

# Des entreprises qui s'engagent

Derrière l'étiquette, l'ancrage territorial est très variable. Nous sommes allés à la rencontre d'entreprises incontournables ou émergentes, qui nous racontent leur stratégie en faveur de l'île.

## 1. DES MARQUES QUI FONT LA CORSE

L'île demeure une région avant tout agricole. Logiquement, c'est dans ce secteur qu'ont émergé la plupart des grandes marques insulaires. Voici quelques-unes de ces championnes.

**BIÈRES PIETRA, SERENA ET COLOMBA • SODAS LIMUNATA ET CORSICA COLA • WHISKY P&M (AVEC MAVELA)**

**Emploi dans la région : 50 salariés pour la brasserie à Furiani, 200 pour le groupe Boissons de Corse dont elle fait partie.**

↳ Leur avion a atterri deux heures plus tôt à Bastia, mais Armelle et Dominique Sialelli sont à l'unisson, souriants et élégants malgré la fatigue du voyage. Ils viennent de passer quelques jours à New York, à l'invitation de leur importateur. « Les brasseries artisanales pèsent 20 % du marché américain, explique Dominique. La France est à moins de 2 %, le potentiel est énorme ! »

Leur remarquable parcours n'a pas étanché leur soif de nouveaux défis. En 1992, à la naissance de leur fils Hugo, ils décident de plaquer Paris « pour faire quelque chose ensemble » et choisissent un peu par hasard de lancer une bière à la châtaigne en Corse. Ce sera la Pietra, en hommage au village familial de Dominique, Pietraserena. « On



**STRATÉGIES** Dominique et Armelle Sialelli ont conquis l'île dans les années 2000.

avait aussi songé à faire de la vanille à Madagascar ou de la langouste à Zanzibar », raconte, sans rire, Armelle.

En 1996, l'ex-cadre de l'informatique diplômé d'HEC et l'ancienne responsable de régie publicitaire se retrouvent à écumer les marchés de l'île avec leur petite production. « C'était tellement incongru qu'il y a eu un mouvement de sympathie », se souvient-elle.

Après avoir conquis l'île dans les années 2000, Pietra se tourne aujourd'hui vers l'extérieur, en particulier vers la région Provence-Alpes-Côte d'Azur,

« où un habitant sur quatre a des liens avec la Corse », rappelle Dominique.

Leur imagination les mène aussi loin des bars. Après avoir envisagé la création d'une marque de cosmétiques, ils s'intéressent au concept de l'hôtellerie éphémère, avec de luxueuses tentes en toile qui accueilleraient les touristes sur des sites d'exception. Dominique a d'autres gros projets en tête qu'il nous aurait bien confiés... avant qu'Armelle ne l'arrête dans un souffle : « Non, pas encore. » Ainsi sont les Sialelli : ils décident ensemble, c'est tout.



**MOULIN** René Colombani s'est battu pour l'AOC Oliu di Corsica.

### HUILE ORU DI BALAGNA

**Emploi dans la région :** trois

personnes à Corbara, une centaine de producteurs de toute la Haute-Corse.

↳ C'est une mauvaise année. La faute à la météo, trop humide lors de la floraison, et à la redoutable mouche de l'olive. Résultat : il n'y aura pas assez de stock pour toute la saison estivale.

Pas de quoi perturber René Colombani, qui en a vu d'autres. Dès 1975, il a œuvré pour le retour de l'oléiculture à partir des quelques îlots d'oliviers de la terre paternelle, à une époque où presque tous les vergers avaient été abandonnés ou brûlés. Il s'est battu avec tous les acteurs de la filière pour l'obtention de l'AOC Oliu di Corsica. Alors aujourd'hui, il présente avec fierté le moulin de la coopérative oléicole de Balagne, dont il est président, « l'un des plus performants de France ». Situé dans la zone artisanale de Corbara, l'engin peut engouffrer deux tonnes d'olives à l'heure.

C'est ici que sont produits 60 % de l'huile-corse, vendue au détail sous la marque Oru di Balagna ou en vrac à des clients comme Carrefour (qui la conditionne à Marseille). Alors, qu'importent les mouches et la concurrence, féroce. Pour René Colombani, l'avenir coule de source : « Il faut continuer à planter ! »

### ÉPICERIE CHARLES ANTONA, LES RECETTES DE MINNA

**Emploi dans la région :** 40 personnes

sur le site de production de Corsica gastronomia à Sarroia-Carcopino, huit dans les boutiques Casa Napoléon à Ajaccio et à Porticcio, trois au domaine agricole Campestra à Coti-Chiavari.

↳ Charles Antona ne lâche rien. Le matin, il s'occupe de sa propriété de 80 hectares ; l'après-midi, de son entre-

prise fondée en 1991, Corsica gastronomia, fleuron de l'agroalimentaire corse. Son nom orne les étiquettes d'une gamme de confitures, terrines, soupes et plats cuisinés incontournables en grandes surfaces. Les épiceries fines et le réseau bio distribuent son autre marque, Les Recettes de Minna.

« Nous travaillons surtout avec des producteurs corses, comme pour le cédrat et la clémentine, explique-t-il. Des familles se constituent une petite cagnotte en nous apportant des châtaignes, du myrte ou de l'arboise. Ce qui compte, c'est de valoriser le plus possible les matières premières locales. Cela correspond à la philosophie de notre temps. Mais je n'ai pas honte de dire que je fais venir de France certains produits, comme la viande, à l'exception du veau. »

Ce fringant entrepreneur de 67 ans ne se résout toutefois pas à cette situation. Les figuiers qu'il a plantés ont donné leurs premiers fruits cette année. Chasseur, il envisage également d'élever des sangliers, alors qu'il est aujourd'hui obligé d'acheter du gibier de l'Hexagone.

Les projets, « Charly » les collectionne. « Nous allons lancer une nouvelle gamme : on extrait la pulpe pour créer des crèmes de fruit en confiture, sans pépins, un délice », s'enthousiasme-t-il. Son énergie n'en finit pas d'impressionner ses proches, en particulier sa femme, Anne, chargée de la communication de l'entreprise. « C'est contagieux », assure-t-elle. Comme le dit le

facétieux « Charly », « l'important, c'est que l'on ait du travail et que l'on soit heureux » !

### FROMAGES OTTAVI

**Emploi dans la région :** 40 salariés

à Ghisonaccia, collaboration avec une centaine d'éleveurs locaux.

↳ A la tête de la fromagerie familiale, Antoine Ottavi souhaite désormais faire oublier ses déboires judiciaires. La société vient d'être condamnée à 60 000 € d'amende pour usurpation d'AOP (appellation d'origine protégée) brocciu et pratique commerciale trompeuse concernant une tomme de chèvre fabriquée en partie avec du lait de brebis. « Il ne faut pas tout confondre, tempère le jeune chef d'entreprise de 36 ans,



**AVENIR** Antoine Ottavi souhaite une nouvelle tomme de brebis IGP.

premier adjoint à la mairie de Ghisonaccia, qui a fait appel. Oui, il y a eu un mélange de laits de brebis et de chèvre. On a commis des erreurs, mais le préjudice est minime. Ce n'est pas comme si j'avais fait 30 tonnes de brocciu en plus avec du lait de l'extérieur ! Cela nous a fait mûrir. Depuis, nous avons investi sur l'emballage et la traçabilité. »

Son point de vue, comme celui d'autres laiteries, diverge toutefois de celui de Casgiu Casanu, l'association des producteurs de fromages fermiers, sur la façon de préserver la production laitière locale. Récemment réélu à la présidence de l'Interprofession laitière ovine caprine corse, Antoine Ottavi soutient le développement d'une nouvelle AOP qui s'ajouterait à l'AOP brocciu. Mais il souhaite aussi l'émergence d'une indication géographique protégée (IGP) sur une tomme de brebis qui témoignerait du savoir-faire corse... avec du lait qui pourrait venir d'ailleurs. « Nous avons besoin d'alimenter la grande ●●●



**ÉNERGIE** Charles Antona a fondé son entreprise en 1991.

... distribution, mais la Corse produit de moins en moins ! LAOP serait une locomotive, du haut de gamme à base de lait d'ici, et l'IGP nous permettrait d'avoir une corbeille de produits un peu moins chers à proposer, poursuit-il. Ce fromage, vendu en été, pourrait être consommé dans les salades. » Pour rassurer les éleveurs, Antoine Ottavi relance l'idée d'un système de cotisations dans le secteur afin de les aider à investir. Nelly Lazzarini, présidente de Casgiu Casanu, est dubitative : « Nous bénéficions déjà des aides de l'Office du développement agricole et rural de Corse. Et la condamnation d'Ottavi, qui révèle des pratiques néfastes pour les producteurs de lait locaux et pour l'AOP brocciu, n'est pas de nature à rétablir la confiance. »

## VINS CLOS CULOMBU

**Emploi dans la région :** 12 personnes au domaine de Lumio.

→ Il y a quarante ans, les Corses mettaient du bordeaux ou du bourgogne à leur table quand ils recevaient. « Aujourd'hui, on sort d'excellentes bouteilles », se réjouit le grand Etienne Suzzoni, 52 ans, incarnation de la bonne santé de la filière viticole corse. Son Clos Culombu est sur le point d'obtenir l'agrément biologique au terme de trois ans de conversion. Le nouveau chai, splendide bâtiment rénové en 2010, désormais recouvert de panneaux photovoltaïques, abrite la production de ses 50 hectares et de 20 autres d'un vigneron de Tallone.

Si les blancs et les rosés font la réputation du domaine, cet ancien président de la chambre d'agriculture de Haute-Corse se plaît à innover en réintrodui-



**INNOVATION**  
Etienne Suzzoni réintroduit d'anciens cépages.

sant d'anciens cépages locaux, en collaboration avec le Centre de recherche viticole de Corse. « Ce riacquistu des cépages, c'est l'avenir, les amateurs de vin corse vont adorer. »

Défenseur du terroir corse, il élève aussi des veaux labellisés « Corsi-carne » – « une race rustique de petit gabarit ; gustativement, c'est un produit d'excellence » – et va planter du blé cette année. « Ma génération a assisté à sa disparition dans les montagnes, on a perdu le savoir-faire, regrette-t-il. Aujourd'hui, la vigne s'en sort, mais on manque d'équipements et de puissance commerciale dans beaucoup de domaines. Les Corses consomment 15 000 tonnes de viande, mais on a du mal à écouler les 3 000 tonnes d'ici, ce n'est pas normal. »

## LA CLÉMENTINE DE CORSE IGP

**Emploi dans la région :**

jusqu'à 2 000 personnes (salariés et saisonniers) pour 130 producteurs.

→ Savoureuse, reconnaissable à sa peau fine et à ses belles feuilles, elle a failli disparaître au début des années 2000. La clémentine de la plaine

orientale a retrouvé des couleurs depuis l'obtention d'une indication géographique protégée en 2007.

« On était face au géant espagnol avec un produit plus fragile, ce n'était plus possible. Alors, on a réagi, on a créé cette IGP et réorganisé le commerce en supprimant des intermédiaires », résume Jean-André Cardosi, agrumiculteur à Linguizzetta.

La clémentine de Corse s'offre désormais des campagnes d'affichage et un site Internet ([www.clementinede Corse.fr](http://www.clementinede Corse.fr)) pour se faire bien voir du marché insulaire et continental. Le vent a tourné, Jean-André Cardosi en est certain : « Avec un endettement raisonnable, un jeune peut désormais s'installer sereinement. »



**REBOND** Jean-André Cardosi a relancé la clémentine locale.

## 2. DES MARQUES ÉMERGENTES

Quelques nouveaux venus proposent de revisiter le terroir corse. Quitte à surprendre.

### BOISSONS FRUITÉES

**OZIA**

**Emploi dans la région :** de 2 à 10 personnes selon la période à Luri.

→ La plupart des fabricants de jus de fruits sont déconnectés du monde des producteurs. Pas Frédéric Suberbielle,

géologue de formation spécialisé dans l'étude et la gestion des terroirs. Il se targue, avec Ozia, de proposer une boisson quasi « militante » : « Notre force, c'est de partir du fruit pour aller jusqu'au consommateur. »

L'idée de départ, en 2008, était de

valoriser les clémentines et pomelos écartés lors du tri. « Il suffit que les fruits aient un peu frotté pour être tachés, alors qu'ils sont d'excellente qualité. » Ne plus jeter ? L'idée a bien sûr séduit les producteurs, dont certains sont entrés au capital de la société.

**MILITANT** Frédéric Suberbielle se réjouit de ses liens étroits avec les producteurs de fruits.



Frédéric Suberbielle s'est ensuite naturellement tourné vers d'autres produits de caractère, comme la pêche corse mais aussi l'ananas du Costa Rica. L'extraction du jus est confiée à des sous-traitants espagnols, italiens ou français. « Nous n'avons pas l'équipement sur l'île, regrette-t-il. Et il serait difficile de rentabiliser des investissements lourds. »

Vendue « à des prix proches des marques nationales pour une qualité haut de gamme », Ozia, distinguée au Salon de l'agriculture 2012, devrait de nouveau surprendre avec un jus « à base de variétés anciennes ». Quelles variétés ? Frédéric Suberbielle n'en dira pas plus : il nous réserve la surprise pour septembre 2014.

**LA NOISETTE DE CERVIONE  
NUCIOLA, NOCCIOLINA, SALINU**

**Emploi dans la région : 13 personnes**  
à l'Atelier de la noisette de San-Giuliano.  
↳ La noisette de Cervione est mise à toutes les sauces, salées ou sucrées, à l'Atelier de la noisette. « On travaille étroitement entre producteurs, petits ou grands, pour valoriser notre activité », indique Charles Sforzini, à la fois gérant de la société, président de l'association des nuciculteurs et propriétaire d'un verger. Si le Salinu – un mélange pour salades composé de noisettes grillées et de gros sel – demeure la meilleure

vente, le sucré gagne du terrain, avec la barre au miel et aux noisettes Nocciolina et, surtout, la pâte à tartiner à haute teneur en noisettes Nuciola, lancée il y a quatre ans. Faute de machine adaptée, Charles Sforzini a toutefois dû confier sa fabrication à l'italien Gandola. Il espère pouvoir s'équiper prochainement pour produire à San-Giuliano, à côté du village de Cervione. Mais la priorité sera d'abord de dynamiser la production : le succès est tel que de nombreuses références sont en rupture de stock !

**MÉLANGE** Charles Sforzini préside l'association des nuciculteurs.



**ÉPICERIE FINE**

**LES FRUITS DE LA MONTAGNE CORSE, A NEBBIA, JOLI MAQUIS, LES RECETTES D'ANGÈLE**  
**Emploi dans la région : 3 personnes**  
à San-Nicolao.

↳ Devenus parents, Dominique et Jean-David Sommogio ont lâché leurs postes de professeurs d'éducation artistique en Seine-Saint-Denis en 2006 pour revenir sur l'île, à San-Nicolao. L'aventure a commencé avec la rénovation de vergers à l'abandon.



**GAMME** Jean-David Sommogio, entre tradition et innovation.

Mais la châtaigne ne paie pas – encore moins depuis la récente propagation sur l'île du cynips, redoutable insecte ravageur. Alors, ils ont constitué une gamme (en partie bio) de préparations, risottos, thés, infusions, vinaigres, moutardes et sels avec des fruits 100 % corses.

C'est Dominique qui élabore les recettes. Par exemple, le thé fourni par un grossiste allemand est mélangé à des zestes d'agrumes ou de la châtaigne préalablement séchés.

« Pour les gens, on fait des trucs qui sortent de la Lune », sourit Jean-David. Il n'empêche ! Certains produits ont su séduire le public corse, comme le flan à la châtaigne, prisé par tous les jeunes qui ont perdu la recette de grand-mère... • E. L.

[www.ANebbia.com](http://www.ANebbia.com)