

## ASSEMBLEE DE CORSE

### DELIBERATION N° 06/112 AC DE L'ASSEMBLEE DE CORSE APPROUVANT LES PROPOSITIONS RELATIVES A L'ACTION COLLECTIVE « FILIERE OLEICOLE »

SEANCE DU 30 JUIN 2006

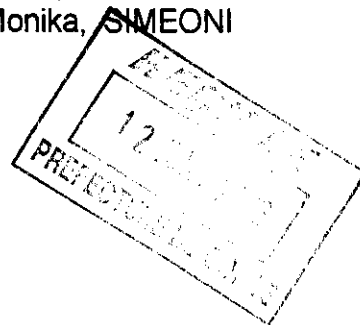
L'An deux mille six, et le trente juin, l'Assemblée de Corse, régulièrement convoquée s'est réunie au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances, sous la présidence de M. Camille de ROCCA SERRA, Président de l'Assemblée de Corse.

#### ETAIENT PRESENTS : Mmes et MM.

ALBERTINI Jean-Louis, ALBERTINI-COLONNA Nicolette, ALIBERTINI Rose, ALLEGRINI-SIMONETTI Marie-Dominique, BIANCUCCI Jean, BIZZARI-GHERARDI Pascale, BUCCHINI Dominique, BURESI Babette, CASTELLANI Pascaline, COLONNA Christine, COLONNA-VELLUTINI Dorothee, DELHOM Marielle, DOMINICI François, FILIPPI Geneviève, GALLETTI José, GORI Christiane, GUAZZELLI Jean-Claude, GUERRINI Christine, GUIDICELLI Maria, LECCIA Jean-Pierre, LUCIANI-PADOVANI Hélène, LUCIANI Jean-Louis, MARCHIONI François-Xavier, MARTINETTI Jean-Charles, MATTEI-FAZI Joselyne, MONDOLONI Jean-Martin, MOZZICONACCI Madeleine, NATALI Anne-Marie, NIVAGGIONI Nadine, OTTAVI Antoine, PANUNZI Jean-Jacques, PIERI Vanina, PROSPERI Rose-Marie, RICCI Annie, RISTERUCCI Josette, de ROCCA SERRA Camille, SANTONI-BRUNELLI Marie-Antoinette, SCIARETTI Véronique, SCOTTO Monika, SIMEONI Edmond, SISCO Henri, STEFANI Michel, TALAMONI Jean-Guy

#### ETAIENT ABSENTS ET AVAIENT DONNE POUVOIR :

M. ALESSANDRINI Alexandre à M. DOMINICI François  
Mme ANGELI Corinne à Mme GUERRINI Christine  
Mme BIANCARELLI Gaby à Mme GORI Christiane  
M. CECCALDI Pierre-Philippe à Mme LUCIANI-PADOVANI Hélène  
M. CHAUBON Pierre à M. MARCHIONI François-Xavier  
Mme RICCI-VERSINI Etiennette à Mme BURESI Babette  
Mme SUSINI Marie-Ange à M. LECCIA Jean-Pierre.



#### L'ASSEMBLEE DE CORSE

- VU** la loi n° 82/213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions,
- VU** la loi n° 83/663 du 22 juillet 1983 complétant la loi n° 83/8 du 7 janvier 1983 relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat,

- VU** la loi n° 83/16 du 6 janvier 1996 relative à l'organisation des régions et portant modification des dispositions relatives au fonctionnement des conseils généraux,
- VU** la loi n° 86/972 du 19 août 1986 portant dispositions diverses relatives aux collectivités locales,
- VU** la loi n° 2002/92 du 22 janvier 2002 relative à la Corse,
- VU** le Code Général des Collectivités Territoriales,
- VU** la convention Etat - Région relative au Plan de Relance signée en date du 25 juillet 2005,
- SUR** rapport du Président du Conseil Exécutif de Corse,
- SUR** rapport de la Commission du Développement Economique,

**APRES EN AVOIR DELIBERE**

**ARTICLE PREMIER :**

**APPROUVE** les propositions concernant l'action collective « Filière Oléicole » telles qu'elles sont déclinées dans le document figurant en annexe de la présente délibération.

**ARTICLE 2 :**

La présente délibération qui pourra être diffusée partout où besoin sera, fera l'objet d'une publication au recueil des actes administratifs de la Collectivité Territoriale de Corse.

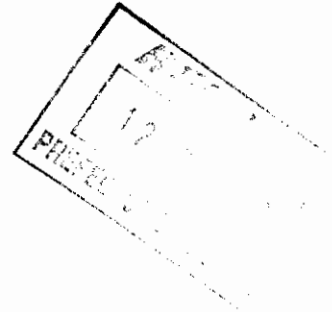
AJACCIO, le 30 juin 2006

Pour copie certifiée conforme à l'original  
pour le Président de l'Assemblée de Corse  
et par délégation,  
Le Secrétaire Général de l'Assemblée

**Serge TOMI**

Le Président de l'Assemblée de Corse,

  
**Camille de ROCCA SERRA**



**ANNEXES**

RAPPORT DU PRESIDENT DU CONSEIL  
EXECUTIF DE CORSE

**PLAN DE RELANCE**  
**FILIERE OLEICOLE DE CORSE**



# SOMMAIRE

## I) Contexte

- Histoire de l'oléiculture
- Dans les années 1960 : la greffe en Picholine ne prend pas
- Les années 1980 : une relance portée par le milieu associatif
- Les années 1990 : la structuration de la profession
- Les années 2000 : la valorisation du produit
- Aujourd'hui : un pari économique encore à gagner

## II) La politique de la Collectivité Territoriale de Corse

## III) Les objectifs

## IV) Objectif 1 : Création d'une filière Olive de Table

- A) Contexte et objectif général
- B) Actions à conduire

## V) Objectif 2 : Huile d'olive : Structuration de l'offre, Mise en marché collective

- A) Contexte et objectif général
- B) Actions à conduire

## VI) Objectif 3 : Commercialisation et Promotion

- A) Contexte et objectif général
- B) Actions à conduire

## VII) Tableau récapitulatif



## **1) Contexte**

### **- Histoire de l'oléiculture : La Corse, oléicole depuis toujours**

La production oléicole en Corse est très ancienne et remonte au moins au néolithique. Des vanneries contenant des noyaux d'olives ont été retrouvées sur des sites de cette époque et ont été datées à 3 400 ans avant JC.

De cette présence préhistorique la Corse a gardé des variétés endémiques. Les travaux menés il y a quatre ans par l'Université de Corse (5 enseignants chercheurs, plusieurs thèses) nous mènent à la conclusion que la Corse a été un site de domestication de l'olivier, au même titre que le croissant fertile et le moyen Atlas. La variété Sabine de Balagne par exemple, est sans lien génétique connu avec le reste du patrimoine génétique méditerranéen.

Tout au long de son histoire, la Corse a été occupée par différents peuples, beaucoup ont conduit des politiques de plantation, d'introduction de variétés, de greffage.

Aujourd'hui la Corse dispose de 6 variétés principales locales.

La dernière campagne de plantation forte remonte aux génois, il y a 400 ans.

Plus récemment dans l'histoire du début du XX<sup>ième</sup> siècle, les moulins à huile ont connu un phénomène de concentration avec la mise en place de grosses unités (appelées « usine ») qui fonctionnaient avec des presses hydrauliques. Les ports d'Ile Rousse et de Bonifacio hébergeaient à l'année des courtiers en huile. La production d'huile a évolué vers une orientation de plus en plus industrielle. Les savonneries marseillaises ont constitué un débouché important.

Mauvais résultat économique, exode rural, guerres mondiales, évolutions des modes alimentaires ont mené rapidement les oliviers vers l'abandon.

Le maquis s'est installé, le feu a fait des ravages.

### **- Dans les années 1960 : la greffe en Picholine ne prend pas**

Suite au gel de 1956 qui détruisit une grande part des oliveraies françaises l'Etat mit en place une politique d'incitation à la plantation d'oliviers à finalité de production d'olives de table.

Bien que la Corse n'ait pas eu à subir de gros dommages liés au gel, près de 600 hectares furent plantés en Corse. Dès les premières années de production, et malgré une bonne adaptation de la variété à la Corse la production d'olives de table se révéla être un échec économique. Imaginée pour alimenter un marché de consommation de masse, l'olive de table produite en Corse était de très bonne qualité mais trop chère.

Cette réalité se vérifia également au niveau national, la production d'olive de table française, prévue pour se substituer aux productions des anciennes colonies de l'Afrique du Nord n'y parvenant pas.

Les Picholines furent abandonnées et constituèrent un obstacle, en terme d'image, à la relance oléicole de la Corse.

Certains de ces vergers furent détruits, restent aujourd'hui près de 300 hectares plantés.

### **- Les années 1980 : une relance portée par le milieu associatif**

Dans les années 1980, plusieurs associations se mirent en place sur l'ensemble de la Corse et s'activèrent pour inciter à la rénovation de l'oliveraie existante. La Balagne, en particulier connut un mouvement important de relance, mouvement soutenu, petit à petit, par les financeurs (Région Corse, Etat...).

Les récoltants les plus passionnés poursuivirent, d'une année sur l'autre des actions de rénovation et commencèrent à exploiter un verger de taille « professionnelle ».

La coopérative oléicole de Balagne fut créée.

Dans le début des années 1990, la profession nationale (CEAO), puis les Chambres d'Agriculture commencèrent à doter la Corse de techniciens spécialisés sur la filière et s'appuyèrent sur cette dynamique associative.

### **- Les années 1990 : la structuration de la profession**

A la fin des années 1990, avec la participation de la Collectivité Territoriale de Corse, de l'ODARC, de l'Etat et le soutien des Chambres d'Agriculture, une convention régionale de rénovation permit de doper les opérations de rénovation et de rénover 400 hectares d'oliviers sur 3 ans.

A partir de 1995 de nouveaux vergers d'oliviers furent plantés : 400 hectares en 10 ans.

En 1999 la profession se structure au niveau régional au sein d'un syndicat : le SIDOC (Syndicat Interprofessionnel Des Oléiculteurs de Corse) qui deviendra l'un des Comités régionaux de l'interprofession nationale, l'AFIDOL.

L'oléiculture se libère de son image d'amateurisme marginal et devient une filière agricole crédible, entendue des responsables du développement de la Corse.

La structuration régionale et l'unanimité de la profession permettent un travail en direct avec les organismes de développement.

La légitimité du SIDOC est établie clairement : son Conseil d'Administration représentant plus de 80% de l'huile d'olive corse vendue sous étiquette. Le SIDOC participe également à l'élaboration des politiques oléicoles et à la conception des méthodes de mise en œuvre (Contrat de Plan, Guide des aides, Conférences régionales, ...).

### **- Les années 2000 : la valorisation du produit**

A la création du SIDOC, le premier dossier mis sur les rails a été celui de l'AOC «Huile d'Olive de Corse - Oliu di Corsica». Il a été déposé en 2000, la reconnaissance intervint en novembre 2004 : une instruction rapide, résultante de l'unité et de la réactivité du Syndicat, du soutien sans faille des financeurs, de l'implication et de la compétence des services de l'INAO et des membres de la commission d'enquête.

La mise en place de l'AOC a nécessité la création d'un syndicat *ad hoc*. Pour une meilleure efficacité les administrateurs du SIDOC sont également administrateurs du syndicat AOC.

L'AOC couvre l'ensemble de la zone oléicole de Corse, elle est basée sur la notion de douceur et la maturité des olives à la récolte et sur les variétés locales (Sabina, Ghjermana di Casinca, Ghjermana d'Alta Rocca, Capanacce, Raspuluda, Zinzala, Curtinese...).

L'objectif atteint par la profession au travers de cette AOC a été d'obtenir un moyen de valorisation du produit tout en maintenant la profession unie. Il s'agissait de donner à tous les vergers et à tous les producteurs de Corse la possibilité d'intégrer l'appellation.

Pour certains, cela est conditionné par le respect d'un programme de reconversion variétale.

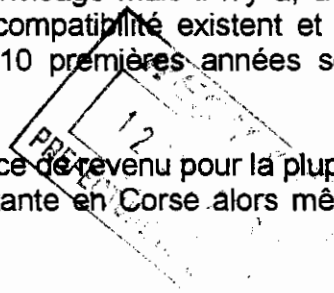
C'est en particulier le cas du verger de Picholine (300 hectares) qui, comme l'ensemble du verger de variété non locales (une soixantaine d'hectares en plus des Picholines), doit suivre un programme contraignant de reconversion :

Le verger de l'exploitation doit comporter au minimum :

- 30 % des arbres en variétés locales en 2010
- 40 % des arbres en variétés locales en 2015
- 50 % des arbres en variétés locales en 2020
- 70 % des arbres en variétés locales en 2025

Ce programme de reconversion est difficile à mettre en place pour bon nombre d'exploitations travaillant sur les vergers de Picholine : elle est souvent la seule variété présente sur l'exploitation, et parfois sur plus de 5, 10, voire 20 hectares. La seule possibilité technique est alors l'arrachage et la replantation, très difficile à envisager pour les exploitants, du point de vue économique comme du point de vue patrimonial. Le surgreffage pourrait être envisagé mais il n'y a, à ce jour, aucun recul technique, les risques de mauvaise compatibilité existent et les difficultés liées à la casse des greffes au cours des 10 premières années sont réelles.

La production d'olive de table est la première source de revenu pour la plupart des exploitations oléicoles de Provence, elle est inexistante en Corse alors même que le marché existe.





***C'est ce qui conduit la profession à envisager une autre finalité pour certains vergers, de Picholine en particulier, évitant ainsi les difficultés d'un programme de reconversion douloureux et coûteux. De plus, cette forme de valorisation serait un moyen d'augmenter le revenu des oléiculteurs.***

**- Aujourd'hui : un pari économique encore à gagner**

**Les récoltants :**

Cinq cents personnes récoltent des olives en Corse, parmi elles, une centaine sont des agriculteurs.

Chaque année la filière installe de jeunes agriculteurs. La production d'huile d'olive séduit. Elle apparaît, en général, comme une activité à associer à une autre production sur les exploitations. L'unité de la profession et le climat de collaboration qui y règne sont un atout qui facilite les échanges d'expériences et l'intégration de nouveaux producteurs.

**Le verger :**

Avec plus de 2100 hectares l'olivier est la seconde spéculation en arboriculture de Corse, derrière les clémentiniers.

Ces 2 100 hectares sont constitués pour :

- 1 400 hectares d'oliviers anciens rénovés,
- 300 hectares de vergers de Picholine datant des années 1960, rénovés,
- 400 hectares de nouvelles plantations installées depuis 1995.

Ce verger n'a pas encore réalisé son potentiel productif. Les vergers récemment plantés sont tous irrigués et pour une grande part, encore trop jeunes. Les rénovations entrent en production, avec les aléas des plantations anciennes en sec.

**Le parc de moulins :**

La Corse compte une vingtaine d'unités, parmi lesquelles 7 qui sont des chaînes continues de grandes capacités, toutes modernisées depuis moins de 10 ans. Ces dernières traitent à elles seules plus de 80 % de la production régionale.

Depuis quelques années, des moulins individuels de domaine voient le jour. Par la collaboration étroite qui lie le syndicat à l'ODARC il a été possible de poser une condition à leur financement : que seules les olives de l'exploitation y soient triturées. Ceci permet de proposer au consommateur des huiles issues du travail du producteur qui procède lui-même à la transformation, et dans le même temps, de ne pas porter tort aux moulins existant qui travaillent pour des tiers et qui sont un rouage important de la filière et de sa structuration.

**La production :**

D'énormes progrès ont été réalisés en 15 ans, la technicité des exploitations augmente régulièrement.

La production de la dernière campagne 2004/2005 se chiffre à 330 Tonnes d'huile.

130 Tonnes ont été agréées en AOC.

La production annuelle de la Corse augmente, le phénomène de l'alternance se réduit.

La moyenne de production annuelle était de 150 Tonnes d'huile par an fin des années 1990, elle est aujourd'hui de 250 Tonnes et doit doubler d'ici 4 à 5 ans.

### **La commercialisation : des améliorations indispensables**

La mise en place de l'AOC ne s'est pas accompagnée d'un effet sur les prix qui sont restés stables. L'huile d'olive de Corse est l'huile d'olive française qui est vendue le moins cher (en général entre 8 et 11 euros le  $\frac{3}{4}$  en départ exploitation en vente directe, 9 à 11 euros le litre vendue en vrac). La différence avec les prix pratiqués en Provence se situe entre 2 et 4 euros/litre.

Alors même que les coûts de production sont plutôt plus élevés en Corse, que la production y est plutôt plus irrégulière, et que la Corse ne bénéficie pas d'une valorisation supérieure par l'olive de table, les prix de vente de l'huile sont plus bas.

La pérennité des exploitations est moins bonne qu'en Provence, les oléiculteurs ne valorisent pas suffisamment leur produit.

### **Une zone de commercialisation à élargir.**

Pour l'instant essentiellement vendue en Corse, l'huile d'olive régionale n'a pas de grande marge de progression ni en volume ni en prix.

Avec l'augmentation de la production attendue, la nécessité d'accroître la zone de commercialisation est un impératif.

L'huile d'Olive de Corse dispose d'atouts qui lui viennent de sa particularité organoleptique et de son AOC, mais aussi d'une lisibilité facilitée. En effet, la Corse est bien identifiée par les consommateurs continentaux comme par les habitants du Nord de l'Europe (Allemagne et Belgique en particulier) pour qui elle représente une destination de vacances et de soleil.

## **II) La politique de la Collectivité Territoriale de Corse**

### **Les projets de filière**

Un soutien important à la filière oléicole a été apporté dans le cadre du CPER-DOCUP.

Les crédits relatifs à cet accompagnement sont mobilisés au travers des mesures 3.5 (maîtrise de la qualité) et 3.6 (appui technique).

Le montant total des aides allouées aux différents porteurs de projet dans le cadre du CPER-DOCUP pour les actions menées sur la période 2000-2005 est de

632 877,36 € pour un montant payé de 437 844,82 €, compte tenu du fait que certaines actions n'ont pas encore été totalement justifiées notamment en ce qui concerne l'année 2005.

**Les porteurs de projets dans le cadre de ces filières sont les suivants :**

**Le SIDOC (Syndicat Interprofessionnel Des Oléiculteurs de Corse)**

regroupe les différentes familles oléicoles (mouliniers, producteurs individuels, producteurs adhérents d'une structure collective). Géographiquement, l'ensemble de la Corse est représenté. Le SIDOC fonctionne efficacement par la cohésion du groupe des administrateurs : 15 personnes qui donnent de leur temps et se retrouvent volontiers pour travailler ensemble à l'avenir de l'oléiculture. De fait, l'ensemble des oléiculteurs de Corse adhérant au SIDOC, sa légitimité n'est pas contestée et la profession est unie. Le SIDOC est l'interlocuteur des pouvoirs publics au niveau régional (CTC, ODARC, DRAF, DDA, Chambres d'Agriculture...).

Pendant quelques années la cotisation d'adhésion a été prélevée lors de la trituration des olives au moulin. Depuis 2004, l'AFIDOL reconnaît au SIDOC la qualité de Comité Régional, elle apporte une aide importante au prélèvement de cette cotisation et procède à une rétrocession d'une partie de sa cotisation propre.

**L'AFIDOL (Association Française Interprofessionnelle De l'Olive) :**

Interprofession nationale elle regroupe l'ensemble des familles oléicoles (en plus de celles présentes au SIDOC, sont également membres : les syndicats AOC, les pépiniéristes, les grands huiliers...). L'AFIDOL est l'interlocuteur direct des pouvoirs publics au niveau national. Elle effectue les missions de défense, de veille, réalise des actions techniques, de communication... Elle prélève, par voie d'extension de l'accord interprofessionnel (arrêté ministériel annuel) une cotisation de 0,14 €/Kg d'huile produit.

L'AFIDOL compte une vingtaine de salariés dont une personne présente en Corse depuis 1989.

**Le Syndicat AOC Oliu di Corsica :** le syndicat de défense de l'AOC est créé au cours de la demande de reconnaissance en AOC. Il compte aujourd'hui 110 adhérents producteurs d'huile sous appellation. Il remplit le rôle d'organisme agréé, c'est à dire qu'il agit, sous le contrôle et en collaboration avec l'INAO (Institut National des Appellations d'Origine), à la mise en œuvre de l'AOC (prélèvements, agréments, diffusion de l'information sur les conditions de production...).

Il réalise également des opérations de communication et travaille à une bonne mise en marché de l'huile d'olive sous AOC.

Il intervient auprès des pouvoirs publics pour toutes les questions qui touchent à l'appellation.

**Les Chambres d'agriculture de Haute-Corse et de Corse-du-Sud** apportent leur soutien technique dans la démarche AOC et dans les différentes opérations de valorisation de l'olivieraie particulièrement dans le cadre de la rénovation.

## **Les opérations de modernisation et de rénovation**

Elles intéressent l'ensemble des exploitants agricoles et les propriétaires récoltants qui interviennent dans l'entretien du patrimoine régional et participe à la production avec cependant des taux d'intervention différents et des superficies plafonnées.

Ces opérations se conduisent conformément au guide des aides de la filière oléicole.

Elles concernent les plantations, les reconversions, les rénovations, l'équipement matériel de récolte (filets, vibreurs, peignes...) et de transport de la récolte, les matériels de traitements phytosanitaires, de taille, d'entretien des sols ainsi que le matériel informatique et les logiciels de gestion de l'exploitation.

En ce qui concerne la transformation, les actions portent sur la modernisation des moulins existants et sous certaines conditions la création de moulins individuels.

Pour le stockage de l'huile, les équipements au niveau des exploitations sont éligibles de même que les moulins de cuverie inox. Il est également pris en charge pour les exploitations et moulins dont la production est supérieure à 2 000 litres, l'acquisition de matériel d'embouteillage.

### **III) Les objectifs du plan de relance**

La valorisation économique de la production est l'enjeu principal qui conditionne la pérennité des exploitations et les possibilités de croissance de l'activité oléicole en Corse.

Cette meilleure valorisation doit pouvoir s'obtenir par :

- **La création d'une filière Olive de Table qui permettrait non seulement une valorisation supplémentaire d'une partie de la production mais également de donner une réponse aux vergers de Picholine qui sont promis à une reconversion difficile pour rester dans l'AOC « Huile d'Olive de Corse - Oliu di Corsica »,**
- **une structuration de l'offre par la mise en place d'une structure collective de mise en marché. L'objectif est de permettre l'ouverture de nouveaux débouchés hors de Corse, le dégorgement du marché local, la facilitation du travail du producteur délivré des tâches de commercialisation et d'occasionner un effet de revalorisation des prix et donc du revenu des exploitants.**
- **une promotion de l'AOC « Huile d'Olive de Corse - Oliu di Corsica » au niveau insulaire et hors Corse afin de renforcer la notoriété du produit et de conforter son positionnement au niveau commercial.**

***L'objectif recherché est de gagner une pérennité économique pour les activités oléicoles et permettre ainsi la poursuite des opérations de rénovation des oliveraies existantes (entre 3 000 et 5 000 hectares demandent encore à être rénovés).***

## **Références réglementaires**

(CE) N° 1257/1999 du Conseil du 17 mai 1999 concernant le soutien au développement rural par le FEOGA

(CE) N° 2223/04 du Conseil du 22 décembre 2004 modifiant le règlement CE N° 1257/1999

(CE) N° 1/2004 de la Commission du 23 décembre 2004 concernant l'application des articles 87 et 88 du traité aux aides d'Etat accordées aux petites et moyennes entreprises actives dans la production, la transformation et la commercialisation des produits agricoles

(CE) N° 865/2004 du Conseil du 29 avril 2004 portant organisation commune des marchés dans le secteur de l'huile d'olive et des olives de table et modifiant le règlement (CEE) N° 827/68.

## **IV) Création d'une filière Olive de Table**

### **A) Contexte et objectif général :**

La Corse ne présente pas une grande tradition de production d'olive de table. Il n'y a pas de recette locale établie, reconnue sur une grande zone géographique, il n'y a pas de tradition d'une production importante, d'une commercialisation. Aucune renommée n'existe aujourd'hui pour ce produit.

La production d'olive de bouche existait bien pourtant, mais elle était occasionnelle et réservée à la consommation familiale. L'olivier a toujours été l'arbre à huile.

Cette situation a connu une contradiction puisque dans les années 1970, suite à la plantation massive de vergers de Picholine en Corse une SICA avait vu le jour. Implantée à Casamozza elle a fonctionné quelques années puis s'est arrêtée suite à un incendie dont elle ne s'est pas relevée. Le contexte économique du secteur de l'olive de table à l'époque, la concurrence avec les autres pays méditerranéens et le positionnement sur la consommation de masse ne présentaient pas d'attrait économique pour les producteurs.

La Picholine de Corse, pourtant réputée pour sa qualité (calibre des fruits, fermeté de la chair...) n'aura donc vécu que quelques campagnes. Les 600 hectares initialement plantés ont connu plusieurs décennies d'abandon et quelques arrachages.

Aujourd'hui, près de 300 hectares d'oliviers, essentiellement plantés de Picholine existent encore, ont fait l'objet d'une reprise technique. Ils sont de nouveau en production. Exploités uniquement pour l'huile, ces vergers sont la source d'une grande inquiétude pour les professionnels qui seront dans l'obligation de procéder à des reconversions pour rester dans le cadre de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). Concrètement cela signifiera souvent pour ces vergers des arrachages/replantations, des surgreffages, coûteux et difficiles à entreprendre pour les producteurs.

Dans le même temps, la Corse vit une situation aberrante : la production d'olive de table considérée comme la première source de revenu pour bon nombre de producteurs provençaux est inexistante.

L'amélioration du chiffre d'affaire engendrée par la mise en place d'une activité de production d'olive de table peut atteindre facilement le doublement : valorisée aux alentours de 1 euro/Kg en huile, les confiseurs achètent la Picholine en vrac, aux producteurs provençaux entre 2 et 2,5 euros/Kg. Le prix de vente en vrac, une fois transformée varie, en fonction du calibre de 7 à 8 euros/Kg. Le prix de vente au détail (bocaux ou sachets de divers conditionnement) est supérieur à 10 euros/Kg.

Cette meilleure valorisation du produit impose en contre partie une meilleure technicité sur les vergers (irrigation, taille, fertilisation) et des coûts de récolte supérieurs (récolte manuelle en général).

Le verger de Picholine, ainsi qu'une part conséquente des nouveaux vergers de moins de 10 ans sont implantés dans la région de Balagne. La Société Coopérative de Balagne est prête à porter le projet de création d'une conserverie. Les producteurs qui apporteront des olives à la confiserie seront des coopérateurs ou des non coopérateurs et viendront de Balagne, comme de la plaine orientale ou du reste de la Corse.

L'activité de conserverie sera une activité régionale. Ce rôle de porteur de projet demandera à la Coopérative de Balagne de réfléchir à l'évolution statutaire à réaliser : soit changer les statuts actuels, soit créer une autre structure juridique. En plus d'être géographiquement bien placée, la coopérative dispose d'un circuit commercial existant pour l'huile d'olive et d'un bâtiment à mettre à disposition. L'activité économique de la coopérative oléicole permettra également des montages financiers et bancaires facilités.

Cependant, afin de soutenir le développement de cette nouvelle filière, un certain nombre d'actions doivent être menées tant au niveau de sa mise en place qu'au niveau de la production et de la commercialisation du produit.

## **B) Actions à conduire**

### **Action 1 « Olive de table » : Transfert de connaissances**

#### **Objectif :**

Il s'agira principalement de transférer, vers les producteurs de Corse, les savoir faire et méthodes de travail des confiseurs continentaux.

En Provence des confiseries existent depuis longtemps, elles ont une sérieuse pratique de la transformation des olives.

Le Syndicat Interprofessionnel des Oléiculteurs de Corse a tissé de bonnes relations avec ces professionnels qui sont prêts à accompagner la filière oléicole de Corse dans ses projets de confiserie.

Le SIDOC a adhéré, bien que ne produisant pas encore d'olive de table, à la Fédération Olive de Table Française (FOF).

En plus d'une acquisition préalable de connaissances, qui seront en particulier utilisées pour la conception de la conserverie à créer, pour le choix du matériel, l'implantation du matériel, les méthodes de fonctionnement, les professionnels de Corse doivent bénéficier de l'appui d'un « tuteur » pour la première année de production (2008).

Par des contacts directs avec les confiseurs provençaux, les producteurs corses obtiendront également des contacts commerciaux et des informations sur la tendance et les évolutions récentes du marché.

#### **Méthode :**

**En 2006** : déplacement d'une délégation d'oléiculteurs vers les principaux sites de transformation de l'olive en France (CRAVENCO à Raphèle les Arles, Coopérative des Baux de Provence, Confiserie PEREZ à Nîmes, l'OULIBO dans l'Hérault...)

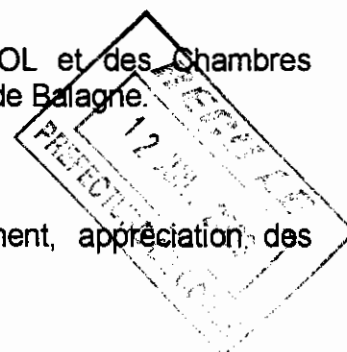
**En 2007 et 2008** : Par l'établissement d'un partenariat avec une ou deux confiseries, les responsables techniques de ces unités effectueront une expertise du projet et auront un rôle de formation et de tuteur pour la première année de fonctionnement de la confiserie. Il s'agit de bénéficier des compétences de personnes reconnues dans le milieu et qui ont une expérience incontestable dans le domaine, très pointue, de la confiserie d'olive.

#### **Moyen :**

Participation des producteurs, des techniciens de l'AFIDOL et des Chambres d'Agriculture de Corse et de la Société Coopérative Oléicole de Balagne.

#### **Résultats attendus :**

Transfert de technologie et de méthode de fonctionnement, appréciation des attentes du marché.



## Coût :

	2006			2007			2008		
	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement
Voyage d'étude confiseries provençales	6 000	4 800	1 200						
Expertise/formation / Tuteuring				6 000	4 800	1 200	6 000	4 800	1 200



## **Action 2 Olive de Table : Essai commercial grandeur réelle**

### **Objectif :**

Dès la récolte 2006/2007 les professionnels impliqués dans le projet de création d'une filière Olive de Table commenceront à avoir une partie de leurs récoltes transformable en olives de bouche.

Il s'agira de ne pas perdre les premières années du programme et de procéder, le plus rapidement possible, à la première commercialisation de l'olive de Corse.

Cette première commercialisation constituera un test commercial vraie grandeur, une approche réelle du marché et sera de nature à convaincre d'autres producteurs d'adhérer au projet.

### **Méthode :**

Concrètement, la structure de transformation ne sera pas encore en état de fonctionner durant les récoltes 2006 et 2007. Il faudra convenir d'une prestation de service à établir avec des confiseurs provençaux.

La coopérative oléicole de Balagne portera le projet de confiserie et procédera à l'achat, en 2006 et 2007, de 2 Tonnes (au minimum) de Picholine.

Les olives seront transformées, en prestation de service, dans une confiserie provençale (CRAVENCO à Raphéles). La coopérative oléicole de Balagne reprendra les olives conditionnées en pots de 200 grammes (10 000 pots) et en assurera la commercialisation en Corse (au prix-test de 2,5 € à 3 €/pot).

### **Moyen :**

Mobilisation des producteurs, du Syndicat Interprofessionnel Des Oléiculteurs de Corse (SIDOC), de la Société Coopérative Oléicole de Balagne.

Prestation de service avec une confiserie provençale et achat d'olives aux producteurs

### **Résultat attendu :**

Première concrétisation commerciale et accroche sur le marché local,  
Amplification de la dynamique professionnelle autour du projet.  
Evaluation des contraintes et des opportunités

### **Coût :**

Préparation des olives, recette « à la picholine » : 1 €/Kg  
Mise en bocal de 200g (0,8 €/bocal) : 4 €/Kg  
Etiquette (0,15€/pot) + carton emballage (0,1€/pot) : 1 €/Kg

Transport A/R (Aller : 2 Tonnes d'olives, Retour : 10 palettes de 1 000 pots/chacune) : 1,8 €/Kg

2006			2007		
Coût Total	Subvention 60 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 60 %	Auto financement

### **Action 3 Olive de Table : Communication et lancement commercial**

#### **Objectif :**

Il s'agira de faire connaître l'Olive de Table de Corse et de trouver un débouché commercial intéressant à ce nouveau produit.

Création d'une identité à faire connaître au consommateur.

Effet de gamme recherché, au moins sur le marché local, avec l'huile d'olive AOC « Huile d'Olive de Corse - Oliu di Corsica »

#### **Méthode :**

Elaboration d'un plan de communication, détermination des messages et des cibles sur le moyen terme.

L'origine géographique des olives fera partie de la communication, l'image de la Corse (été, mer soleil, nature, qualité environnementale) sera utilisée.

L'olive de Table apparaîtra comme un produit d'ouverture de gamme qui accompagne l'huile d'Olive de Corse AOC.

Sollicitation d'une Agence spécialisée pour un travail pointu (nom de marque, slogan...)

Le Syndicat des Oléiculteurs, la Coopérative de Balagne, assistés des organismes de soutien participeront à un repérage des acheteurs potentiels. Un choix sera fait sur les plus pertinents.

Des participations à des salons et foires ciblés seront réalisées ainsi que des business meeting (rencontre hors salon et foire, après contacts téléphoniques préalables et potentialités de travailler ensemble vérifiées).

#### **Moyens :**

Implication des professionnels et techniciens.

Partenariat avec les confiseries provençales.

Prestations de service auprès d'une agence de communication

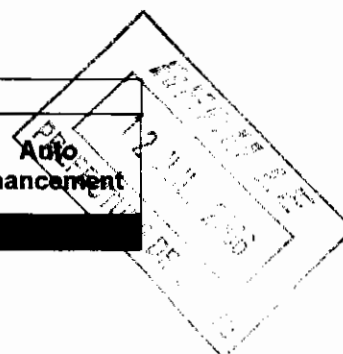
#### **Résultats attendus :**

Notoriété du produit, création d'une image

Accords commerciaux

#### **Coût :**

2007			2008		
Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement



### **Action 4 Olive de Table : Formation et incitation à la conduite de verger « olive de table »**

#### **Objectif :**

Il s'agira de réunir les producteurs sur le projet de création d'une confiserie en Corse, de leur exposer les atouts de ce projet et les contraintes techniques qui en découleront.

Il faudra également s'assurer de la bonne information technique et du suivi des préconisations de base (irrigation, suivi phytosanitaire, fertilisation, taille, récolte).

#### **Méthode :**

Des réunions d'informations seront conduites par le SIDOC et la Coopérative de Balagne.

Une incitation financière sera proposée aux producteurs pour couvrir en partie les surcoûts techniques générés par la nouvelle finalité à donner aux vergers.

Une collaboration sera établie avec les services de l'AFIDOL de l'Hérault qui sont spécialisés dans la production d'olives de table.

#### **Moyens :**

Implication du Syndicat de producteurs et de la Coopérative Oléicole de Balagne.

Un programme de transfert de technologie sera établi portant notamment sur la fertilisation, la taille, le suivi phytosanitaire, et la récolte.

Incitation à la mise en œuvre des préconisations de bonne conduite du verger.

Suivi et contrôle réalisés par l'animateur du plan de relance.

#### **Résultats attendus :**

Animation du projet et formation réalisée  
Adhésion des producteurs et Suivi technique des vergers

#### **Coût :**

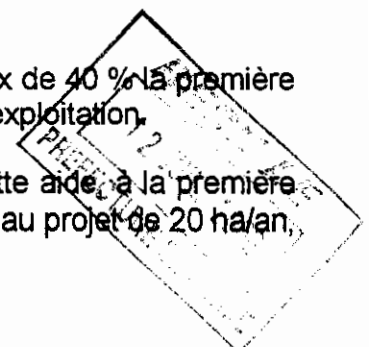
Le surcoût concernant la taille est de l'ordre de 600 euros/ha

Le surcoût lié à la récolte est de l'ordre de 1 200 euros/ha

Le surcoût lié à la pratique d'une irrigation mieux suivie et plus importante est de l'ordre de 200 euros/ha.

Au total 2 000 euros de surcoût seront pris en charge à un taux de 40 % la première année par le plan de relance, dans la limite de 4 hectares par exploitation.

L'incitation au producteur sera de 800 euros/ha en limitant cette aide, à la première année et à 4 hectares, l'objectif étant d'atteindre une adhésion au projet de 20 ha/an, soit 60 ha de vergers conduits sur la totalité du plan.



	2006			2007			2008		
	Coût Total	Subvention 40 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 40 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 40 %	Auto financement
Incitation 20ha/an	32 000	12 800	19 200	32 000	12 800	19 200	32 000	12 800	19 200
	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement
Formation	4 000	3 200	800	4 000	3 200	800	4 000	3 200	800

## **Action 5 Olive de Table : Innovation Recette Olive de Table et packaging**

### **Objectif :**

La Corse ne bénéficie pas de tradition de fabrication d'olive de table, elle est donc libre d'innover.

Le produit devra être accessible aux types d'olives de corse et en harmonie avec les valeurs portées par l'olivier et par la Corse.

Il s'agira d'établir des recettes et un packaging qui rendent le produit Olive de Table de Corse remarquable, identifiable facilement et indispensable pour compléter une gamme oléicole.

### **Méthode :**

La recherche de nouvelles recettes sera confiée à des laboratoires spécialisés. Les choix des ingrédients, principes et objectifs seront définis par les producteurs et devront être bien utilisables pour la communication sur le produit et sur la Corse.

Une agence spécialisée travaillera sur le packaging.

### **Moyen :**

Implication des producteurs, du syndicat, de la coopérative de Balagne et des techniciens oléicoles.

Etude/Expérimentation en laboratoires

Essai vraie grandeur en confiserie

Prestation de service agence spécialisée pour la conception du packaging.

Protection de la recette (brevet si besoin)

### **Résultats attendus :**

Recette de fabrication et packaging originaux et en harmonie avec le positionnement du produit

### **Coût :**

2007			2008		
Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement

## **V) Huile d'olive : Structuration de l'offre, Mise en marché collective**

### **A) Contexte et objectif général**

Depuis novembre 2004 la production d'huile d'olive de Corse bénéficie d'une AOC « Huile d'Olive de Corse - Oliu di Corsica ».

Les volumes de production sont en augmentation régulière. Cette augmentation était attendue, elle fait suite aux travaux de plantation et de rénovation conduits par la profession, en particulier dans le cadre de soutien financier public. Elle doit aboutir au doublement de la production actuelle dans un délai de 4 ans.

La situation économique est contrastée :

- d'une part l'huile d'olive est un produit qui a le vent en poupe, ceci est particulièrement vrai pour les huiles bénéficiant d'un signe officiel de reconnaissance

- d'autre part, la zone de commercialisation de l'huile d'olive de Corse a du mal à dépasser les limites de l'île alors qu'une surproduction régionale est attendue. Le prix n'a pas connu d'augmentation notable lors de la reconnaissance en AOC. L'huile d'olive de Corse reste la moins chère des huiles d'olive françaises (avec ou sans AOC) alors même que la filière Olive de Table n'existe pas et ne génère donc pas la part de revenu nécessaire et qui contribue à la bonne santé de l'oléiculture provençale.

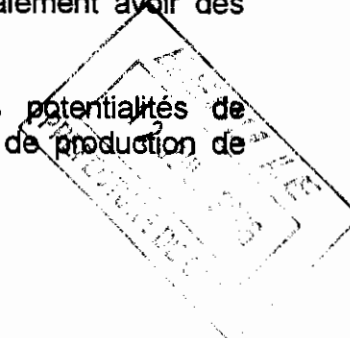
Par la création d'une structure de regroupement de l'offre d'huile d'olive, la filière oléicole aura la capacité de répondre à des marchés extérieurs. Une organisation collective disposera d'un pouvoir de négociation plus important pour arriver à une rémunération correcte du produit.

Elle sera à même de s'affranchir de la trop grande saisonnalité du marché local. Trop sujet aux fluctuations liées à la qualité de la saison touristique, le marché local reste très saisonnier et variable, en volume, d'une année sur l'autre.

Les volumes d'huile réunis permettront également de limiter les phénomènes de soudure et les ruptures de stocks, à éviter absolument sur les marchés hors de Corse, plus concurrentiels et plus difficiles à conserver.

La structuration de l'offre apparaît comme une nécessité pour préparer l'augmentation des volumes produits et proposer aux oléiculteurs une valorisation correcte, capable de pérenniser la filière. C'est également le moyen de faire naître plus de vocations oléicoles parmi les jeunes agriculteurs, poursuivre la rénovation des oliveraies anciennes, planter de nouveaux vergers et globalement avoir des ambitions pour l'avenir.

Afin d'avoir une vision réaliste du produit et de ses potentialités de valorisation, une action visant à définir précisément les coûts de production de l'Huile d'Olive de Corse sera également menée.



L'objectif est de faire prendre conscience aux producteurs de la justification d'une augmentation des prix de commercialisation compte tenu des coûts de production inhérents à la production.

## **B) Actions à conduire**

### **Action 1 Huile d'Olive : Création d'une structure collective de mise en marché**

#### **Objectif :**

La commercialisation de l'huile d'olive sous AOC reste confinée au marché régional. Une structure collective de mise en marché est nécessaire pour élargir la zone d'achalandage et proposer une valorisation meilleure aux producteurs.

Par ailleurs un certain nombre d'oléiculteurs non professionnels, se trouvent lors des bonnes campagnes avec des quantités d'huile importantes de l'ordre de plusieurs milliers de litres. Leur revenu ne dépendant pas de cette production, les prix pratiqués étant souvent bas, l'effet d'aubaine est suffisant à la satisfaction de ces metteurs en marché.

Enfin, certains producteurs ne souhaitent pas assumer la mise en marché de leur production, ou d'une partie de leur production et souhaitent pouvoir disposer d'une organisation qui remplirait ce rôle.

#### **Méthode :**

Création d'une structure collective de mise en marché. La structure doit être conduite par un groupe de producteurs uni, capable d'assumer les opérations de choix des huiles, de dégustation, de fixation du prix, d'assemblage et de recherche de débouchés commerciaux.

#### **Moyens :**

Une étude sur le choix de la forme juridique à adopter sera réalisée en 2006, par la FRCA.

Cette étude comptera trois phases :

- une élaboration des attentes techniques et économiques des fondateurs,
- une analyse comparative des différentes formes juridiques et sa présentation au syndicat
- la rédaction des statuts, règlement intérieur, puis réunion de l'assemblée constitutive et formalité de dépôt et d'enregistrement de la création.

2007 et 2008 seront des années de fonctionnement de la structure. Concrètement les infrastructures propres ne seront pas en place, les huiles seront stockées, assemblées, conditionnées dans les cuves et locaux mis à disposition par la Coopérative de Balagne et le moulin de Prunete par exemple.

Les huiles achetées seront exclusivement des huiles ayant obtenu l'agrément AOC. L'huile proposée au consommateur sera une huile générique AOC présentée dans la



bouteille dont le syndicat AOC est propriétaire. La commercialisation se fera exclusivement hors de Corse, au moins dans un premier temps.

Pour des raisons de régularité de l'activité, les producteurs auront la possibilité de conclure des engagements d'apports sur 2 ans minimum. Ils seront assortis d'une traçabilité complète et permettront à la structure de commercialisation de pouvoir compter sur des volumes garantis à commercialiser, même en année de faible production.

L'alternance est très marquée pour les oliveraies anciennes, c'est pour cette raison que les incitations aux engagements d'apports sont proposées sur un pas de temps de deux ans de manière à ne surtout pas exclure les oliviers anciens de cette démarche.

### Résultats attendus :

Création juridique et lancement de la structure

Adhésion d'apporteurs permanents (engagement d'apport d'un total de 30 Tonnes sur deux ans).

Activité et pérennisation de la structure

### Coût :

Incitation pour les producteurs à des apports réguliers (engagement d'apporter au minimum 2 Tonnes d'huile sur deux ans) 1500 euros/Tonne de produit promis dans la limite de 2 Tonnes/exploitant/an ou par structure/an. Cette incitation couvre une partie des frais de traçabilité réalisée par les producteurs.

La structure percevra une incitation équivalente couvrant une partie des frais de traçabilité, de stockage, d'assemblage et de conditionnement, rendus plus difficiles les premières années du fait de non existence de locaux et matériel adéquats.

	2006			2007			2008		
	Coût Total	Subv 100 %	Auto financement	Coût Total	Subv 80 %	Auto financement	Coût Total	Subv 80 %	Auto financement
Etude	6 840	6 840	0		0	0		0	0
incitation producteurs - 15 Tonnes d'engagement annuel		0	0	22 500	18 000	4 500	22 500	18 000	4 500
aide à la structure, traitement des premiers engagements d'apports		0	0	22 500	18 000	4 500	22 500	18 000	4 500

## **Action 2 Huile d'Olive : incitation à la constitution de références économiques**

### **Objectif :**

La production d'huile d'olive est une activité agricole qui présente une grande diversité (monoculture de l'exploitation, oliviers anciens qui alternent, jeunes plantations qui entrent en production, récolte manuelle, mécanique....).

Il est difficile pour les producteurs d'avoir une idée précise du coût de production d'un litre d'huile sur leurs exploitations et en conséquence, les prix de vente sont mal construits.

L'établissement d'un coût réel de production de l'huile d'olive en Corse permettra une commercialisation à un prix plus justifié, vraisemblablement plus haut, qui prenne en compte les frais réels et les incertitudes liées aux variations annuelles de production.

### **Méthode :**

Une vingtaine d'exploitations représentant la diversité oléicole de Corse (Oliveraie ancienne, verger « moderne » adulte, jeunes plantations) seront sélectionnées par le Conseil d'Administration du SIDOC.

Ces exploitations s'engagent sur deux ans à se soumettre, au quotidien, à l'enregistrement précis des informations nécessaires à la connaissance complète de l'activité de l'exploitation (temps passés, comptabilité, entraide ....).

### **Moyens :**

Implication des professionnels

Suivi réalisé par les animateurs du plan de relance (plusieurs passages dans l'année pour relever les informations et s'assurer du renseignement exhaustif et correct des informations à traiter).

### **Résultats attendus :**

Etablissement des coûts de production sur les différents types de vergers

Meilleur conseil aux projets d'installation de JA, de plantation, de rénovation

Comparaison avec les coûts de production provençaux

Information des producteurs insulaires : évolution du prix de l'huile d'olive de Corse, meilleure valorisation du produit.

### **Coût**

Il s'agira de prendre en compte une partie du temps consacré à l'enregistrement précis des données : enregistrement des temps passés, des temps d'utilisation du matériel, de l'activité économique de l'exploitation...

Les producteurs passeront 100 heures/an à l'enregistrement des données. Ce temps de travail représente un coût de 1 500 euros/exploitation/an.

Participation à deux journées annuelles d'explication des informations saisies et de comparaison à l'analyse de groupe qui sera réalisée : 250 euros/exploitation/an.

Complexification de la tenue de comptabilité (de type analytique) : 40 heures : 600 euros/exploitation/an

Complexification de la tenue d'une traçabilité complète sur l'exploitation : 40 heures : 600 euros/exploitation/an

Au total, le coût par exploitation et par an sera de 2 950 euros, pris en charge à 80%.

20 exploitations seront suivies pendant deux ans, et recevront donc une incitation de 2 360 euros/an.

2007			2008		
Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement

## **VI) Communication et Promotion**

### **A) Contexte et objectif général**

Les programmes de plantation et de rénovation commencent à apporter leur fruit. La production augmente et ce phénomène devrait aller en s'amplifiant.

De plus, l'obtention de l'AOC n'a pas permis à aujourd'hui une valorisation de l'huile d'olive de Corse, le produit se vendant toujours à un prix inférieur à celui pratiqué par les autres bassins de production.

La mise en marché apparaît donc comme un élément clé du développement et de la pérennité de la filière. En effet, les quantités vendues et le niveau de valorisation conditionnent directement la compétitivité des structures et le niveau de revenu des exploitants.

Face à ce constat, il est impératif de mettre en place une stratégie de commercialisation performante et adaptée, basée sur les aspects marketing, de promotion et d'image.

Cette stratégie doit intégrer deux points cruciaux :

- ***Positionner le produit*** : l'image que véhicule l'Huile d'olive de Corse en terme d'authenticité et d'originalité doit devenir un atout commercial
- ***Accroître la zone de commercialisation*** : la prospection de nouveaux marchés peut s'avérer être l'opportunité d'augmenter la marge de progression du produit, aussi bien en terme de quantité qu'en terme de prix.

Afin de développer les débouchés commerciaux, il s'agit donc de mettre en place des actions visant non seulement à conforter le marché local en renforçant la notoriété et la mise en avant du produit mais également à conquérir des marchés extérieurs.

### **B) Actions à conduire**

#### **Action 1 : Création d'une image de marque « huile d'olive de Corse » et Communication**

##### **Objectif :**

Augmenter la notoriété du produit, en Corse et hors de Corse.  
 Créer une identité que le consommateur reconnaisse et s'approprie.  
 Affirmer un positionnement haut de gamme.  
 Se différencier des concurrents continentaux, étrangers, des imitations.  
 Fidéliser une clientèle.  
 Améliorer la connaissance du produit

**Objectifs Corse**

- *établir un partenariat avec la distribution locale et renforcer la notoriété du produit*

**Objectifs hors Corse**

- *augmenter la notoriété et la visibilité du produit*

Cette action concerne les huiles de domaine commercialisées directement par les producteurs, les huiles proposées par les structures collectives (moulin, SARL A SABINA di Balagna, Coopérative), ainsi que l'huile proposée par la structure collective de mise en marché.

**Méthode :**

Elaboration d'un plan de communication pour le moyen terme (les objectifs, les cibles, les messages, les relations média, journées presse, en Corse, sur PARIS et région PACA par exemple...)

Création d'une identité « Huile d'Olive de Corse » : détermination des éléments fondateurs de l'identité de l'huile d'olive de Corse, définir les messages forts qui devront être déclinés dans un plan de communication.

Mise en oeuvre du plan de communication

**Actions menées spécifiquement en Corse :**

- Kits pédagogiques pour les consommateurs et les distributeurs,
- mise à disposition d'une charte graphique
- Balisage des linéaires

**Moyens :**

Agence spécialisée

Mobilisation des animateurs, plan de relance, des professionnels et des techniciens

**Résultats attendus :**

Permanence de la communication

Renforcement de l'efficacité des actions de communication

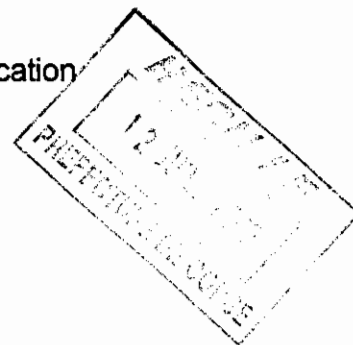
Création d'une identité visuelle

Augmentation de la notoriété (locale et hors de Corse)

Mise en œuvre d'une gamme de produits de communication

Etablissement de relations « média »

Impact dans la presse



**Coût :**

2007			2008		
Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement

## **Action 2 : Développement marketing et commercial pour l'huile d'olive AOC générique**

La structure collective de mise en marché proposera une huile d'olive générique AOC « Huile d'olive de Corse - Oliu di Corsica » résultant de l'assemblage des huiles collectées.

Les outils et axes de communication retenus dans l'action précédente seront utilisés pour le développement de la notoriété de ce produit.

### **Objectif :**

Présenter l'huile d'olive proposée par la structure collective de mise en marché.  
 Définir : le positionnement du produit, la création d'une gamme, d'un packaging...  
 Ciblage des circuits de distribution  
 Commercialisation du produit

### **Méthode :**

Définition des axes de communication, du packaging, des choix stratégiques commerciaux...  
 Participation à des événements commerciaux,  
 Organisation de business meeting : après repérage, contact téléphonique, envoi d'une documentation de présentation et d'échantillons : organisation d'une rencontre personnalisée hors événements de type foire/salon.  
 Organisation du déplacement en Corse des acheteurs potentiels

### **Moyen :**

Implication des producteurs et de l'équipe dirigeante de la structure  
 Implication des animateurs, plan de relance

### **Résultat attendu :**

Créer le produit, asseoir son positionnement  
 Obtenir des référencements et des accords commerciaux durables  
 Promouvoir le produit

### **Coût :**

2007			2008		
Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement	Coût Total	Subvention 80 %	Auto financement

## VII) SUIVI PLAN DE RELANCE

### Objectif :

Effectuer le suivi du plan de relance

### Méthode :

Embauche à 3/4 temps d'une personne

Un mi-temps sera consacré à la partie traitant de la filière olive de Table

Une ¼ temps sera consacré à la partie traitant de la structure régionale de mise en marché

### Moyens :

Dans un premier temps, la possibilité de prestation de services des deux Chambres d'agriculture sera étudiée. Une mise à disposition des techniciennes oléicoles permettrait au projet de disposer de personnes qualifiées et directement opérationnelles. Cette possibilité reste à étudier avec les Chambres d'Agriculture.

Si cette hypothèse devait ne pas aboutir, le SIDOC procéderait à une embauche.

Implication des professionnels pour la formation et l'encadrement de ou des animateur(s) embauché(s).

### Résultat attendu :

- Suivi des actions du plan de relance,
- Avancement des différentes actions, bilan d'étape,
- Instruction des dossiers, mise en paiement...

### Coût :

	2007			2008		
	Coût Total	Financement 80 %	Auto financement	Coût Total	Financement 80 %	Auto financement
½ Temps	18 800	15 040	3 760	18 800	15 040	3 760
¼ Temps	9 400	7 520	1 880	9 400	7 520	1 880



**VII) Tableau récapitulatif****BUDGET PLAN DE RELANCE FILIERE OLEICOLE**

<b>ACTIONS</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2006-2008</b>
Olive de Table Transfert de connaissances	4 800	4 800	4 800	14 400
Olive de Table Essai commercial	2400	16 320		18 720
Olive de table Communication		8 000	16 000	24 000
Olive de Table Formation et incitation	16 000	16 000	16 000	48 000
Olive de Table Recette et packaging		8 000	16 000	24 000
Huile d'olive Structuration de l'offre	6 840	36 000	36 000	78 840
Huile d'olive Références économiques		47 200	47 200	94 400
Communication Image de marque		22 400	28 000	50 400
Développement marketing et commercial		12 800	12 800	25 600
Suivi plan de relance		22 560	22 560	45 120