

CHARLOTTE L. PALMERI
clarroche@corsematin.com

Elles ont le vent en poupe. Selon un rapport publié ce mois-ci par l'Agence de développement économique de la Corse (Adec), cent cinq entreprises de cosmétiques corses sont installées sur l'île. De la fabrication à la commercialisation de parfums, de soins pour la peau ou les cheveux, de produits de maquillage et d'hygiène, l'offre est aussi variée que la diversité des plantes endémiques. Comme ingrédients stars, on retrouve l'immortelle, le myrte, le romarin, le miel ou encore le lait de brebis. Un melting-pot de typologie de produits et d'ingrédients engageant ainsi différents acteurs - des entreprises, des boutiques en nom propre, des revendeurs, et des producteurs, autour d'une économie à la mécanique bien huilée.

« Beaucoup d'artisans se sont lancés »

« Je vends entre 50 et 80 marques dans mes boutiques, recense Tania Andréo, créatrice de Corsica Beauty, un e-shop ainsi que trois boutiques spécialisées dans la vente de cosmétiques corses situées à Calvi, Bonifacio et Ajaccio. Lorsque je me suis lancée, je ne ven-

Made in Corsica : le boom des entreprises de cosmétiques corses

Avec un nombre d'entreprises de cosmétiques insulaires qui ne cesse de progresser, l'industrie de la beauté corse semble plus que florissante, créant de véritables économies circulaires.



La boutique Corsica Beauty à Calvi revend exclusivement des cosmétiques produits en Corse. Corsica Beauty

dais que huit marques. »

L'experte en cosmétique et biochimiste de formation sélectionne ses marques selon une charte qualité qu'elle a elle-même élaborée. « Il y a eu un boom post-Covid pour la partie savonnerie, car beaucoup d'artisans se sont lancés dans ce métier. » Une réalité retranscrite par les chiffres du rapport de l'Adec : sur 105 établissements recensés, seules 27 unités avaient employé au moins un salarié sur l'année 2022. Lorsqu'on par-

« Je m'entoure de producteurs de la microrégion, comme pour le moût de raisin, qui vient de nos vignerons de Patrimonio »

court son site internet, on trouve des crèmes, des sérums, des huiles, des savons ou des thés... Le tout, estampillé « produit en Corse. »

Parmi les marques distribuées en boutique, la Savonnerie du Nebbiu - une entreprise familiale située dans le Cap - créa en 2006 des savons avec des fleurs incrustées. « On incruste diverses plantes comme de l'immortelle, mais aussi du myrte ou du moût de raisin », raconte Lucie Straforelli, dont la mère, Laetitia, a créé l'entreprise familiale pour prendre soin de ses proches de façon naturelle. À l'heure actuelle, la savonnerie vend 150 000 produits par an. « Je pars du principe que notre savoir-faire réside dans la fabrication d'un savon de A à Z, analyse-t-elle. Pour tout ce qui est des composants, je m'entoure de producteurs de la microrégion : le moût de raisin vient de nos vignerons de Patrimonio, l'huile essentielle d'immortelle de producteurs du Cap, et le

lait de brebis, des bergers qui élèvent leurs bêtes à moins d'un kilomètre de notre laboratoire. » Une économie à l'échelle ultra-locale se dessine alors : « On pourrait presque parler de troc, ce sont des accords intergénérationnels : les bergers élèvent leurs brebis sur notre terrain, et ils nous fournissent en lait. Nos produits sont même présents dans leurs chambres d'hôtes. »

Du côté de San Giuliano en Plaine orientale, l'entreprise à l'origine de la marque Réalia prend d'abord des allures d'exploitation agricole avec son champ d'oliviers. Louée pour ses vertus antioxydantes et anti-âge, ainsi que pour sa capacité à reproduire le film naturel de la peau, l'huile d'olive constitue l'élément central des soins que Muriel Crestey confectionne. « Nous sommes indépendants à 90 %, affirme cette dernière. Nous produisons nous-mêmes notre huile d'olive, sur deux ans, que l'on

conserve dans des cuves en inox. » Pour les autres composants qu'elle ne cultive pas, comme l'huile essentielle d'immortelle ou de romarin, cette dernière fait également appel aux producteurs de la région. « En revanche, pour l'huile essentielle d'orange par exemple, on récupère des fruits en écarts de calibrage chez nos producteurs, et les zestes qu'on a distillés, on ne les jette pas : on les met au sucre et on en fait des confitures ou des sirops qu'on vend ensuite dans notre boutique. » En plus, Réalia a investi un espace bien-être (comme Corsica Beauty), ainsi qu'un service de création pour les autres marques. « On crée des formules selon leur cahier des charges. » Parmi ceux qui ont fait appel à leur service, Noi - spécialisé dans les produits pour sportifs à base d'huiles essentielles - et Sora, dont les soins capillaires ont été récemment récompensés par les Victoires de la beauté.

PLACE AUX JEUNES !
TON COMPTE, TA CARTE, TON APP

BANQUE POPULAIRE MÉDITERRANÉE



J'EN PROFITE



Communication à caractère publicitaire et sans valeur contractuelle.

Banque Populaire Méditerranée - Siège Social : 457 Promenade des Anglais - 06200 Nice - Tél. : +33 (0)4 93 21 52 00* - Société anonyme coopérative de Banque Populaire à capital variable (art. L 512.2 et suivants du code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit) 058 801 481 RCS Nice - immatriculée auprès de l'ORIAS sous le numéro 07 005 322 - N° TVA intracommunautaire FR 61 058 801 481 - www.bpméd.fr - Succursale de Monaco : 3-8, boulevard des Moulins MC 98000 Monaco - RCI 00 5 0351 TVA : FR 04 000 53 529 - Tél. : +377 92 16 57 57* - www.banquepopulaire.mc. Entité du Groupe BPCE, représentée par BPCE S.A. (SIRET 493 455 042), titulaire de l'identifiant unique REP Emballages Managers et Papiers n° FR232581_01QHNC délivré par l'ADEME. Crédit photo : iStock - Réf. : 102226 - Création : Pôle Company *Appel non surtaxé, coût selon opérateur.

