entre un jeu complexe de représentations ancrées dans l'Histoire et les mythologies et des politiques territoriales actuelles ? Notre communication va donc porter sur la synergie établie entre mythes et réalités autour l'olivier et de ses paysages qui continue, plus que jamais, d'être l'arbre symbolique du bassin méditerranéen.



I. Les paysages de l'olivier : des représentations multiples au profit d'une forte valorisation

Depuis l'Antiquité, l'olivier profite d'une grande valorisation modelée par un riche ensemble de représentations qui octroient à ce végétal une image très positive et partagée par toutes les sociétés méditerranéennes et bien au-delà. Cette sublimation s'appuie, tout d'abord, sur des représentations historiques qui parent l'olivier d'une longue temporalité historique voire de l'immortalité. À travers de nombreux récits et légendes, il bénéficie d'une historicité qui en fait un des piliers agricoles de toutes les civilisations anciennes qui se sont succédées dans le monde méditerranéen¹. Domestiqué au Proche-Orient à partir du VI^e millénaire av. J.-C., la culture de l'olivier s'est ensuite propagée vers l'est au gré des mouvements de populations et des échanges de savoirs à partir de sa zone originelle. Source principale de corps gras dans le Bassin méditerranéen, l'apport de l'olivier a généralement été perçu comme un cadeau des dieux : selon les légendes, c'est la déesse Athéna qui en aurait fait don aux Athéniens (figure 1) et en Égypte, c'est Isis qui aurait enseigné la culture de l'olivier². Dans la mythologie ou les récits grecs, le bois d'olivier était loué pour sa solidité comme en témoignent la massue d'Héraklès, les armes des Grecs dans l'Iliade ou le pieu qui crève l'œil de Polyphème dans l'Odyssée.

Les récits mythiques sur les qualités prêtées à l'olivier et à ses différents produits (fruits, huile, bois, feuilles...) abondent dans les civilisations méditerranéennes antiques. L'huile d'olive est ainsi un symbole de révélation divine, d'onction royale, de force physique et de récompense dans les jeux gymniques ; les couronnes de feuilles d'oliviers

Stéphane Angles

ornent les fronts sacrés. Cet imaginaire antique contribue à singulariser l'olivier et à lui conférer une valeur historique et symbolique. Le lien avec l'Histoire est d'autant plus fort que l'olivier bénéficie d'une grande longévité et d'une capacité constante à se régénérer à partir de son pied. Les rides qui marquent les troncs des vieux oliviers accentuent, par anthropomorphisme, les perceptions d'ancienneté, d'immortalité de cet arbre qui aurait été le compagnon privilégié de toutes civilisations méditerranéennes (figure 2).

Les témoignages archéologiques de l'oléiculture (huileries, meules, jarres, amphores) participent à l'image historique rattachée à l'olivier³. Tous ces éléments contribuent à associer étroitement l'olivier et le patrimoine : ainsi des proverbes ruraux issus aussi bien de Provence, d'Andalousie ou de Kabylie rappellent qu'on plante la vigne pour soi, l'amandier (ou le figuier) pour ses enfants et l'olivier pour ses petits-enfants et leurs descendances.

À ces représentations historiques et mythologiques, il convient d'y adjoindre des représentations religieuses ou spirituelles qui leur sont proches ou associées⁴. Ainsi les références bibliques témoignent de l'ancienneté de la culture de l'olivier et de l'usage de ses produits pour les Hébreux mais octroient à cet arbre de multiples valeurs qui enrichissent son image. L'olive est, avec le blé, l'orge, la grenade, la figue, le raisin et la datte, une des 7 espèces considérées par Moïse comme les merveilles à découvrir en Terre de Canaan par les Hébreux (Deutéronome 8.8). L'olivier se transforme en symbole de richesse agricole, en don nourricier, en qualité alimentaire et en promesse territoriale. L'huile d'olive est fréquemment citée comme un lien avec Dieu au sein du Tabernacle grâce à l'éclairage de la Ménorah (Exode 27.20 ; Lévitique 24.2) : l'huile y symbolise la pureté, la présence divine constante représentée par le « *ner tamid* » (la lumière éternelle, présente dans le

Temple et aujourd'hui encore dans les synagogues). La fiole d'huile d'olive qui permet la ré-inauguration du Temple par les Hasmonéens et qui est commémorée durant de H'annouka marque aussi le symbole d'un don miraculeux et de la présence divine par l'intermédiaire d'un produit oléicole. Le récit de ce miracle est aussi à associer avec des coutumes agricoles anciennes puisque la fête de H'annouka se déroule au moment de la récolte des olives et de l'obtention de l'huile nouvelle. L'onction du roi David par le prophète Samuel reflète également la valeur accordée à l'huile d'olive qui symbolise ainsi l'autorité royale et la dimension messianique (1 Samuel 16.1-23). L'olivier est aussi associé au personnage de Jésus de Nazareth : le jardin de Gethsémani (pressoir à huile en araméen) au pied du Mont des oliviers à Jérusalem est un des lieux de la Passion selon les évangiles synoptiques. L'olivier et son huile est citée à maintes reprises dans le Coran : l'arbre est qualifié de béni et la lumière divine est comparée à l'éclat d'une lampe à huile (Sourate 24, verset 35). L'olivier, tout comme le palmier et le figuier, revêt fréquemment un caractère sacré dans la spiritualité arabo-musulman comme en témoignent la présence de nombreux oliviers plantés à proximité des marabouts.

Les représentations artistiques ont largement contribué à donner à l'olivier une dimension esthétique qui valorise l'arbre et les paysages qu'il agrément. Les poètes latins (Virgile, Ovide ou Martial) chantent à maintes reprises la beauté des oliviers et associent l'attrait de certaines contrées aux oliveraies qu'on y rencontre. La peinture de la Renaissance ou impressionniste a également contribué à l'appréciation esthétique des paysages de l'olivier. Leur feuillage gris argenté, les troncs noueux, les ports tourmentés sont autant d'éléments morphologiques qui participent à l'esthétique accordée aux oliviers : l'anthropomorphisme de l'arbre, la langueur et l'opiniâtreté de sa

croissance ainsi que les stigmates du temps y contribuent fortement. L'esthétique de l'olivier est ainsi apparentée à une harmonie tourmentée avec son milieu, à une ténacité pour durer et à un héritage historique burinant le tronc tel un visage humain.

Il faut aussi y adjoindre des représentations socio-culturelles qui octroient à l'olivier des qualités thérapeutiques : l'huile d'olive a longtemps été utilisée comme onguent pour certains soins ou comme composant dans de nombreuses préparations, les infusions à base de feuilles d'olivier ont souvent eu un usage médical⁵. De même, l'huile d'olive est également associée à des valeurs gustatives : la saveur de ce produit est connue depuis l'Antiquité et les témoignages anciens abondent pour louer la finesse des productions oléicoles de certaines contrées. Les très bonnes huiles d'olive étaient déjà appréciées sur les tables romaines ou médiévales à l'instar des grands vins et des meilleurs mets⁶.

II. Une attractivité très forte nourrie par des perceptions multiples

Les différentes représentations qui façonnent l'image de l'olivier et de ses produits s'intègrent dans un jeu cumulatif qui modèle les perceptions que les sociétés locales ou extra-méditerranéennes portent sur cet arbre. Ces images reposent principalement sur une vision élargie de la qualité. L'olivier et ses produits sont parés de multiples atouts sur de nombreux plans : gustatif, thérapeutique, alimentaire, esthétique, historique, biologique, patrimonial... Ainsi, depuis les années 1980, l'huile d'olive a profité d'un regain d'intérêt grâce à la redécouverte de ses vertus sanitaires (réduction des risques de maladies cardio-vasculaires, richesse en antioxydants) et le régime alimentaire méditerranéen ou « crétois » est désormais reconnu comme une garantie





pour une alimentation saine. L'olivier est devenu un signe majeur d'authenticité pour les sociétés méditerranéennes : il est perçu comme le garant d'un ancrage plurimillénaire, d'une continuité historique, d'un héritage agraire mais symbolise aussi la singularité des terroirs et les particularismes locaux⁷. Il est le témoin d'un passé agraire dans des territoires bouleversés par la rapide extension du bâti. Toutes ces perceptions se conjuguent au profit d'une vision très valorisée voire édénique de l'oléiculture, fondamentalement ancrée dans un passé idéalisé : l'olivier devient ainsi un des symboles patents d'une utopie agraire méditerranéenne. En ces temps de globalisation et d'avenir changeant, l'olivier représente, plus que d'autres plantes, l'enracinement dans une histoire longue, la spécificité des terroirs, la singularité des produits et une qualité de vie : en un mot, une « authenticité » difficilement décrite mais largement partagée.

Cette image valorisante ne se réduit pas aux seules sociétés méditerranéennes, elle est également valable dans les populations en dehors du Bassin méditerranéen. En raison de la diffusion et de l'influence des cultures issues du monde méditerranéen, l'olivier a bénéficié d'un engouement précoce : l'olivier est ainsi introduit sur le continent américain par les colons ibériques dès le XVI^e siècle⁸. Depuis les années 1980, l'olivier occupe une place de choix dans les jardins « à la toscane » en vogue aux États-Unis ou en Extrême-Orient, et l'huile d'olive a désormais conquis de nombreux consommateurs dans le Monde. Dans ce cadre, la sphère oléicole symbolise une identité méditerranéenne idéalisée s'appuyant sur des références multiples et constitue un marqueur paysager et une plus-value dans de nombreux domaines (valeurs économiques, paysagères, socio-culturelles...).

L'identification territoriale induite par l'oléiculture est double : elle rattache les

paysages de l'olivier à l'ensemble du monde méditerranéen au sein d'un creuset de civilisations anciennes et prestigieuses mais elle les ancre aussi dans une territorialité plus locale qui entend distinguer ses spécificités oléicoles par rapport aux autres régions méditerranéennes (meilleure qualité des produits, plantations plus esthétiques, particularités des variétés d'olivier...). La multiplication des indications géographiques (appellations d'origine protégée, indications géographiques protégées) pour les produits oléicoles dans l'Union européenne contribue à une reconnaissance accrue des identités locales⁹.

La multiplicité des perceptions inhérentes à l'olivier participe à l'attractivité très forte de cet arbre. Dans les espaces péri-urbains où les traces des activités agricoles tendent à disparaître, l'olivier est un rare témoin du passé agraire qui subsiste voire même qui s'étend désormais¹⁰ : les olivettes se multiplient ainsi dans les banlieues des agglomérations méditerranéennes (Marseille, Montpellier, Toulon, Perpignan...) et offrent à ces populations un décor apprécié, un ancrage au sein d'un terroir et une insertion dans des pratiques traditionnelles renouvelées (entretien des oliviers, production domestique d'huile d'olive). La place croissante de l'olivier dans le décor urbain (plantations dans les espaces publics) témoigne également de l'attractivité de cet arbre. Les agriculteurs se joignent à cet engouement en utilisant l'olivier dans la mise en valeur de leurs exploitations : ainsi, de très nombreux domaines viticoles ont découvert la qualité paysagère des oliviers en association avec leurs vignobles.

Tout ceci aboutit à un processus général de mise en patrimoine des paysages oléicoles : outre leur aspect esthétique, ce sont surtout les perceptions historiques qui sont mobilisées dans cette patrimonialisation des oliveraies¹¹. C'est particulièrement le cas pour les arbres pluriséculaires (très rares en France en raison des gelées destructrices

récurrentes) ou pour les olivettes situées dans des terroirs en terrasses. Aussi les opérations de réhabilitation d'olivettes considérées désormais comme un patrimoine à sauvegarder se sont-elles multipliées, principalement dans les régions septentrionales du Bassin méditerranéen (France, Italie, Slovénie, Croatie) comme en témoignent les aménagements entrepris à Manosque (figure 3).

III. Une mobilisation des paysages de l'olivier dans les politiques de développement territorial

La valorisation apportée par l'olivier est un précieux atout pour les régions méditerranéennes ; aussi tentent-elles de mobiliser les perceptions inhérentes au mode oléicole au profit de leur développement. En parallèle, le secteur oléicole peut également bénéficier de l'image valorisante de certaines régions dont les caractéristiques sont appréciées et l'identité bien établie (conditions climatiques, reconnaissance historique, patrimoines culturels et naturels...). Ainsi une synergie se met en place entre un territoire et l'oléiculture dans un profit mutuel (figure 4).

Un tel processus est particulièrement bien visible dans la région de Nyons (Drôme), dans les Alpilles (Bouches-du-Rhône) ou en Toscane : l'attractivité de ces territoires se conjugue à la réputation de leurs produits oléicoles et à l'attrait de leurs olivettes. De cette façon, se constituent des paniers de biens dans lesquels l'oléiculture occupe une place de choix. Grâce au tourisme et à la reconnaissance du terroir, les productions oléicoles (huile d'olive, olives de tables, préparation à base d'olives, savons, ustensiles en bois d'olivier...) bénéficient d'une valeur supérieure aux prix ordinaires : l'huile d'olive de Nyons ou de la Vallée des Baux-de-Provence atteint ainsi un prix 8 à 10 fois supérieur au cours mondial de l'huile d'olive vierge extra (20-22

euros/litre contre 2,4 euros/litre). En retour, les territoires jouissent de paysages attractifs et d'une image qualitative accrue. Cette synergie se répercute aussi sur d'autres produits des régions concernées (denrées agricoles, produits artisanaux, services touristiques) au profit d'un panier de biens largement valorisés¹².

L'oléiculture devient un acteur notable dans le développement local de certaines régions qui entendent s'appuyer sur leur patrimoine oléicole pour accroître leur attractivité et compétitivité. Les initiatives et aménagements abondent dans ce sens : des routes de l'olivier à l'image des routes des vins, des musées consacrés au monde oléicole, des sentiers de découverte des olivettes, des conservatoires des variétés locales d'olivier, des réhabilitations de vieilles oliveraies... Toute une sociabilité autour de l'oléiculture est redécouverte avec une multiplication des manifestations festives (fêtes de l'olivier, de l'olive, de l'huile nouvelle, des moulins). La région de Nyons et des Baronnies, dans le département de la Drôme, constitue le meilleur exemple de ce développement local dans lequel l'olivier constitue un levier majeur.

Le marketing territorial n'échappe pas à ce processus : les territoires doivent accroître leur attractivité et offrir des conditions optimales pour leurs activités économiques. L'olivier, grâce aux perceptions positives qui lui sont rattachées, est donc fréquemment mobilisé pour mettre en exergue la qualité de vie des territoires, leur patrimoine, leur identité, la réputation des productions locales, l'ancrage historique... La vision idyllique construite autour de l'olivier est ainsi mise à profit pour favoriser une cohésion locale reposant sur des perceptions partagées et pour promouvoir le territoire (investisseurs, touristes, personnes désirant s'installer...).

Cependant, l'articulation entre les perceptions de l'olivier et la valorisation des





territoires ne fonctionne pas toujours. Pour que fonctionne la synergie, il convient que les paysages et produits oléicoles demeurent de qualité et ne soient pas galvaudés par la monoculture et une production de masse. Dans maintes régions méditerranéennes, les paysages de l'olivier sont banalisés et homogénéisés au point d'être perçus comme industriels et standardisés. L'image idéalisée de l'olivier en sort totalement brouillée et une détérioration des perceptions est clairement observée. Il est donc bien difficile de valoriser les territoires et les productions oléicoles dans un tel contexte. L'Andalousie, les Pouilles italiennes ou le Sahel tunisien sont dans cette situation et illustre parfaitement ce paradoxe : plus l'olivier est présent, moins sa valeur est flagrante.

L'olivier est un arbre singulier, modelé par des représentations qui influent grandement sur les perceptions multiples ressenties à son égard. Il intègre une communion intime entre des images mythiques où se mêlent sensations gustatives, souvenirs historiques millénaires, riche spiritualité, qualités sanitaires et thérapeutiques, esthétique tourmentée, longévité intemporelle et des réalités concrètes comme agent économique, héritage rural ou élément au sein de paysages bouleversés par la déprise agricole et l'étalement urbain. C'est cette combinaison complexe qui lui attribue une place sans commune mesure avec sa situation réelle. L'olivier est ainsi un des meilleurs exemples de plante cultivée hautement symbolique qui associe utopies agraires et réalités socio-économiques : les fonctions latentes et manifestes y fusionnent étroitement. C'est cette particularité qui en fait désormais un élément majeur dans le marketing territorial et dans les projets de développement local. Longtemps marqueur des limites du climat méditerranéen, l'olivier devient aujourd'hui un acteur important dans les projets territoriaux du monde méditerranéen.

Notes

¹ Marie-Claire Amouretti, Georges Comet, *Le livre de l'olivier*. Aix-en-Provence, Edisud, 1992.

² Minelle Verdié, *La civilisation de l'olivier*, Paris, Albin Michel, 1990.

³ Jean-Pierre Brun, *Le vin et l'huile dans la Méditerranée antique*, Paris, Editions Erance, 2003.

⁴ Lourdes March, Alicia Rios, *El libro del aceite y la aceituna*, Madrid, Alianza Editorial, 1989.

⁵ Jean Pagnol, *L'olivier*, Avignon, Aubanel, 1975.

⁶ Consejo Oleicola Internacional, *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Madrid, Consejo Oleicola Internacional, 1996.

⁷ Stéphane Angles, 2001, « L'olivier, un arbre et une culture au cœur de la Méditerranée », in Vincent Moriniaux (dir.), *La Méditerranée*, Paris, Ed. du Temps, p. 113-128.

⁸ Stéphane Angles, « L'olivier à la conquête du Nouveau Monde », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 209-210, 2000, p. 95-110.

⁹ Stéphane Angles, « Les Appellations d'Origine Protégée (AOP) d'huile d'olive de l'Union européenne : une analyse comparative (Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal) », in *Méditerranée*, n°107, 2007, p. 79-85.

¹⁰ Stéphane Angles, Jean-Noël Consales, Paul Minvielle, « L'olivier dans les jardins périurbains du Pays d'Aubagne : une nouvelle forme d'oléiculture ? », in Marie-José Menozzi (dir.), *Les jardins dans la ville, entre nature et culture*, PUR, 2012, p. 107-119.

¹¹ Stéphane Angles (éd.), *Atlas des paysages de la vigne et de l'olivier*, Versailles, QUAE, 2014.

¹² Bernard Pecqueur, « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Economie Rurale*, n° 261, 2001, p. 37-49 ; Maud Hirczak et al., « Le modèle du panier de biens », *Économie rurale*, n° 308, 2008, p. 55-70.

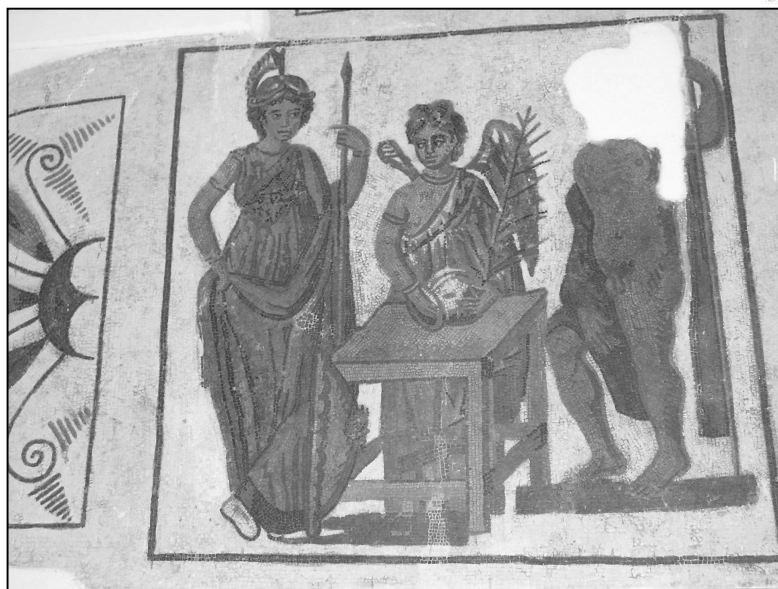


Figure 1 : Mosaïque illustrant le don de l'olivier aux Athéniens par la déesse Athéna (Musée de Sousse, Tunisie). *Source : S. Angles.*



Figure 2 : Olivier millénaire à Castelnau-de-Guers (Hérault, France). *Source : S. Angles.*



Figure 3 : La réhabilitation des olivettes du Mont d'Or à Manosque (Alpes-de-Haute-Provence) autour de l'œuvre poétique de Jean Giono. *Source : S. Angles.*

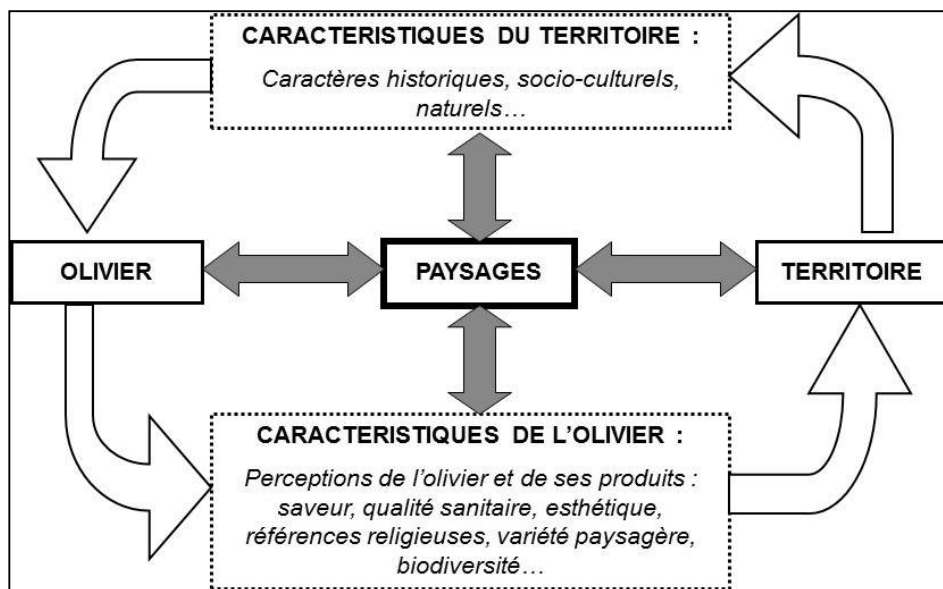


Figure 4 : Les relations entre territoire et oléiculture. *Source : S. Angles.*