



NOTE EXPLICATIVE



SOMMAIRE

A- LE CONTEXTE DU PROJET

A1 - Les filières fruits et légumes en Corse

A2 - Le porteur de projet

B - LE PROJET

B1 - Le projet

B2 - Objectifs et effets attendus

A- LE CONTEXTE DU PROJET

A1 - Les filières fruits et légumes en Corse

LA FILIERE MARAICHERE

La filière maraîchère corse compte aujourd'hui 68 exploitants qui occupent une surface agricole utile de 565 hectares (dont 25 hectares sous abris), 60 % des terres étant exploitées en rotation, la superficie totale concernant cette filière représente 864 hectares.

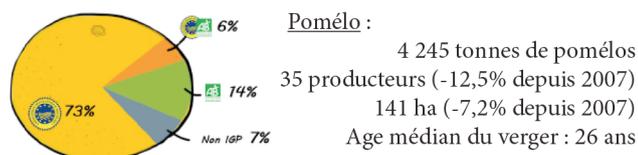
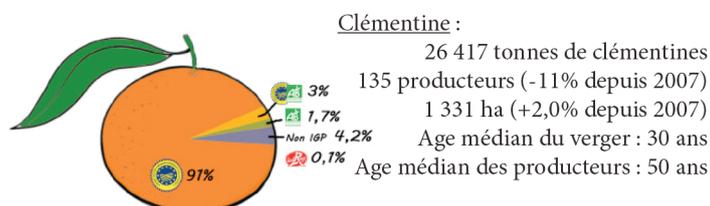
Cette filière génère une production globale de 19 570 tonnes qui se valorisent à environ 16,7 millions d'euros de chiffre d'affaire, soit un peu plus de 8 % du produit agricole réalisé en corse.

Les cultures de melons, salades et tomates représentent, à elles seules, 48 % des volumes produits. Le solde est constitué d'une trentaine de références, principalement des productions de printemps et d'été. La production maraîchère insulaire se répartit en 5 grandes familles de légumes :

- les légumes feuilles : salades, blettes, céleri, chicorée, basilic, épinard, persil
- les légumes racines : carottes, navets, radis
- les légumes fruits : tomates, melons, courgettes, concombres, aubergines, poivrons, fraises, pastèques
- les légumes tiges : poireaux, oignons frais, les pommes de terre.

LA FILIERE AGRUMICOLE CORSE

La quasi-totalité des clémentines et pomélos français est produite en Corse (99,8%). Le verger corse d'agrumes couvre 1% de la Surface Agricole Utile de la Corse, mais représente, après la viticulture, la deuxième production agricole régionale en valeur économique. Le principal produit est la clémentine suivie par le pomélo. L'orange, le cédrat, le kumquat et les limes sont des productions mineures (environ 20 ha au total).



La filière en quelques chiffres (Source : AOPn Fruits de Corse 2016)

LA FILIERE AGRUMICOLE CORSE

La quasi-totalité des clémentines et pomélos français est produite en Corse (99,8%). Le verger corse d'agrumes couvre 1% de la Surface Agricole Utile de la Corse, mais représente, après la viticulture, la deuxième production agricole régionale en valeur économique. Le principal produit est la clémentine suivie par le pomélo. L'orange, le cédrat, le kumquat et les limes sont des productions mineures (environ 20 ha au total).

L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN CORSE

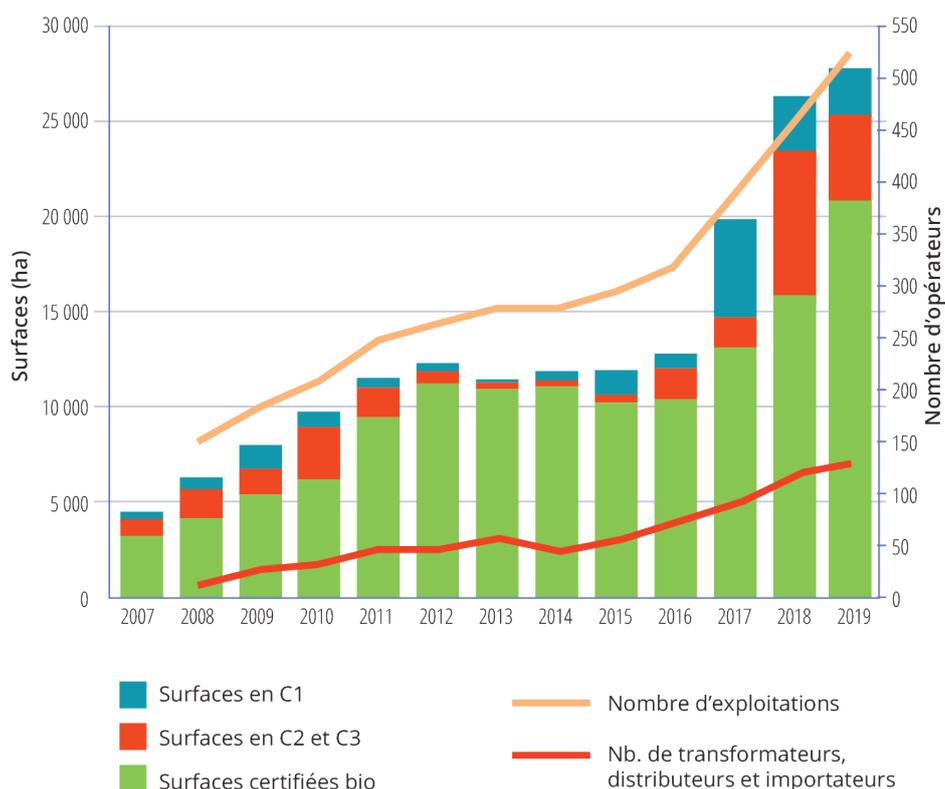
Avec plus de 400 producteurs en 2017, l'agriculture biologique en Corse connaît un fort développement.

Les surfaces cultivées ont quasiment été multipliées par 3 en 5 ans. Les exploitations certifiées et en conversion vers l'agriculture biologique représentent plus de 12 % de l'ensemble des exploitations de la région.

L'agriculture biologique en Corse propose une gamme diversifiée de produits issus des productions animales comme végétales : viande, fromage, miel, fruits et légumes, vin, jus de fruits, plantes aromatiques, fruits secs, confitures et autres produits transformés... L'agriculture biologique est un signe officiel de qualité régi par un cahier des charges strict (bien-être animal, respect de l'environnement, pas d'utilisation de produits chimiques de synthèses, lutte biologique, ...).



Evolution du nombre d'exploitations et des surfaces en mode de production biologique



A2 - LE PORTEUR DE PROJET

L'entreprise se situe sur la partie littorale de la commune de Zonza près de Sainte Lucie de Porto vecchio. Cette commune compte 2683 habitants.



Le domaine de taille humaine comporte 28 hectares dans un ancien lit de rivière . Le sol est léger (sablonneux en profondeur et argilo-limoneux en surface, avec un fort pourcentage de galets).

Le sol est fertile minéralogiquement et la nature des éléments mobilisables sont la silice, le potassium ,le calcium , le magnésium , le fer . Peu riche en éléments azotés , le rendement des cultures est très faible au profit de la qualité . L'équilibre quantitatif de tous ces éléments présents dans ce sol confèrent aux cultures un parfum et une saveur particulièrement authentique et unique .

Le porteur cultive des clémentines qui sont issues de l'agriculture biologique mais également d'autres agrumes et des légumes. en été ils produisent également des pêches et des nectarines.

L'entreprise a bâti une offre de jus de fruits via un atelier de transformation.

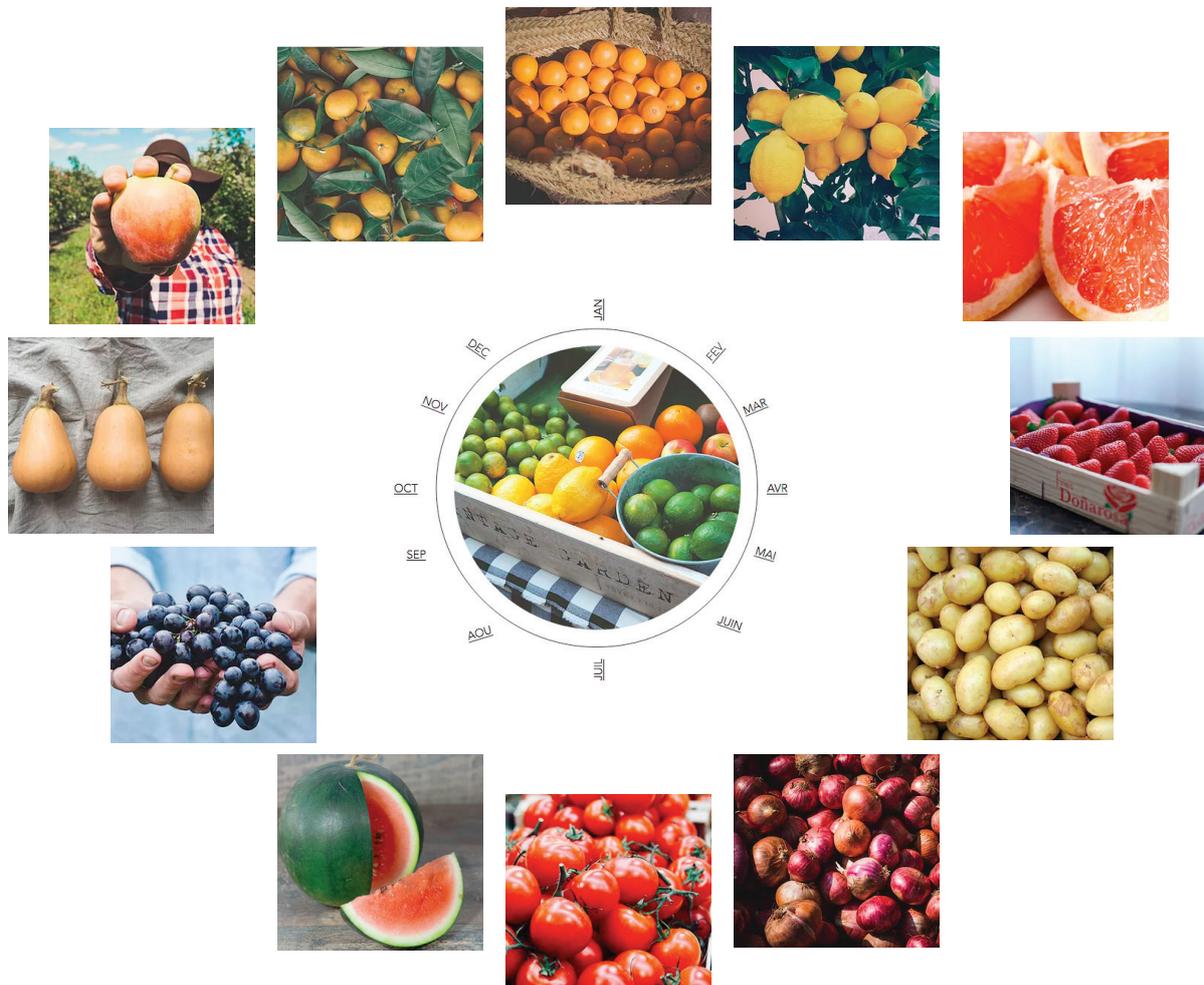
«Afin d'être conservé dans les meilleures conditions le jus de clémentine (avant sa mise en bouteille) est pasteurisé c'est dire qu'on le monte à 92 degré en quelques secondes. Par la suite, après sa mise en bouteille le jus passe dans un refroidisseur pendant une vingtaine de minutes de manière à être refroidit progressivement

C'est avant tout la recherche de qualité qui guide l'entreprise : Peu riche en éléments azotés , le rendement des cultures est très faible au profit de la qualité . L'équilibre quantitatif de tous ces éléments présents dans ce sol confèrent aux cultures un parfum et une saveur particulièrement authentique et unique.



Le porteur de projet a mis au cœur de ses priorités le respect du rythme naturel des saisons. Ainsi, les fruits et les légumes sont cueillis à bonne maturité et à la bonne saison.

Le calendrier du domaine :



B- LE PROJET

B1 - Le Projet D'U Cirione

Le porteur de projet concentre son activité autour de la production de fruits et légumes, labellisés AB et crée des produits dérivés tels que sorbets ou jus à base de fruits issus de l'exploitation.

L'entreprise possède un espace de vente qui aujourd'hui ne répond pas aux critères de qualité en lien avec les ambitions de l'entreprise.

Le projet prévoit :

- l'aménagement du point de vente situé sur l'exploitation
- le développement d'une stratégie marketing
- l'acquisition de produits de conditionnement plus efficaces

L'aménagement du point de vente existant permettra à l'intérieur de la boutique de gagner en attractivité, grâce au nouvel aménagement mais également d'améliorer les conditions de travail au sein de l'entreprise.

L'acquisition de produits d'emballage et de conditionnement spécifique permettra une mise en valeur de la production ainsi de la professionnalisation de la communication de l'entreprise

L'espace de vente

L'aménagement du point de vente concerne essentiellement la réalisation de deux portes automatiques vitrées permettant d'une part de réaliser une isolation thermique de l'espace de vente et d'autre part d'identifier l'accès et la sortie avec un sens de circulation des consommateurs.

Le projet prévoit également l'aménagement de l'intérieur de l'espace de vente avec des étagères et un espace de rangement avec armoire réfrigérée et congélateur pour une meilleure visibilité des produits.

L'amélioration du point de vente permettra la valorisation de la vente en circuit court en permettant à l'entreprise de vendre directement sa production aux consommateurs, tout en garantissant un moyen de mise en valeur de la production agricole.

Le marketing et les produits de conditionnement

Le projet prévoit la création d'une identité visuelle plus attractive et son développement par le biais de produits d'emballage tels que sacs, caissettes pour fruits et légumes, pots pour les glaces, étiquettes ou signalétique extérieure.

B2 - Objectifs et effets attendus

Le projet est axé sur le développement de compétitivité de l'exploitation agricole en visant les objectifs principaux :

- Faire progresser les moyens de commercialisation et ainsi pérenniser l'activité économique de l'entreprise en favorisant les circuits courts
- d'améliorer les conditions de travail,
- Faire bénéficier aux consommateurs d'une gamme de produits agricoles locaux plus étendue.
- d'accompagner le développement produits transformés à base de produits locaux
- permettre la mise en pratique de l'écoresponsabilité du porteur de projet
- Développement de l'activité commerciale du porteur de projet sur les ailes de saison et à terme sur toute l'année

Objectifs opérationnels

- Développer des modes de vente en circuits courts
- Valoriser les produits, les producteurs et les exploitations agricoles
- Favoriser l'intégration de produits locaux sur les lieux de vente (circuits courts, revente, restauration...)

Effets attendus

- Développement de l'activité du producteur grâce au développement de la commercialisation de produits à forte valeur identitaire
- Maintenir voire développer l'économie agricole en accompagnant les producteurs dans la recherche de nouveaux débouchés pour commercialiser leurs produits
- Renforcer l'offre touristique par la valorisation des produits locaux