

« Les gens viennent pour voir le propriétaire, ils savent qu'il sera là, qu'il parlera avec eux. »
Photos T.F.

LÉOPOLD PAITIER
lpaitier@corsematin.com

A Sampolo comme à L'Inzecca, la genèse se partage. À l'origine, ces deux fermes-auberges ont vu le jour pour répondre à la construction du barrage de Sampolo, au cœur des années 80. Une multitude d'entreprises déployant des centaines d'employés.

« On était la cantine du barrage, on avait une seule formule pour tout le midi », raconte Toussaint Fazi de l'auberge « U Sampolu ». « À l'époque, tout le monde cherchait des endroits pour manger. Les ouvriers, les cadres, les géomètres... On était plusieurs sur le créneau. » Antoine Ottavi, propriétaire de l'auberge de L'Inzecca, se souvient pareillement : « J'ai ouvert, c'était pour les ouvriers du barrage. Je ne pensais pas tenir 39 ans », plaisante-t-il.

Plus qu'une poignée de salariés

Aujourd'hui, le barrage n'emploie plus qu'une poignée de salariés, avec comme seule entreprise EDF. La « cantine » d'antan ne décrit plus ces deux maisons. « Désormais, on a les locaux, habitants de Ghisoni, de Ghisonaccia... », explique Toussaint Fazi. Une base solide : « L'Inzecca est ouverte toute l'année, et ça marche », affirme Antoine Ottavi.

Mais depuis quelques années, ces commerces perchés en haut du défilé de l'Inzecca, un bijou aussi naturel qu'escarpé, voient de nouveaux voyageurs : les touristes.

« Je vois beaucoup de vélos grâce au GT20. On a aussi les randonneurs, et des gens qui montent en montagne l'été pour fuir la chaleur », note Toussaint Fazi. Pour lui, le déclin s'est fait dans les années 2010 : « Le Tour de France en Corse, ça a donné un coup d'appui énorme. C'était visionné dans je ne sais pas combien de pays différents, et forcément ça a donné envie aux gens. » Antoine Ottavi confirme : « Les gens cherchent plus la montagne que la mer maintenant. Avant, en septembre, on ne faisait plus rien. Aujourd'hui, septembre, c'est comme un mois de juillet. »



Les fermes-auberges profitent d'un tourisme inattendu

Implantées de longue date, les fermes-auberges surfent désormais sur un tourisme de montagne auquel elles ne s'attendaient pas. Un souffle positif pour les éleveurs pour qui dépense d'énergie rime avec rassasiement.

Un tourisme de montagne qui prolonge la saison et diversifie les profils : couples, retraités, groupes d'amis, vacanciers fidèles. « Les clients, je les veux contents. Ils repartent rassasiés, sinon rien. »

Diversifier pour tenir

Si l'auberge de L'Inzecca reste ouverte 2 jours dans la semaine en hiver, il reste difficile de faire vivre l'établissement au rythme estival.

À cela s'ajoute une saison qui peine à démarrer : « Le gros, c'est du 15 juillet au 25 août », pointe Toussaint Fazi. Pour amortir, les idées s'accumulent : « Mariages, baptêmes, communions, anniversaires... c'est ça qui nous a sauvés au mois de juin cette année », affirme ce dernier qui n'est ouvert que l'été.

Hors saison, place à

« Avant, en septembre, on ne faisait plus rien. Aujourd'hui, septembre, c'est comme un mois de juillet »

la production : vente de viande en grandes surfaces locales, projets de vente directe avec ateliers agréés, culture de légumes et récolte d'agrumes. « On fixe nos prix, mais on se bat toute l'année », partage les deux éleveurs-restaurateurs. Car c'est aussi la force d'être en Plaine orientale : « Peut-être qu'à Porto-Vecchio, on ne ferait pas les mêmes prix ni les mêmes produits. Ce n'est pas la même clientèle. »

Diversifier, c'est donc la clé pour ces fermes-auberges qui doivent optimiser un travail de longue haleine. Car en parallèle, les habitudes de dépenses changent, aussi : « Avant, en deux semaines de vacances, les clients venaient trois fois. Maintenant, c'est une ou deux. Ils privilégient les activités comme le canyoning ou les balades à cheval »,

observe Toussaint Fazi.

Pour autant, Antoine Ottavi rappelle la force de ces fermes-auberges : « Moi, ils mangent à volonté. Les clients se déplacent loin, il faut qu'ils soient bien reçus et bien nourris, suffisamment. » Dans tous ces établissements, l'accueil et la quantité restent une stratégie plus forte que n'importe quelle publicité. « Les gens viennent pour voir le propriétaire, ils savent qu'il sera là, qu'il parlera avec eux. »

Une activité entre expansion, fragilité et passion

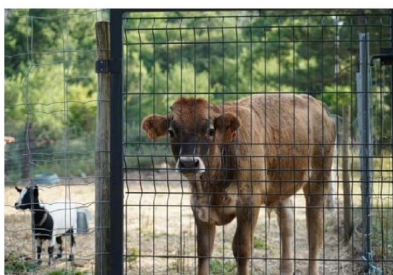
Même si ces commerces sont devenus aujourd'hui de véritables alternatives aux restaurants traditionnels, la réussite n'est pas garantie. À Aghione, la ferme-auberge A Vechja

scola installée depuis 10 ans, a fermé ce week-end et ne rouvrira pas de la saison : « Pas assez de clients, pas assez de bras. » La crise du pouvoir d'achat, la concurrence des loisirs et la saisonnalité sont tant d'obstacles aujourd'hui.

Pour lui, le moteur était ses étals de marché : « Les gens qui consommaient chez nous, au marché, n'arrêtaient pas de nous demander des plats cuisinés, alors on avait eu cette idée. Mais aujourd'hui, les gens restent cloisonnés dans les campings. » Pourtant, ces établissements n'ont pas besoin d'asseoir des centaines de clients : « Dix personnes, ça nous suffisait pour être rentable avec nos marges », assure Jacques Mariani, propriétaire de cette ferme-auberge.

Car comme l'explique Toussaint Fazi : « Oui, c'est rentable si on possède déjà la ferme, car ce sont nos produits, on fixe nos prix. Mais la rentabilité, elle se paye à l'énergie, on travaille énormément étant donné que c'est, encore une fois, nos produits. » « Avant la ferme-auberge, on est d'abord éleveur », rajoute Jacques Mariani.

Ces commerces de proximité n'échappent donc pas à une tendance nationale. Pour autant, ils bénéficient d'une réputation solide dans la microrégion, qui leur permet encore de trouver une place dans le portefeuille des habitants comme des visiteurs. Avec un ingrédient immuable : la passion... et surtout une assiette plus que fournie.



« Avant la ferme-auberge, on est d'abord éleveur. »



À quelques mètres de l'auberge, une partie de la production offre une traçabilité assurée pour les clients.