



PACA



La Laine, un produit valorisable



Jusqu'au milieu du 19^{ème} siècle, la laine a été une source de revenus importants pour les éleveurs et notamment pour les éleveurs de Mérinos d'Arles. Puis peu à peu cette fibre naturelle a perdu de son intérêt au profit de la fibre synthétique. Les éleveurs ont alors réorienté leur choix de sélection et d'élevage vers la production de viande. Depuis une dizaine d'années cependant, la laine de Mérinos notamment, est de nouveau reconnue pour ses qualités. Une légère reprise de marché en gros est constatée (sauf année exceptionnelle comme en 2020) avec aucune possibilité

d'exportation vers la Chine où se font les processus industriels de transformation.

En parallèle de cette filière longue et industrielle, des éleveuses et éleveurs mènent des initiatives individuelles ou collectives pour la valorisation de ce produit de leur exploitation. Cette fiche propose un tour d'horizon de différentes initiatives, des motivations et des objectifs des éleveuses et éleveurs, des moyens, des problèmes rencontrés et des solutions mises en place.

LES INITIATIVES « LAINE »

Lors de cette enquête, plusieurs acteurs de terrain de la région ont été rencontrés et une personne référente dans le tri de laine.

- **Emilie et Emilien Bonnet**, éleveurs de 500 Mérinos d'Arles dans le Vaucluse appartenant à 2 collectifs : Collectif pour la promotion du Mérinos d'Arles (CPMA) labellisé GIEE ainsi que Mérilainos - <http://www.merilainos.fr>
- **Luc Bourgeois**, éleveur de 1 600 Mérinos d'Arles dans les Bouches-du-Rhône inscrit dans la démarche qualité avec la filature Brun de Vian-Tiran à l'Isle-sur-la-Sorgue - www.brundeviantiran.com
- **Valentine Guérin** de la Bergerie des Courmettes, éleveuse de 450 Préalpes dans les Alpes-Maritimes ayant participé à divers collectifs et initiatives autour de la laine.
- **Sébastien Arnaud**, éleveur de 800 Mérinos d'Arles dans les Hautes-Alpes et valorisant sa laine à travers sa propre marque « Flouka » - <https://www.flouka.fr>
- **Marion Schlecht**, éleveuse de 100 Mérinos d'Arles dans les Alpes-de-Haute-Provence et faisant partie du collectif « La Sariette » - <https://www.lasarriette-laine.com>
- **Roxane Guibert et sa famille**, éleveurs de 500 Mérinos d'Arles dans les Alpes-de-Haute-Provence et appartenant au collectif « Mérilainos » - <http://www.merilainos.fr>

Au cours de ce tour d'horizon, un entretien a également été mené avec Lucie Grancher, tondeuse de mouton, trieuse de laine et formatrice dans ce domaine. Ses compétences et connaissances sont reconnues par l'ensemble des acteurs de la filière laine et en font une personne ressource importante

Ce tour d'horizon des initiatives laine n'est pas exhaustif et de nombreuses autres initiatives autour de la laine existent. Il permet seulement de mieux comprendre l'intérêt que la laine apporte, le travail qui est effectué et celui qui reste à faire.

POURQUOI TENTER DE VALORISER SA LAINE ?

Récoltée chaque année lors de la tonte des brebis, la laine est un sous-produit classiquement commercialisé en filière longue. Les éleveurs n'en retirent qu'une faible valorisation économique et n'ont aucun retour quant à son devenir. La réappropriation de la commercialisation de ce produit noble, leur permet de mettre en avant le lien, parfois oublié, entre la laine et les troupeaux, mais également d'avoir de la visibilité quant à son devenir.

« Faire quelque chose de plus équitable avec notre laine »
 « Poursuivre la démarche de valorisation en vente directe mise en place avec la viande »
 « Garder le contrôle sur ce produit »
 « Pouvoir vendre un produit fini »

Avec cette volonté de s'investir dans la commercialisation de leur laine, les éleveurs rencontrés ont développé une véritable passion pour cette fibre. Elle les pousse alors à se former, expérimenter et adapter certaines de leurs pratiques.

La rémunération plus importante de la laine ou du travail effectué n'est pour l'instant pas une des motivations principales. La filière est encore naissante et sa rentabilité reste à développer. Néanmoins, beaucoup considèrent que la valorisation de la laine est ou peut devenir une source de revenu complémentaire.

Le fait de revaloriser un des caractères historiques de la race Mérinos d'Arles fait également partie d'une des principales motivations. Cette race a une laine reconnue de qualité et les éleveurs sont fiers de pouvoir redonner une image positive à leur race, parfois critiquée par ailleurs pour ses qualités bouchères.

« A terme, cela peut devenir une source de revenu »
 « Cela permet de financer le travail de ma sœur sur l'exploitation »
 « En travaillant mieux la commercialisation de la laine, nous pourrions devenir moins dépendants des aides PAC »

« Passion pour ces brebis à laine grise »
 « La laine a toujours été un critère de sélection, pas le premier, mais on a toujours regardé »
 « Poursuite d'une tradition familiale autour du Mérinos antique »

COMMENT VALORISER SA LAINE ?



Les personnes rencontrées valorisent principalement leur laine en produits finis : chaussettes, bonnets, textiles, avec en complément une gamme de pelotes de fil cardé ou peigné, le tout vendu en direct par le bouche-à-oreille, les marchés et sites de vente en ligne.

Cette valorisation se fait bien souvent à travers de collectifs, comme « La Sariette » ou « Mérilainos », qui permettent une mutualisation de certains coûts comme le transport de la laine ou le développement des produits. Ces collectifs permettent également une entraide au moment de la tonte, mais aussi des formations et un accompagnement pour les nouveaux adhérents.

La valorisation de la laine peut cependant aussi se faire de façon individuelle comme pour « Flouka ». Cela lui permet une plus grande liberté et une démarche personnelle.

Enfin, deux des personnes rencontrées valorisent leur production par l'intermédiaire de filières « longues » mais locales : la filature Brun de Vian Tiran et sa marque Mérinos d'Arles Antique et l'entreprise Dal Grande Naturfasern, partenaire du CPMA.

COMMENT AMÉLIORER LA QUALITÉ DE SA LAINE ?

Les deux principales voies d'amélioration de la qualité de la laine sont la sélection des animaux et le soin apporté à la tonte.

Selon Lucie Grancher, experte lainière, les brebis Mérinos de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur possèdent une bonne base qualitative de laine. Les éleveurs investis dans les initiatives « laine » continuent à sélectionner leurs animaux sur ce critère. Cependant ce n'est pas le premier critère de sélection. Les qualités bouchères et maternelles ainsi que le phénotype racial restent les critères principaux. Cette sélection se fait surtout visuellement avec ou sans l'aide d'experts. Certains éleveurs vont plus loin et font faire des analyses de laine pour confirmer leurs choix visuels. Notons qu'une éleveuse a fait le choix de sélectionner un type de brebis

différent : des Mérinos noirs par goût personnel, mais aussi pour proposer à son collectif une laine complémentaire à celle déjà produite.

Le chantier de tonte est une étape clef pour améliorer la qualité de la laine : propreté, tri des toisons de qualité et tri des différentes parties de la toison. Pour les éleveurs qui valorisent leur laine, le chantier de tonte n'est alors plus vécu comme une obligation mais comme un moment où l'on récolte un produit de valeur sur les animaux et qui se passe en général dans la convivialité et l'entraide. Une attention particulière est portée à la propreté du chantier : l'absence de paille ou de déjections est essentielle. Pour le tri, ils ont tous participé à des stages de tri pour apprendre et reconnaître les toisons de bonne qualité. Dans les collectifs, il y a toujours une entraide entre les éleveurs du collectif et un « parrainage » pour les nouveaux. Pour beaucoup, seule une partie de la laine est transformée, ce qui permet de sélectionner vraiment le meilleur. Le reste est commercialisé dans la filière classique. Cette organisation de chantier demande plus de temps ou de main d'œuvre. Il faut environ 1 personne par tondeur pour assurer un bon tri de la laine alors qu'en chantier classique un ramasseur de laine peut suivre le travail de 4 tondeurs.

Dans tous les entretiens, le conseil « soigner son chantier de tonte » a été cité comme une clef pour avoir une laine de qualité.



COMMENT TRANSFORMER SA LAINE ?

Il est important de commencer par noter que pour les éleveurs qui font transformer leur laine, celle-ci se fait par des entreprises externes pour toutes les étapes suivant la tonte : du lavage à la fabrication de produit.

Le lavage se fait en Italie autour du pôle de Biella qui a conservé l'ensemble de la filière industrielle « laine ». Les autres étapes se font dans différents endroits : soit tout à Biella par commodité soit pour certains, dans d'autres entreprises en France pour avoir le produit qu'ils souhaitent, soit pour produire du « made in France ».

Notons que pour tous les éleveurs qui font la fabrication de produit, le choix des modèles, la discussion avec les artisans ou les industriels, la compréhension des besoins des industriels et des possibilités permises par leur laine sont des démarches qui demandent beaucoup de temps. Jugées très intéressantes et enrichissantes, elles représentent souvent une charge de travail sous-estimée, qui une fois enclenchées peuvent être rebutantes. On est bien dans un processus d'innovation, de création de produits dans une filière qui n'existe pour l'instant pas ou uniquement à petite échelle.

De plus, dans ce processus innovant, il est à noter qu'il faut un certain temps entre la tonte et la récupération des produits finis commercialisables. Il n'est pas rare que cela s'étale sur un an, aussi il est important d'en tenir compte.

LA COMMERCIALISATION



Cette étape est majoritairement réalisée sous forme de vente directe pour les éleveurs s'inscrivant dans la logique de transformer leur produit. Elle se fait par des canaux assez classiques : magasin à la ferme, marché, site internet de vente en ligne. Là encore, c'est quelque chose qui prend du temps.

Avec ce type de produit très qualitatif, il est important de pouvoir être présent pour conseiller les clients, pour leur expliquer la qualité, l'élevage des moutons... Une seule vente peut rapidement se révéler assez chronophage.

Pour les éleveurs, il faut aussi pouvoir gérer un stock : commander presque un an à l'avance les produits qu'ils commercialiseront et prévoir un lieu de stockage, car certains produits peuvent mettre un an à trouver leur client.

QUELS BESOINS ?

Les éleveurs ont tous exprimé le besoin de formation et de conseil, autant à la sélection des animaux qu'au tri de la laine, bien que pour la plupart, ils fassent cela depuis plusieurs années. A ce jour, tous les éleveurs rencontrés sont encore en phase d'expérimentation sur le sujet, de manière plus ou moins empirique.

Il est également apparu un besoin d'accompagnement dans la création. L'appropriation des processus de transformation, les contraintes techniques liées aux machines, ... sont autant de sujets sur lesquels il est difficile de trouver de la documentation et des conseils techniques. Il manque encore à ce jour dans cette filière de personnes ressources pour les éleveurs désirant transformer leur laine et en faire des produits. Comme pour toute filière en cours de (re)construction, les pionniers défrichent le terrain et capitalisent petit à petit un savoir qui va grandissant.



ZOOM SUR LE COLLECTIF POUR LA PROMOTION DU MÉRINOS D'ARLES (CPMA)



Association loi 1901 créée en 2018, le CPMA travaille sur le maintien et le développement des produits de la MÉRINOS d'Arles et plus particulièrement de la laine. Il regroupe actuellement 23 éleveurs dont 13 – soit 15 800 brebis – font partie du GIEE « Laine » autour du projet d'amélioration de la qualité et de la valorisation de la laine par la création et le développement de vêtements d'activités de pleine nature. Plusieurs actions sont en cours dans le cadre de ce GIEE : visites d'élevage, conseils sur les chantiers de tonte, analyses de laine, rédaction d'une charte de production, communication dans les salons et foires... D'autres actions vont être mises en place prochainement comme l'organisation d'une journée de formation des éleveurs sur le tri de laine. Le CPMA est partenaire de la Maison de la Transhumance, de la MRE et de la Chambre d'Agriculture 13 sur le volet animation et de l'entreprise Dal Grande Naturfasern sur la partie achat de la laine et développement de vêtements de pleine nature. Une gamme complète de vêtements : chaussettes, vestes, pulls... devrait être commercialisée courant 2021, en parallèle du lancement du GR®69 La Routo (www.larouto.eu), sur internet, dans des enseignes de sport de pleine nature, des magasins de produits locaux et en vente directe par des éleveurs. L'objectif fixé est d'atteindre le plus rapidement possible 100 tonnes de laine annuellement traitées.

Document édité par l'Institut de l'Elevage

149 rue de Bercy – 75595 Paris Cedex 12 – www.idele.fr

Avril 2021 – Référence Idele : 0021 602 XXX – Mise en page : Isabelle GUIGUE

Pour en savoir plus :

• Marie BREISSAND	Chambre d'agriculture 04	mbreissand@ahp.chambagri.fr
• Elodie LAGIER	Chambre d'agriculture 05	elodie.lagier@hautes-alpes.chambagri.fr
• Benoît ESMANGIAUD	Chambre d'agriculture 06	besmengiaud@alpes-maritimes.chambagri.fr
• Fanny SAUGUET	Chambre d'agriculture 13	f.sauguet@bouches-du-rhone.chambagri.fr
• Alice RINGUET	Chambre d'agriculture 83	alice.ringuet@var.chambagri.fr
• Claire GUYON	Chambre d'agriculture 84	claire.guyon@vaucluse.chambagri.fr
• Rémi LECONTE	MRE PACA	r.leconte@mre.paca.fr
• Maxime MAROIS	Institut de l'Elevage	maxime.marois@idele.fr

INOSYS – RÉSEAUX D'ELEVAGE

Un dispositif partenarial associant des éleveurs et des ingénieurs de l'Institut de l'Elevage et des Chambres d'agriculture pour produire des références sur les systèmes d'élevages.

Ce document a été élaboré avec le soutien financier du Ministère de l'Agriculture (CasDAR) et de la Confédération Nationale de l'Elevage (CNE). La responsabilité des financeurs ne saurait être engagée vis-à-vis des analyses et commentaires développés dans cette publication.