

## Développement territorial en zones rurales métropolitaines : rôle des produits agroalimentaires de qualité dans la région de Madrid

Del Canto Fresno C., Ramirez-Garcia S.

in

Tekelioglu Y. (ed.), Ilbert H. (ed.), Tozanli S. (ed.).  
Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens

Montpellier : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 89

2009

pages 255-269

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=801095>

To cite this article / Pour citer cet article

Del Canto Fresno C., Ramirez-Garcia S. **Développement territorial en zones rurales métropolitaines : rôle des produits agroalimentaires de qualité dans la région de Madrid.** In : Tekelioglu Y. (ed.), Ilbert H. (ed.), Tozanli S. (ed.). *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens.* Montpellier : CIHEAM, 2009. p. 255-269 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 89)



<http://www.ciheam.org/>  
<http://om.ciheam.org/>

# Développement territorial en zones rurales métropolitaines : rôle des produits agroalimentaires de qualité dans la région de Madrid

Consuelo del Canto Fresno et Susana Ramírez García

Département de Géographie Humaine - Université Complutense de Madrid (Espagne)

---

**Résumé.** Partant de l'exemple des produits agroalimentaires de qualité de la Région de Madrid, cette communication analyse le rôle que ces produits peuvent apporter au développement rural des zones métropolitaines. Compte tenu de la grande hétérogénéité des espaces ruraux et de la diversité des productions agroalimentaires de qualité, on a relevé trois aspects qui permettent d'avancer une explication à la situation de la Région de Madrid : le contexte territorial, marqué par une forte pression urbaine sur l'usage du sol, ce qui peut être plus ou moins compensé par l'existence d'un marché potentiel de grandes dimensions, le rôle des institutions dans la création et la promotion de marques de qualité et la caractérisation des productions, tenant compte de l'apparition de certaines tendances du marché urbain porté vers des symboles : produits « porteurs de nature », de « culture méditerranéenne », de « typicité locale » (exemple du vin, de l'huile d'olive). Les variables présentées pour le cas de Madrid expliquent assez bien la dynamique et les possibilités de développement rural, lorsqu'on se centre sur les productions de qualité certifiées: ainsi l'AOC Vins de Madrid et l'AOC Huile d'olive de Madrid ont joué un rôle important dans l'élaboration des politiques de développement. Dans le cas de Madrid, la défense des productions de qualité est d'intérêt particulièrement stratégique pour rééquilibrer le binôme production-consommation, fragilisé par l'érosion de l'espace rural par le tourisme résidentiel, lequel engendre sa fossilisation en le dépeuplant de toute activité productive.

**Mots-clés.** Produits agroalimentaires de qualité - Espaces ruraux métropolitains - Développement rural.

## ***Territorial development in metropolitan rural zones: the role of quality agrifood products in the Madrid region***

**Abstract.** Starting with the example of quality agrifood products in the Madrid region, this study analyses the role that these products may play in rural development in metropolitan zones. Given the great heterogeneity of rural areas and the diversity of quality agrifood products, three aspects were examined to find an explanation for the situation in the Madrid region: the territorial context marked by strong urban pressure on land use, which can be compensated to varying degrees by the existence of a large potential market, the role of institutions in the creation and promotion of quality names and the characterisation of production, given the appearance of certain urban market trends aimed at symbols: products with a 'nature' feature, 'Mediterranean culture' and 'local character' (as with wine and olive oil). The variables described in the case of Madrid provide a fairly good explanation of the dynamics and scope of rural development when focus is on products of certified quality. Thus PDO Madrid wines and PDO Madrid olive oil have played an important role in the construction of development policies. In the case of Madrid, the defence of quality products has a particularly great strategic importance for rebalancing production and consumption as the relation has been made delicate because residential tourism causes 'fossilisation' by removing all production activity.

**Keywords.** Quality agrifood products - Metropolitan rural areas - Rural development.

---

## I – Introduction

Le but de cette communication est – à partir de l'exemple des produits agroalimentaires de qualité de la Région de Madrid – d'évaluer le rôle que ces activités peuvent réaliser dans le nécessaire développement rural des zones métropolitaines. Ces zones sont situées autour de la ville de Madrid (qui a une population de 3 128 600 habitants en 2006, tandis que la zone métropolitaine proprement dite totalise 2 455 943 habitants), et sont l'objet d'un fort rythme de croissance urbaine ce qui compromet l'avenir des activités agricoles.

Considérant ces éléments, on a choisi trois aspects qui – pris séparément ou ensemble – peuvent expliquer la localisation et la dynamique de ces productions : **le contexte territorial, le rôle des institutions et la spécialisation des productions.**

### 1. Proposition pour l'interprétation de la dynamique des productions agroalimentaires madrilènes

Compte tenu de la grande hétérogénéité des espaces ruraux et de la diversité des productions agroalimentaires de qualité, nous avons choisi trois aspects qui permettent d'avancer une explication à la situation de la Région de Madrid :

1. le contexte territorial, marqué par une forte pression urbaine sur l'usage du sol, ce qui peut être plus ou moins compensé par l'existence d'un marché potentiel de grandes dimensions (un des plus importants du pays).
2. le rôle des Institutions régionales dans la création et la promotion de marque de qualité, ainsi que pour le soutien d'autres actions collectives.
3. la spécialisation des productions, tenant compte de l'apparition d'une certaine tendance du marché urbain porté vers des symboles : par exemple les produits « porteurs de nature », de « culture méditerranéenne », de « typicité locale » (exemple du vin, de l'huile d'olive, de la viande de bœuf).

Les variables présentées pour le cas de Madrid expliquent assez bien la dynamique et les possibilités de développement rural, lorsqu'on se centre sur les productions de qualité certifiées sur lesquelles ont été réalisées des recherches : ainsi l'AOC Vins de Madrid et l'AOC Huile d'olive de Madrid. La comparaison avec d'autres sites de Méditerranée où l'on trouve des productions agroalimentaires de qualité nous semble intéressante pour la connaissance des dynamiques de développement méditerranéennes et semble utile pour l'élaboration des politiques de développement.

## II – Le contexte rural madrilène

Le fait rural madrilène se trouve d'autant plus médiatisé qu'on se trouve dans une Région comportant un seul département et où se trouve la capitale du pays. La superficie totale est de 8025 km<sup>2</sup>, alors que la commune de Madrid même occupe 604 km<sup>2</sup> où sont concentrées les densités les plus fortes de population, les taux d'urbanisation les plus élevés, à côté d'espaces naturels protégés et de zones agricoles.

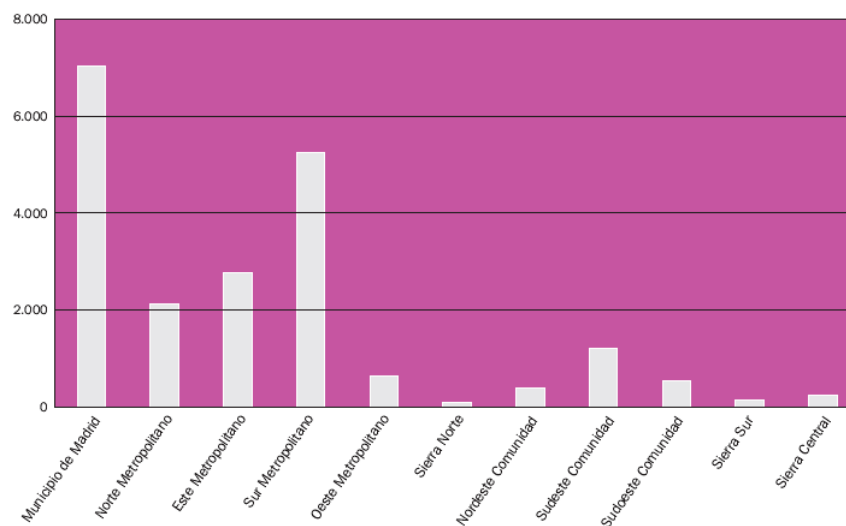
Ce dualisme est une constante pour la région, où les friches sociales, les parcelles cultivées et les zones réservées à la protection de la biodiversité voisinent les zones urbanisées qui ont connu une croissance de 231 km<sup>2</sup> en dix ans (1990-2000), soit 2,88% de la surface régionale selon l'IGN.

En proportion, le poids économique du secteur agricole est très faible pour la Région. L'agriculture représente 0,16% du PIB et un effectif de 4498 personnes relevant du régime

agricole de la Sécurité Sociale en 2006, par rapport à une population totale de 6 081 689 hts en 2008.

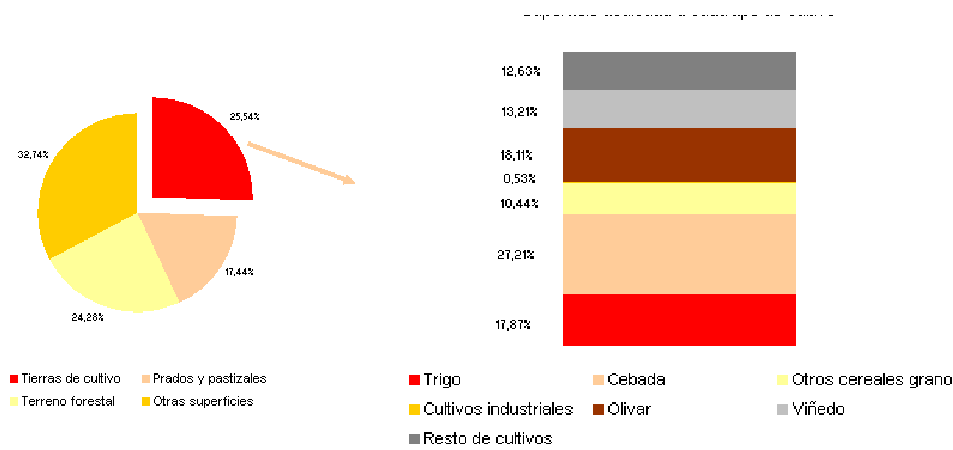
L'importance de l'industrie agroalimentaire est nettement supérieure, avec 7,4% de la valeur ajoutée industrielle pour la région (Castillo Cuervo-Arango, F. et al, 2007). Cependant, il faut observer que l'industrie agroalimentaire métropolitaine ne s'approvisionne pas de matière première d'origine locale et ne s'intéresse pas aux étiquettes attestant l'origine du produit. Voir graph.

**Graphique 1. Répartition de l'emploi dans l'industrie de l'alimentation selon les zones statistiques de la Région de Madrid. (Atlas de l'Industrie de la Région de Madrid, 2007)**



Malgré sa faible importance économique, la superficie concernée par les activités agricoles reste importante: Près de 43% du territoire régional est consacrée aux activités agricoles et d'élevage - mais cette surface a baissé de 6% entre 2000 et 2003. (Livre Blanc de la politique agricole et du développement rural de la Région de Madrid : cf. le graph.2 qui présente la répartition des usages du sol).

Graphique 2. Usages du sol dans la Région de Madrid, 2003.



Source : Base de données Almudena, Comunidad de Madrid

Actuellement, sur le territoire, cette activité agricole se développe avec six Indications de qualité : Appellation d'Origine Vins de Madrid, IGP Viande de la Sierra de Guadarrama, Appellation Géographique Anis de Chinchon, Appellation de qualité Olives de Campo Real (en voie de devenir une IGP), Comité d'Agriculture Ecologique, et Appellation d'Origine Huile d'olive de Madrid. Il existe également d'autres aliments dont la qualité est reconnue par une marque régionale de qualité : les ails de Chinchon, les melons de Villaconejos, le miel de la Sierra, les fraises et asperges d'Aranjuez, les gros haricots de la Sierra, les fromages de brebis et de chèvre.

Le gouvernement régional a créé une marque de garantie « Aliments de Madrid », qui atteste le respect d'un certain nombre de conditions de qualité, l'origine des composants et les procédés d'élaboration. Mais il convient de distinguer cette marque des précédentes qui sont liées au territoire non seulement par l'origine de la matière première, mais aussi par des spécifications propres à chaque produit et liées au savoir faire local, à la tradition « revisitée » par la recherche.

### III – Le Rôle des institutions dans la promotion des produits agroalimentaires

#### 1. L'importance des institutions

Dans l'ensemble des acteurs de l'espace rural métropolitain, les structures institutionnelles apparaissent comme une pièce maîtresse pour expliquer la dynamique collective qui s'est cristallisée autour des productions agroalimentaires. Leur rôle est fondamental dans la mesure où ces structures ont la capacité d'appuyer et parfois même d'organiser le changement au sein du système.

Cette situation apparaît amplifiée dans le cas de Madrid par deux variables qui concernent les producteurs : l'importance de la classe d'âge mûr, et la participation à une autre activité économique qui remise l'activité agraire au rang d'activité complémentaire. Même si nous n'avons pas de données détaillées sur les personnes participant à l'activité agraire, on peut rapprocher le chiffre de 4498 travailleurs relevant de la Sécurité Sociale Agricole en 2006,

(précédemment cité) avec le nombre d'oléiculteurs inscrits pour l'appellation d'origine « Huile d'olive de Madrid », qui s'élève à 4500 selon le dépliant des conditions de la D.O. (BOCM, 2007). Ces faits suggèrent une gestion « suiviste » de la part des exploitations, avec une faible composante d'innovation, malgré l'affiliation des agriculteurs aux syndicats agraires et associations locales de producteurs.

Dans ce contexte, les institutions jouent un rôle déterminant – soit pour une adaptation efficace des systèmes productifs aux contraintes externes, soit pour intervenir au sein du système local. Elles le font selon les modalités suivantes :

- reconnaître les particularités du système local et régional de production, aux fins de définir des initiatives ajustées à ces éléments.
- intervenir dans la valorisation des potentialités locales et régionales (en générant ou en renforçant les interdépendances internes du système local) et l'émergence d'entrepreneurs locaux.
- transférer les connaissances générales qui peuvent être assimilées par les forces locales ou qui peuvent être ajustées aux connaissances locales spécifiques. Ce travail de transfert technologique serait une des formations à amplifier à Madrid, malgré l'action déjà opérante de divers centres officiels qui se sont déjà fixés cet objectif.

Ce sont tous ces éléments qui ont favorisé une implication progressive et conjointe des institutions avec les entreprises et des entreprises entre elles, ce qui a entraîné une certaine cohésion sociale du système local.

## **2. Les institutions régionales : région de Madrid**

Pour comprendre le rôle des institutions régionales, il faut savoir que l'Etat espagnol est structuré en communautés Autonomes (ou Régions) qui ont toutes compétences pour régir leur statut d'autonomie. En vertu de ce statut, la communauté de Madrid a l'exclusivité des compétences (transférées par l'Etat Espagnol) entre autres choses pour établir les Dénominations d'Origine (en collaboration avec l'Etat) l'aménagement et la planification du territoire, pour l'activité économique régionale, l'agriculture, l'élevage et l'industrie agroalimentaire

Compte tenu de ces éléments, dans la recherche que nous avons réalisée, nous avons interviewé les principaux agents institutionnels de la Communauté Autonome de Madrid.

Comme le montre le graphique 3 ci-joint, Madrid et une part de sa région concentrent des institutions importantes qui – combinées entre elles - apportent un soutien extrêmement important aux activités de production et de commercialisation des producteurs agroalimentaires de la Région. Certaines dispositions ont été pensées et élaborées pour offrir aux producteurs des services au niveau national mais aussi international et d'autres dispositions sont exclusivement destinées à l'échelon régional.

Graphique 3.



L'industrie agroalimentaire rurale relève sur le plan administratif de la Direction régionale de l'Economie et la Consommation (jusqu'à il y a un an : Economie et Innovation Technologique, qu'il est question de fusionner avec les Finances), et au sein de celle-ci, de la Sous-Direction de l'Agriculture et de l'Alimentation.

C'est ce service qui a promu les deux Dénominations d'Origine existantes, en s'appuyant sur le syndicat agricole « Union des Coopératives Agraires Madrilenas » (UCAM), qui, d'une certaine manière, est intervenue pour compenser le manque d'initiative des producteurs et pour faire office de « structure dynamisante du secteur ».

L'importance de l'UCAM est un fait : il faut noter que la DO Vins de Madrid comporte 14 caves sur 44 en structures coopératives, et pour la DO Huile d'Olive de Madrid, 9 sur 17 sont des moulins coopératifs.

Sur le graphique, on peut voir également la spécialisation des centres de recherche mis au service du secteur agricole pour la Communauté de Madrid. Mais ces centres n'assurent pas toujours la fonction de transfert aux producteurs.

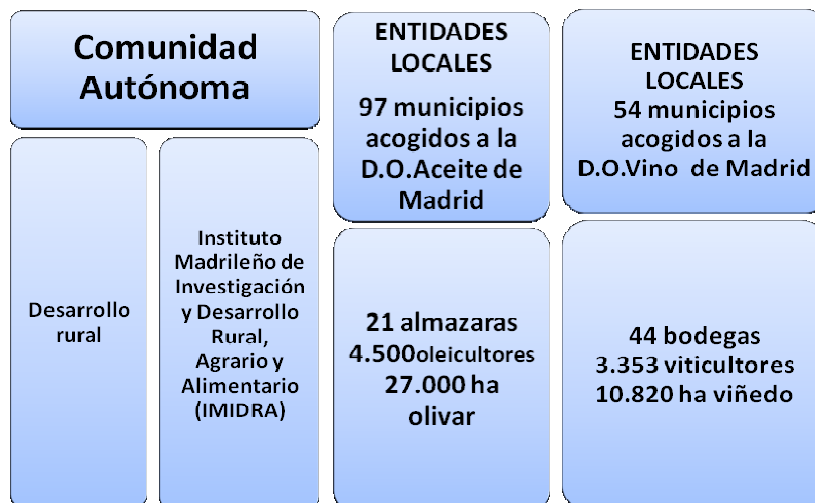
### 3. Autres institutions locales, nationales ou communautaires

#### A. L'échelon municipal

Les municipalités les plus impliquées dans la promotion du vin et de l'huile d'olive de Madrid sont celles pour lesquelles la tradition est encore forte au point que ces produits font partie de l'identité de ces communes.

Les actions les plus représentatives de ce soutien sont les foires du Vin et de l'Huile d'olive, la création de musées, la mise en place de routes du vin et de l'huile.

Graphique 4.



#### B. L'échelon national

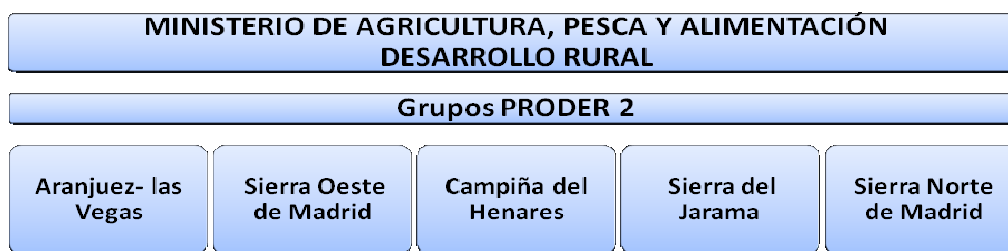
Le ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, par sa cellule de promotion et d'animation du développement rural coordonne le Programme de Développement et de diversification Economique des zones Rurales (PRODER).

Deux de ces programmes s'appliquent à des secteurs de la DO Vins de Madrid et DO Huile d'Olive de Madrid.

Ce programme a pour objectif d'impulser le développement endogène des zones rurales par la diversification de leurs économies. Entre les huit mesures subventionnables, il offre la possibilité de cofinancer des projets en matière de viticulture et d'oléiculture.



Graphique 5.



**C. L'échelon communautaire : Les agences de développement rural (CEDER) et les groupes d'Action Locale (GAL)**

Les territoires de la DO Vins de Madrid ont bénéficié depuis 1995 des programmes LEADER II et LEADER + gérés par les groupes d'action locale (GAL) et cofinancés par l'Union Européenne, la Région de Madrid et le Ministère de l'Agriculture.

A ces deux programmes ont été associés le programme PRODER national qui appuie des actions complémentaires pour ces deux DO.

Graphique 6.



## IV – La spécialisation des productions

La base de l'activité agricole est fondée sur l'articulation des cultures dans le territoire. Cette articulation permet de combiner la logique des produits (facteurs économiques ou techniques) avec la logique des territoires qui impliquent des indicateurs géographiques, historiques, sociologiques et politiques.

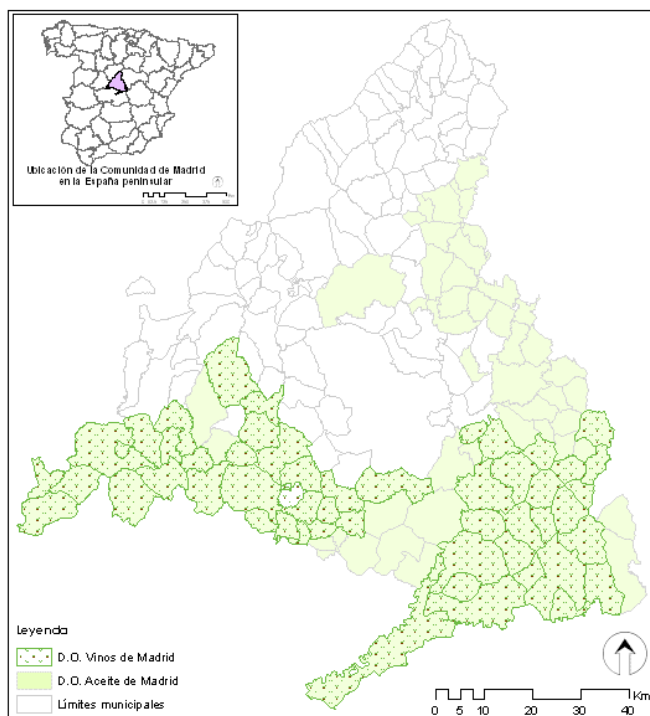
La compréhension de la logique territoriale permet de comprendre la spécialisation des produits madrilènes liée aux particularités agro-environnementales :

- un espace physiquement diversifié où l'on retrouve les crêtes, les vallées, les coteaux et les plateaux. Cette diversité physique a déterminé les dominantes dans l'activité d'élevage et l'activité forestière en zone de crêtes (nord ouest) et l'activité agricole dans les plaines et vallons (sud est).
- un espace avec un climat continental hostile (hivers froids, étés chauds et secs et pluviométrie irrégulière) avec de grandes superficies de faible qualité agronomique.

Dans cet espace diversifié et de climat difficile, l'olivier et la vigne représentent, avec les céréales, les cultures qui occupent la plus grande surface actuellement dans la Communauté de Madrid (voir carte 1).

La création des DO Vins de Madrid et Huile d'Olive de Madrid, s'est réalisée sur la base de productions fortement enracinées dans la tradition.

**Carte 1. Délimitation des D.O. Vins de Madrid et Huile d'Olive de Madrid**



## 1. La DO Vins de Madrid

### A. Aspects généraux

Après un long processus de constitution qui débute officiellement en 1983, la certification est intervenue de façon définitive en 1990, avec l'approbation de la DO « Vins de Madrid » régie par son *Consejo Regulador*. Elle comporte trois secteurs : Arganda, Navacarnero et San Martín de Valdeiglesias. Avec cette création, il est fait un pari sur les vins de qualité, en s'appuyant sur des procédés modernes d'élaboration, et avec une volonté de s'ajuster aux exigences du marché.

*Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*

La DO s'étend dans 54 communes de la Région (carte 1), sur 13000ha (C.R.D.O. Vins de Madrid, 2004), avec plusieurs types de paysages : plantations récentes en espaliers, avec des systèmes d'irrigation en fond de vallée du Tajuña et naturellement les vignobles centenaires de « montagne » dans l'extrême sud-ouest de la province.

Dès la mise en route de la DO, la production de vins sous cette étiquette a connu une nette progression : passant de 72 000 bouteilles en 1986 à 3 481 000 en 2003 (C.R.D.O. Vins de Madrid, 2004). Parallèlement, on a observé un accroissement des caves inscrites sous la DO (il y en a 44 en 2008), ainsi que des marques commerciales. Bien que cette évolution soit extrêmement positive, il faut quand même noter que la part de vin sous DO ne représente que 20% de la production des caves concernées.

### **B. Enracinement historique des produits**

Une des conditions inhérentes aux systèmes agroalimentaires localisés est l'existence d'une tradition en matière de savoir-faire. On a pu dire « qu'il y avait plus d'histoire que de géographie dans une bouteille de vin » car un bon vin est le fruit d'un processus culturel et historique s'appuyant sur les caractéristiques géographiques d'un lieu déterminé.

Dans la Région de Madrid, on doit remonter plusieurs siècles pour retrouver les bases de l'élaboration du vin liées à la présence d'une importante surface consacrée à la vigne : les références les plus anciennes remontent au XIII<sup>e</sup> siècle. D'autres sources nous indiquent une activité viticole bien établie dans les siècles suivants et un épanouissement affirmé au XIX<sup>e</sup> siècle, ce vin étant alors celui que l'on buvait à la cour du Roi.

Dans les années 1874-79, la région comportait un vignoble de plus de 27 000 ha selon les statistiques agraires publiées, (dont 55% dans la zone de notre étude). D'autres sources incorporant dans les statistiques les cultures de vigne associées avec les oliviers ou d'autres cultures, on comptait 60 000 ha au début du XX<sup>e</sup> siècle, lorsque le phylloxéra atteint San Martín de Valdeiglesias ce qui devait infléchir fortement la production viticole madrilène.

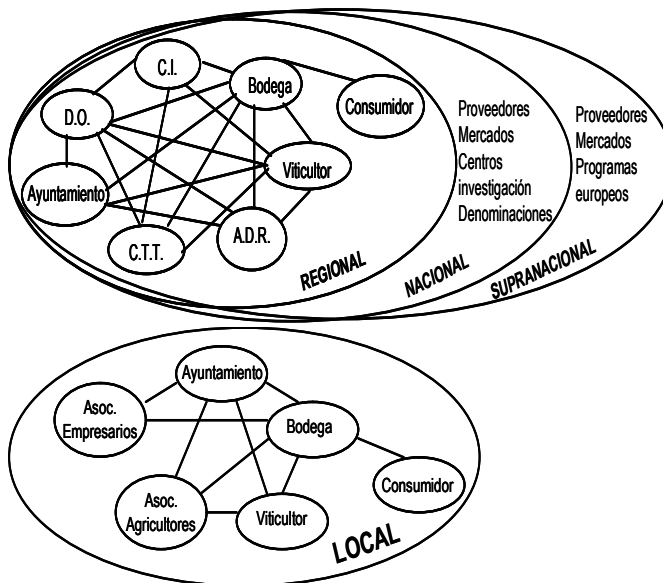
La reprise se fera lentement – surtout à partir des années 50 – avec des variétés étrangères comme le granache (zones de Navalcarnero et San Martín) et airén (Arganda) en même temps qu'apparaissent un certain nombre de coopératives impulsées par l'administration tandis qu'un autre processus apparaît : la disparition de nombreux vignobles proches de la capitale au profit d'usages résidentiels ou industriels.

Ces années-là, on avait opté surtout pour la commercialisation du vin en gros, ce qui s'est fait au détriment de la qualité. Les vins de Madrid entrèrent alors dans une phase d'anonymat et de crise dont on ne sortira que peu à peu à partir des années 80, « lorsqu'on se rendit compte de la nécessité d'améliorer la qualité des vins » (C. Canto, 1998).

### C. Dynamiques de groupe et création de réseaux

Le système de relations formées autour de cette production est présenté dans la figure 1.

**Fig.1.** Système général des relations existant entre les principaux agents impliqués dans la vitiviniculture de Madrid relevant de la DO aux échelons locaux, régionaux, nationaux et internationaux



*C. I. : Centres de Recherche - D. O. : Apellation d'Origine – Ayto : Municipalités - C. T. T. : Centres de Transfert de Technologie - A. D. R. : Agences de Développement Rural*

Le degré de réussite enregistré par la DO (amélioration des conditions de commercialisation, satisfaction des attentes des entreprises etc.) est fortement lié au réseau et à l'intensité des relations établies avec ces agents.

Le degré de structuration territoriale dont sont capables les caves dépend d'une part de la ressource première en vignoble, mais aussi du type de relations avec les fournisseurs de matière première. C'est sans doute un des aspects qui différencie l'industrie agroalimentaire d'autres types d'industries où la matière première n'est généralement pas aux mains de la structure qui élabore le produit. Car les relations viticulteur-cave et viticulteur-coopérative sont essentielles dans cette structure de production. On peut aussi ajouter à cela la relation entre viticulteurs car beaucoup sont formellement associés par leurs liens avec la coopérative. Hors des coopératives, il y a bien peu de caves qui s'auto-suffisent en raisin, et qui doivent donc acheter une part importante de récolte à des producteurs indépendants. La nature de cette relation a du reste évolué les dernières années entre ces partenaires, la cave intervenant non seulement comme acheteur, mais comme un agent qui induit des innovations dans la conduite du vignoble, en conditionnant le prix d'achat du raisin à l'adoption de certaines pratiques par le viticulteur, cela pour parvenir à une meilleure qualité du produit final. Etant donné la nature de la matière première et la nécessité de la traiter rapidement, la proximité des interlocuteurs est très importante.

Par ailleurs, la structure de la propriété du vignoble fait qu'une part considérable de la population soit partie prenante dans cette activité et que les liens territoriaux du secteur ne puissent se résumer à la seule composante économique : les composantes culturelles et sociales sont indissociables (selon le CRDO Vins de Madrid, 3353 viticulteurs sont concernés).

En ce qui concerne les orientations commerciales, on peut constater une certaine spécialisation des caves (en particulier coopératives), qui commercialisent en vrac (la majeure part de cette production est alors acquise par la population locale la plus âgée), la vente par le canal des grands distributeurs (qui achètent le vin en citernes à destination d'autres régions), et la vente à d'autres caves de la DO. Celles-ci visent naturellement à augmenter leur production de qualité, mais cela ne les empêche pas de garder un volume important de vin commercialisé en vrac.

Le débouché le plus important en volume (tant en vrac qu'en DO) et qui implique le plus grand nombre de caves est la Région de Madrid. Ainsi, 22 des caves enquêtées insistent sur l'importance du marché régional avec une part importante en vente directe, et 15 d'entre elles donnent Madrid-capitale comme leur marché le plus important. Par ailleurs, le vin étiqueté en DO n'est vendu que pour une très faible part hors de Madrid

## **2. La DO huile d'olive de Madrid**

Cette DO récemment enregistrée jouit d'un fort enracinement dans la Région de Madrid, de façon assez semblable à la production du vin. La présence de l'olivier et la production d'huile apparaît dans des documents datant de 1498 et 1511, qui font référence à l'évolution des plantations d'oliviers dans la commune qui aujourd'hui en compte la plus grande superficie plantée. Les chiffres dont nous disposons en 1857 et 1859, mesurées en arbeses sont respectivement de 7001 et 7775.

La DO Huile d'olive de Madrid a mis sur le marché en juin 2008 sa première production certifiée. Pour un nombre de 15 moulins inscrits à la DO (sur un total de 21 existant), 4 ont pu livrer leur production certifiée : environ 150 000 kg d'huile vierge extra (Ce chiffre nous a été donné par le responsable du secteur à la Direction du Service de l'Economie et de la Consommation de la Région). La production d'olives qui alimente l'industrie s'étend sur 24 000 ha répartis sur 97 communes de la Région (carte 1), et concerne 4 500 oléiculteurs (BOCM, 2007).

C'est l'Union des Coopératives Agricoles Madrilènes – représentant les 9 moulins associatifs intéressés (coopératives ou SAT) – qui avait demandé l'appellation DO pour l'huile d'Olive de Madrid. De leur côté, les Institutions Régionales étaient convaincues de la nécessité de cette certification comme unique voie pour pénétrer un marché régi par de grandes entités économiques, même si l'on observe plus de difficultés pour commercialiser l'huile sous DO que pour le vin. Leurs espoirs se portent en ce moment sur une distribution de l'huile en bouteilles par le canal de l'HORECA (Hôtellerie – Restauration - Traiteurs). Jusqu'ici l'intérêt des producteurs pour ces formes de marché avait été limité, vu que les coopératives avaient assuré l'écoulement pour l'essentiel à travers leurs sociétaires, les familiers et habitants des villages où elles sont implantées.

Mais les responsables institutionnels font confiance au marché, y compris pour réguler la concurrence dans l'usage du sol entre les activités agricoles et la demande immobilière. Dans cette perspective, on peut se demander quel intérêt il peut y avoir à incorporer dans le périmètre de la DO des communes qui sont en pleine expansion urbaine comme Móstoles, Fuenlabrada, Parla ou Getafe. De même, la définition de la DO se réfère aux éléments historiques et naturels pour l'élaboration de l'huile, en s'appuyant sur des variétés et conduites culturales traditionnelles. Le document de référence précise : « Les études réalisées indiquent une spécificité du produit qui découle de l'interaction entre la matrice génétique (plurivariétale), les techniques de culture et le milieu naturel » (BCOM 2007-42). Pourtant, le plan de

développement adopté pour l'olivier encourage la pratique de l'irrigation – qui n'est pas une pratique traditionnelle – et la plantation de variétés qui ne sont pas celles prévues dans la DO.

Tous ces éléments sèment le doute sur les priorités de l'administration régionale pour la production d'huile d'olive : Veut-on la relance des activités agraires de l'espace rural avec des dynamiques de promotion de la qualité en s'appuyant sur des certifications crédibles ou bien l'utilisation des certifications comme simple argument permettant de développer des formes ambiguës de commercialisation à caractère productiviste ?...

## V – Conclusions

Dans le tableau ci-joint sont résumés les aspects positifs et négatifs qui se rapportent aux trois paramètres analysés : contexte territorial, institutions et spécialisation des productions.

	Contexte territorial	Institutions	Spécialisation des productions
En Positif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorisation des productions dans le milieu local et par le tourisme régional</li> <li>- Proximité d'un grand centre de consommation</li> <li>- Proximité d'un grand centre de distribution national et international</li> <li>- Diversité du milieu naturel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximité des institutions : échelon local et régional</li> <li>- Concentration de institutions : escala local y regional</li> <li>- Proximité d'une part importante de la Recherche scientifique nationale</li> <li>- Existence d programmes publics européens et nationaux d'appui à l'industrie agroalimentaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintien de la production traditionnelle</li> <li>- Demande croissante en produits sains et de qualité, se référant aux régimes méditerranéens</li> <li>- Valorisation de nouvelles formes d'agriculture</li> </ul>
En Négatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forte pression immobilière urbaine</li> <li>- Manque de cohérence entre les valeurs du monde agricole et les valeurs écologiques</li> <li>- Méconnaissance des produits de qualité dans le milieu urbain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déficiences dans le transfert des résultats de la Recherche</li> <li>- Absence de formes de protection des espaces agricoles</li> <li>- Valorisation insuffisante des productions marquées par leur caractère territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forte chute de la population active agricole</li> <li>- Activité agricole visant seulement un revenu complémentaire</li> <li>- Disparition d'espaces agraires au bénéfice de la spéculation immobilière</li> <li>- Forte concurrence des produits méditerranéens d'autres origins</li> </ul>

Pour chaque variable, on peut observer que les paramètres qui les caractérisent peuvent opérer dans certains cas comme des facteurs positifs pour le développement des productions agroalimentaires et dans d'autres circonstances peuvent être un obstacle.

## VI – Les productions agroalimentaires de qualité : instruments possibles pour le développement rural

La littérature scientifique est unanime à considérer l'importance du rôle des productions agroalimentaires comme facteur dynamisant de l'espace rural qui les héberge. Les aspects les plus remarquables sont :

- la dynamisation de ressources locales typiques des territoires par l'innovation et la création de marques de qualité,
- le rôle que jouent ces productions pour l'équilibre territorial, favorisant le tissu productif dans les zones rurales au lieu d'une consommation des espaces ruraux par le tourisme résidentiel,
- le rapprochement des valeurs agraires et des valeurs écologistes qui favorise un usage productif du territoire s'harmonisant avec une option de développement durable,
- production de richesse, non pas tant en termes d'emplois directs que par le caractère démultiplicateur pour les autres activités tertiaires, par exemple : la vente directe des produits, la promotion de l'hôtellerie locale,
- l'amélioration de l'image du territoire, s'appuyant sur la typicité de ses productions.

Dans le cas de Madrid, la défense des productions de qualité est particulièrement d'intérêt stratégique pour équilibrer le binôme production-consommation (Marsden, 1999) et pour la création de nouveaux réseaux de relations aux diverses échelles spatiales. C'est seulement de cette façon que l'on pourra arrêter la destruction que font les madrilènes de leur espace rural, avec en plus une fossilisation de l'espace restant qui serait dépourvu d'activités productives.

En l'appliquant aux espaces ruraux madrilènes menacés par le développement urbain, on comprendra pleinement l'affirmation de Sauri et Boada (2006) : « La fin des tensions entre les zones rurales et les zones urbaines pourraient venir d'un nouveau contrat social dans lequel on admettrait la spécificité des zones rurales et on garantirait un développement soutenable qui n'impliquerait pas la disparition des activités productives ».

### Références

- BOCM (2007).** « Resolución de 5 de marzo de 2007, de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, por la que se emite decisión favorable en relación con la solicitud de registro de la denominación de origen "Aceite de Madrid », in *Boletín Oficial de la CM* nº66, págs. 38-43.
- Canto Fresno, C., Santamaría, L. (1998).** *La agricultura madrileña en* MOLINA, M., MUÑOZ, C. y RUIZ-MAYA, L. *El sector agrario. Análisis desde las Comunidades Autónomas*, MAPA, Ediciones Mundi Prensa; pp. 371-406.
- Castillo Cuervo-Arango, F. del; Casado Valera, C., Horcajo Esteban, J. (Coord.) (2007).** *Atlas de la Industria de la Comunidad de Madrid 2007*. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Comunidad de Madrid.
- Comunidad de Madrid (2008).** Base de Datos ALMUDENA.
- Comunidad de Madrid (2005).** *Libro blanco de la política agraria y el desarrollo rural. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica*, Comunidad de Madrid, Madrid.
- IGN (2004).** CORINE Land Cover - Proyecto I&CLC2000 ESPAÑA. Actualización de la Base de Datos Corine Land Cover Proyecto I&CLC2000 Informe final (Noviembre 2004)
- Jarosz, L. (2008).** « The city in the country: growing alternative food networks in Metropolitan areas ». In *Journal of Rural Studies*, 24; pp. 231-244.
- Madoz, P. (1845-50).** *Diccionario geográfico-estadístico – histórico de España y sus posesiones de ultramar*. Madrid.

**Marsden, T. (1999).** « Rural futures: the consumption countryside and its regulation » in *Sociologia Ruralis*, 39(4); pp. 501-520.

**Saurí, D.; Boada, M. (2006).** "Sostenibilidad y cultura campesina: hacia modelos alternativos de desarrollo rural. Una propuesta desde Cataluña" in: *Boletín de la A.G.E.* nº 41; pp. 315-328.