

Voyage d'étude autour de la laine

Du 11.10.13 au 13.10.13 – Allemagne & Autriche – Filière laine

Pour la seconde année, la filière laine wallonne (www.laines.be) a organisé du 11 octobre 2013 au 13 octobre 2013 un voyage d'étude autour de la laine. Ce voyage a eu lieu en Allemagne et en Autriche avec pour objectif de rencontrer des éleveurs de moutons, des entreprises de transformation de la laine. Par ailleurs, il a été l'occasion de comprendre le projet « Kollektion der Vielfalt » qui a permis de structurer des filières de valorisation de la laine d'espèces de moutons menacées de manière locale.

Ce voyage a rassemblé douze personnes : éleveurs, artisans, personnes en reconversion professionnelle, particulier, entrepreneur, association agricole.

Nathalie Ketterle, coordinatrice du projet allemand « Kollektion der Vielfalt » a également été présente pendant tout le voyage :

Kollektion der Vielfalt + Archehof Ketterle – Nathalie Ketterle - Bosslerstrasse 1 - D-73119 - Zell unter Aichelberg – Allemagne - info@kollektion-der-vielfalt.de - www.kollektion-der-vielfalt.de - 0049 (0)7164 12117

1. Rencontre des acteurs de la filière – 11.10.13

1.1 Flomax Naturemode, entreprise de création et de fabrication de vêtements en laine



(<http://www.flomax-natur.de>)

L'entreprise Flomax Naturemode est une entreprise de fabrication de vêtements et de produits textiles à base de laine. Elle a été créée en 1995, la propriétaire devait alors s'occuper de ses enfants à la maison (Flomax = Floriane + Maxime). Ses études de stylisme lui ont permis de développer sa propre marque. Au

départ, elle commence seule, avec quelques machines à coudre, à travailler des matières naturelles, le coton et la laine vierge.

Maintenant, Flomax achète la laine brute de Mérinos bio en Amérique du Sud et fait faire les étapes de lavage, de peignage et de teinture par des entreprises européennes :

- Lavage en Belgique à Traitex,
- Peignage en France (Où ?).
- Teinture, filage en Allemagne
- Tricotage dans une entreprise familiale en Allemagne (1 couple), avec laquelle Flomax a développé une relation de confiance (développement simultané). Le tricotage se fait sur des machines relativement anciennes, qui ne permettent pas tous les dessins. Il faut en tenir compte dans le design. Cette bonneterie et Flomax se sont développés en parallèle et le couple travaille quasi uniquement pour Flomax.

Le choix des entreprises s'est fait pour pouvoir permettre la continuité de la certification bio, sauf concernant la teinture (bon espoir pour le futur).

Depuis plusieurs années, Flomax travaille avec un éleveur de la zone qui travaille de façon traditionnelle, mais pas en AB car les moutons paissent dans des pâtures mises à la disposition du berger qui déplace son troupeau en fonction des saisons.

La provenance des matières premières se répartit comme suit :

- 10 tonnes de Mérinos d'Amérique du Sud,
- 2 tonnes d'Albmérinos local (souvent appelé, en France, Est à laine mérinos).
-

Il y a une séparation claire des produits locaux/sud-américains qui ne sont pas travaillés exactement de la même façon, ainsi les produits issus de la laine de Mérinos sud-américaine sont teints et sont plus doux. Les petits éleveurs n'arrivent pas à atteindre la qualité demandée par Flomax, c'est pourquoi ils ont fait le choix de ne travailler qu'avec un seul producteur local qui produit des quantités importantes d'un produit de qualité. Cependant, la laine locale est plus chère de minimum 20%. C'est l'éleveur qui prend en charge le lavage, le peignage, le transport et qui fixe le prix. Ils travaillent sur une base de confiance par rapport à la qualité de la laine et à la fixation du prix. Flomax achète la laine peignée et assure le reste des transformations, par sous-traitance ou en propre.

Flomax emploie des personnes de la zone à temps partiel : 25 personnes dans l'usine/magasin de St-Johann et une personne dans le magasin de Berlin. Les employés ont de 35 à 80 ans, et doivent être très flexibles sur leur temps de travail qui varie en fonction des pics de production. La propriétaire ressent des difficultés à renouveler ses salariées.

Chaque travailleuse est formée à occuper tous les postes de travail (dans la confection), mais chacune a un poste privilégié. L'entreprise accueille en stage des apprenties de l'école de stylisme (16 à 21 ans), pour maximum 6 mois.

Les clients sont majoritairement allemands mais aussi autrichiens et danois. L'entreprise ne ressent pas de grandes difficultés à vendre ses produits, ils sont conscients de travailler dans une niche commerciale et misent sur l'aspect local de leurs produits. Les clients viennent également pour le côté local mais finalement les pièces issues de Mérinos sud-américain sont plus colorées et plus douces et se vendent plus facilement.

Les déchets de la coupe des vêtements sont envoyés dans une entreprise de déchiquetage qui en donne quelques centimes.

Lors d'un « creux » économique, l'entreprise a tenté de travailler en sous-traitance en Bulgarie et s'est posé la question de « partir ou rester ». Le choix de rester est dû à un choix éthique.

1.2. Rencontre de l'éleveur livrant sa laine à Flomax

Le berger rencontré, travaille en itinérance, il passe la journée au pré avec son cheptel de 1400 brebis, majoritairement Albmérinos (30% d'autres races).

C'est la 4^{ème} génération à élever cette race de moutons. La sélection se fait sur des critères viande et laine, mais cela est plus compliqué et plus cher comme sélection. La viande est vendue en direct aux particuliers et à la restauration collective.

Avant de commercialiser sa laine à Flomax et jusqu'il y a 20 ans, il vendait sa laine lors d'une vente aux enchères à Ulm (qui a fait faillite il y a 20 années). Aujourd'hui Il vend également à une entreprise de fils à tricoter. Il assure le lavage et le peignage de sa laine car « *les acheteurs ne veulent pas prendre tous les risques* ».

Son père et son entourage disaient que la laine ne valait rien, et il a voulu prouver qu'on pouvait faire quelque chose avec leur laine.

Le tri est effectué sur l'exploitation (50% de rendement) par lui seul, la tonte est effectuée par 4/5 tondeurs vivant dans la zone pendant 2 jours et le tri est fait de suite derrière, sur tables de tri.

Il a bénéficié de l'aide de l'Etat pour acheter une table de tri (dans le cadre de son travail dans une réserve de biosphère de l'UNESCO). D'après l'éleveur, il faut au moins 500 brebis pour vivre de son métier.

Il a l'air content de ce partenariat avec Flomax, à qui il vend l'énorme majorité de sa laine, mais il exprime que si Flomax arrête ses activités ou ses commandes, il devra arrêter, car il n'a pas d'autre débouché pour sa laine.



« Typical landscape », élevage transhumant en Bavière

2. Le projet Kollektion der Vielfalt



Depuis 1981 une association de sauvegarde des animaux domestiques menacés : Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen (GEH, Société pour la conservation des races domestiques

en voie de disparition) vise à préserver les races domestiques (bovins, ovins, porcins, volailles, équidés, etc.). Chaque année une liste rouge des espèces domestiques menacées est réalisée (elle regroupe 22 races de moutons allemandes). Depuis 1981, aucune espèce ne s'est éteinte. Les personnes membres de l'association ne sont pas forcément éleveurs, elles doivent uniquement verser une cotisation annuelle, en retour elles reçoivent un journal d'information. Il y a à l'heure actuelle 2 200 membres. L'association regroupe l'ensemble des races vivant en Allemagne qu'elles soient ou non originaire d'Allemagne. En général dans le monde, il y a 39 % d'espèce qui ne présente pas de risque d'extinction, 29,2 % qui présentent un risque et 38,5% d'espèce dont le risque n'est pas connu. Globalement, 406 espèces de moutons sont menacées, 160 espèces sont soutenues en Europe et 15 espèces en Allemagne.

Le projet laine Kollektion der Vielfalt a été initié en 2001 (ou 2004 ?). Au départ du projet, une éleveuse de Bavière a mobilisé un groupe d'éleveurs souhaitant valoriser la laine en utilisant des entreprises locales. S'agissant d'une région administrative allemande riche, les collectivités ont soutenu le projet financièrement qui visait à développer le tissu industriel dans une zone plus défavorisée économiquement. Cette première phase du projet a duré 2 ans. La leader du projet est tombée malade et a dû cesser son activité. Nathalie Ketterle, qui venait d'arrêter de travailler pour s'occuper de ses enfants et qui possédait un petit troupeau de 30 brebis, a décidé de la remplacer et de gérer le projet de développement.

Le projet s'est alors développé sans aides des collectivités et du Ministère de l'Agriculture. Le Ministère a à nouveau soutenu le projet dans la création du centre d'informations de la race Alpine Steinshaft (ouverture en juin 2013).

En particulier, le projet de valorisation de la laine des Alpines Steinschaf, a été mis en place en 2004. Il s'agissait d'une espèce menacée (seulement 120 moutons en 2004), c'est pourquoi, le projet Kollektion der Vielfalt a travaillé à la mise en place de la filière laine pour promouvoir l'espèce auprès des éleveurs et du public. De plus dans certaines zones, les éleveurs ont droit à une aide de 30 € par bête. Cette association vise à maintenir les cheptels mais aussi à trouver de nouveaux éleveurs, les éleveurs impliqués ont le plus souvent une double activité et qui aiment vendre leur produits.

Afin de mener le projet, « *La laine doit être propre et l'éleveur doit vouloir vendre sa laine* » (N.K.).

La transformation de la laine de l'Alpine Steinshaft est faite en parallèle à la transformation de la laine de 8 (bientôt 9) autres races locales. La laine utilisée pour les produits vient d'Allemagne, mais le travail est effectué en Autriche (entreprise Wagner), en Allemagne, en Belgique, en Italie, selon les produits et le type de transformation nécessaire. La vente a lieu partout en Allemagne, il y a également des foires, y compris à l'étranger et vente sur internet. La laine est issue de différentes races. Le produit le plus vendu est le pull-over, en général ce sont des produits de qualité et durable, aussi les clients ne renouvellent pas régulièrement leurs achats. L'association produit 24 tonnes de produits à base de laine par an issues de 9 races menacées en Allemagne.

Chaque race a une organisation concernant la collecte de la laine et la transformation un peu spécifique.

En 2005-2008, un projet Leader a permis de créer un répertoire des races existant dans les Alpes (6 pays), et de déterminer les races en danger. Ce projet était initialement un projet international entre deux territoires : La Bavière et le Tyrol Autrichien (elle n'a pas pu préciser la mesure mobilisée). Finalement c'est la Bavière qui a pris le projet en main.

Ce projet a permis de produire une étude et d'établir un état des lieux. Il existe dans les Alpes 24 races de moutons pouvant valoriser leurs laine qui sont considérées « à risques », lors de l'étude 5 d'entre elles bénéficiaient d'une filière pour vendre la laine.

A partir de là il a fallu travailler sur la façon de préserver les espèces, soit en les mangeant, soit en utilisant la laine. De là le projet Kollektion Der Vielfalt a pu se développer, désormais 9 races vivant dans les Alpes sont incluses dans le projet (bientôt 10), 48 personnes sont membres de l'association.

En général pour les races classiques (Texel, Albmérinos, etc.), la laine est valorisée entre 0,6 et 1,0 € par kilogramme. Ceci ne permet pas de payer la tonte des moutons.

Dans le cadre du programme et plus particulièrement de l'Alpine Steinshaft, les éleveurs doivent apporter une toison triée, ce qui correspond environ à 1,5kg de laine, ils sont rémunéré 2€/kg sous la forme de coupons qui donnent droit à un certain nombre de produits (équivalents à la valeur du coupon) et au droit d'acheter les produits à prix réduits, qu'ils peuvent revendre. Un prix de vente minimum des produits est fixé, mais pas un prix maximal.

Concernant la race Alpine Steinschaf, en 2004, il y avait 120 brebis pour 8 éleveurs, en 2013, il y a 680 brebis pour 33 éleveurs d'Alpine Steinshaft. Il s'agit de personnes qui viennent de s'installer et de personnes ayant choisi de changer de race. La plupart des éleveurs faisant parti de ce projet le font dans le cadre d'un revenu complémentaire ou d'un hobby, la raison première de l'association est la préservation des races, le fait de pouvoir vivre de son métier est plus difficile (cf. l'éleveur d'Albmérinos qui préconise une taille de cheptel d'environ 500 têtes).

De façon générale, ce projet favorise la sensibilisation du public autour de la question du mouton et des difficultés liées à leur élevage. De plus leur utilisation sur des terrasses locales menacées permet à certains éleveurs d'avoir accès à des aides PAC.

Il existe une collecte commune pour une partie de l'Autriche et sud de l'Allemagne. La laine récoltée est vendue aux négociants. L'association Kollektion der Vielfalt organise ses propres collectes, qui sont aussi l'occasion de rencontres entre éleveurs, de partages de pratiques d'élevages, etc.

Les principales difficultés rencontrées dans ce projet sont :

- Trouver des entreprises de petites tailles, acceptant les petits lots
- Limiter les coûts de transport de la laine en suint
- Obtenir l'avance de trésorerie pour transformer la laine (avant de la vendre).

Des réponses à ces difficultés ont déjà été mise en œuvre, telles que presser la laine ou diminuer les lieux de collecte.

Concernant le préfinancement : la première année, il a été assuré par deux éleveurs personnellement. Ensuite, comme les éleveurs commandent et paient les articles commandés en début d'année, l'association s'est constituée une trésorerie pour le financement des productions suivantes. De plus, les éleveurs qui en fin d'année n'ont pas vendu tous les objets commandés peuvent les retourner et se faire rembourser. Cela arrange relativement bien l'association car :

- Cela les poussent à commander plutôt beaucoup (et donc à donner des liquidités à l'association)
- Cela permet à l'association de pouvoir continuer à vendre des produits sur internet après le gros boum de la fin de l'année. (Et, au moment où l'association rembourse aux éleveurs les produits qui « reviennent », elle en a déjà vendu une bonne partie et a donc davantage de trésorerie.)

Environ 2/3 des éleveurs revendent des produits. Les bénéfices (en euros) leur reviennent s'ils vendent des produits de leur propre race, sinon ils vont aux éleveurs des autres races. Les produits sont commercialisés à la ferme, sur des marchés et des foires et sur internet. Les ventes sont toujours réalisées par un éleveur, elles commencent fin septembre (dès que les transformations de la tonte de l'année sont terminées) et

l'ensemble des produits sont vendus dès avril (ensuite il faut attendre la production suivante). Il n'y a donc jamais de soldes.



Quelques produits du projet

Exemples de prix : une paire de chaussettes est vendue 12€ par l'éleveur a couté 6,49€ pour la production (« achat » de la laine, lavage, filage, tricotage et autres coûts). Un pull vendu 115€ par l'éleveur a couté entre 52 et 60€ en production.

- En 2004 : 2 éleveurs ont apportés la laine, 111 kg en suint ont été transformés
- En 2012 : 20 éleveurs ont apportés leur laine, 1 011 kg en suint ont été transformés

Cependant l'augmentation des quantités a entraîné une diminution de la qualité (80% de rendement en 2005 et 64,5% en 2009/2010, ce qui a mené à une augmentation du coût de revient (4,06 à 5,55€/kg de laine lavée. Il est nécessaire pour l'association d'améliorer la qualité de la laine et cela ne dépend que des éleveurs. Un programme de sensibilisation des éleveurs est donc mis en place.

N.B. :

Par ailleurs le gouvernement met à disposition des terres pour des béliers Alpine Steinshaft qui participent à une étude de l'impact des animaux sur leur environnement, de la qualité de la laine et de la race en général. Cette étude menée avec l'Université autrichienne de Klagenfurt a pour méthode de mettre chaque année 16 béliers de la race issus de différents élevages pendant 4 mois sur un alpage en Bavière (1 600m d'altitude). Cette étude a mis en évidence que les moutons permettaient de préserver les paysages (le travail réalisé par les béliers, s'il devait être réalisé par les hommes coûterait 100 000€ et durerait 5 ans, ensuite il faudrait entretenir ce paysage (augmentation de la biodiversité des plantes et des fleurs, préservation des terrasses, etc.). Par ailleurs les qualités des béliers et l'impact de l'altitude sont également évaluées (laine, composition sanguine, ongles, poids), ils sont ensuite vendus. C'est un moment de communication autour de la race.

Une étude est aussi menée par un généticien neo-zélandais très connu pour connaître les modes de transmission des différents caractères génétiques de la race Alpine Steinschaft. En effet, la race dispose d'une grande variation des couleurs de têtes et des couleurs de laines en particulier. Beaucoup d'éleveurs préfèrent les individus noirs, quelques-uns les individus bruns. Les blancs sont délaissés. Les responsables

de l'association craignent donc que les individus blancs et/ou multicolores disparaissent. Une meilleure connaissance de la génétique de la race permettra de mettre en place un plan de sauvegarde ciblé.

2.1 Les petits éleveurs locaux

Rencontre de Nathalie Ketterle (<http://www.archehof-ketterle.de/>)

Nathalie Ketterle élève 150 Coburger Fuchsschafe, 12 Schwarzbraune Juraschafe et 25 Alpine Steinshaft. Elle vend sa viande exclusivement par colis d'1/2 agneau, en circuit local, au prix de 12€/kg (élevage bio mais non certifié).

Elle commercialise la laine de ses races menacées grâce au projet Kollektion des Vielfalt.

Elle a 2 lieux de pâturages, l'un dans une réserve naturelle, l'autre dans des vergers de particuliers, très heureux de voir leurs terrains entretenus de cette façon (région avec de grandes étendues de vergers sur des terrains parfois fort pentus). Elle a 10 à 12 brebis à l'hectare.

Certaines races sont rentrées l'hiver, d'autres restent dehors et sont nourries par du foin apporté.



Moutons Coburger Fuchsschafe

Rencontre de Armin Frierich (Fritz) à Wertach

Fritz élève 55 brebis de race Alpine Steinschaf depuis 6 ans et s'est immédiatement impliqué dans le projet de valorisation de la laine. « *C'est son activité principale mais pas sa principale source de revenu* », il vend ses agneaux en direct et fait de "l'expérimentation" pour tester différentes recettes qui valorisent sa viande (agneaux et de réforme) sous forme de charcuteries notamment.

Il a choisi cette race car il s'agit d'une race rustique, et surtout car il aime que les animaux soient différents tant physiquement que d'un point de vue de leur comportement. Il a choisi un mode de production extensif, respectant l'environnement et le bien-être animal. Il dispose de 12 hectares et d'une bergerie. Il produit du foin, mais le mauvais climat l'oblige à en acheter la majorité. Les animaux sont nourris au lait de leur mère et à l'herbe et au foin (aliments de démarrage lors du passage à l'herbe) et sont abattus entre 8 et 10 mois. Les agnelages ont lieu sur deux périodes (printemps/automne). Les brebis ont entre 1 et 3

agneaux par agnelage, le plus souvent 2. Il rentre les bêtes en hiver (5 à 6 mois au total), car les hivers sont froids.

La tonte lui coûte 2,50€ par brebis le tondeur habite à côté de chez lui.

Il abat ses moutons chez son boucher (2 salles : 1 pour abattre et une pour découper) qui se trouve à 10 minutes de chez lui.



Les Alpines Steinschaf de Fritz

Rencontre de Renate Aschauer à Ramsau

Renate fait partie du projet de valorisation de la laine d'Alpine Steinschaf depuis sa création, elle gère l'association de l'Alpine Steinshaft, cette association existe pour préserver l'espèce. C'est une espèce que sa famille élève depuis plusieurs générations sur le territoire de ce qui est devenu un parc national. Elle est la seule personne à posséder des terres et à les entretenir dans le parc. Au départ les brebis qu'elle avait paissaient plus haut en montagne, et n'étaient pas entourées de clôtures ni vraiment surveillées. C'était fort loin pour elle. Sur ces nouvelles terres, quand les touristes passent, ils sont informés de la conduite à adopter avec les brebis dès l'entrée du parc. Deux chiens Maremmano Abruzzese gardent les brebis la nuit en plus d'une clôture.

Renate élève 34 brebis Alpines Steinschaf, elle commercialise sa viande auprès de la restauration locale ou à des particuliers.

Avant le projet, elle utilisait la laine pour son usage propre. Ce n'est qu'avec la création de l'association qu'elle a commencé à la commercialiser. Elle avait 45 mères avant son entrée dans le projet. Elle a réduit ce nombre à 36 car il manque d'herbe à cet endroit. En hiver elle nourrit le troupeau au foin qu'elle achète ou qui lui vient de terres lui appartenant (elle rencontre parfois le problème suivant : les touristes jettent des papiers plastique dans les prairies ou l'herbe est coupée...). Les brebis passent l'hiver avec 10 grandes balles rondes de foin.

Elle fait faire elle-même en petits lots le lavage et le cardage (en Autriche) de sa laine, qui est ensuite mélangée à celle des autres, après le triage de la collecte annuelle. Faire laver et carder en Autriche est plus près, c'est pour cette raison qu'elle fait cela. Dans ce centre, il n'y a pas de limite de quantité : elle fait laver 62 kg et récupère 40 kg. Pour elle, le projet n'est pas vraiment très rentable. Sa motivation principale est avant tout la préservation de la race.



Renate et son troupeau d'Alpines Steinschaf dans le parc national de Berchtesgaden

2.2 Les entreprises locales

Visite de la filature Wagner

La filature Wagner est une entreprise familiale. Ils achètent de la laine aux négociants qui s'approvisionnent le plus souvent localement, elle est de deux types :

- Laine allemande lavée par les éleveurs eux-mêmes. Il leur achète la laine le même prix que ce qu'il paie pour la laine vendue par les négociants (4,5 à 4,8€/kg selon les années), il choisit les éleveurs sur base de la qualité de leur laine.
- Laines du Tyrol et d'Allemagne (races Tyroler bergschaf et mérinos allemand pour plus de douceur) lavées à Traitex et achetées à un négociant (la laine arrive donc propre).

La laine lavée localement garde 4% de soie, cela pose problème dans les machines, aussi il y a un mélange des deux. Ils s'approvisionnent également en laine de Nouvelle-Zélande pour les tapis (fibre plus longue). Ils essaient autant que possible de s'approvisionner en laine européenne mais ils ne trouvent pas de laine assez longue dans les Alpes. (A Innsbruck il y a une association qui récolte la laine et la vend aux négociants).

M. Wagner ne cherche pas de la laine plus fine que celle trouvée en local (30 microns), car le local est leur argument de vente. Ils ont toujours travaillé avec la laine locale et les fermiers (depuis son grand-père). Il

achète la laine lavée à partir d'une tonne (4,50€ le kg). Avant la firme occupait 800 personnes, aujourd'hui il y a 4 salariés.

La laine pour les tapis fait 29 à 32 microns et celle les fils à tricoter fait 25 à 26 microns.

La provenance de la laine se décompose comme suit :

- 500 kg à 1 T venant des fermiers directement
- 40 T venants des négociants

Il y a +/- 10% de perte de matière lors du cardage et du filage

30 tonnes sont transformées en tapis et 10 tonnes en fils à tricoter

1 tonne nécessite 4 jours de travail en continu, ensuite les cardeuses doivent être entièrement nettoyées.

La laine arrive de Verviers (usine de lavage Traitex), elle est dépoussiérée et humidifiée (eau + huile), afin d'assurer la souplesse de la laine. Elle est ensuite mélangé dans un cylindre (1 tonne) afin d'assurer une couleur uniforme (système de soufflerie). Ensuite la laine est cardée et filée. La laine permet de produire des écheveaux et pelotes et des tapis (30 tonnes).

Par ailleurs, l'association Kollektion des Vielfalt fait faire ici une partie de ses produits, à façon, afin d'être vendus par les éleveurs. Le filage de différentes matières textiles est également réalisé pour d'autres firmes.

A l'heure actuelle l'entreprise rencontre des difficultés liées :

- Aux réglementations : par exemple pas de stockage de la laine en suint possible (transport éventuel de maladie) en raison de la nouvelle réglementation européenne sur le transport et le stockage (entre autres) de la laine en suint.
- A la mise aux normes de sécurité des cardeuses, au point de devoir fermer si une nouvelle législation était mise en application.
- Au manque de compétences : Quand M. Wagner faisait ses études, ils étaient 700 personnes dans l'école de textile, désormais l'école a fermé. Il est difficile de trouver des gens compétents en Europe, de plus les usines ferment, du fait de la concurrence des produits asiatiques.
- Les prix de vente qui ne sont pas rémunérateurs : La laine à tricoter est vendue 3€/100 g¹ il exprime qu'il ne peut pas vendre plus cher, car il n'y aurait pas d'acheteurs. Les nappes cardées et teintées sont vendues 23€/kg².

Il est probable que l'entreprise n'ait pas de repreneur lors de la retraite des propriétaires actuels. Et Nathalie Ketterle s'en inquiète fortement car chaque usine qui ferme diminue les possibilités de transformation locale.

L'entreprise ne sollicite pas d'aide de la part du gouvernement ou des collectivités, du fait des longueurs administratives qu'elles impliquent.

¹ Les 100gr de fil à tricoter 100% laine locale se vendent en Belgique entre 7 et 18€...

² Sur les sites de vente en ligne de fibres pour fileuses et feutrières, en France et/ou en Belgique, le même type de produit est vendu entre 40 et 90€ du kg, en fonction de la finesse de la fibre.



Fabrication de tapis par M. Wagner

Un groupe d'éleveurs pourrait faire transformer sa laine à partir du moment où ils apportent 300 kg de laine. Les prix de la prestation de service sont les suivants :

- Le filage et la mise en pelotes d'1kg de laine propre coûte 7€
- Pour la fabrication de tapis, le calcul est plus compliqué :
 - o Achat de la laine de départ : 4,5€/kg
 - o cardage et fabrication du gros « fil » rempli de 30% de jute permettant de faire le tapis : 6€/kg
 - o Tissage du tapis : 24€/m
 - o Attention, il faut 2,2 kg de laine pour faire 1m². Soit un prix au m² de 47,1€.³

Visite de l'entreprise de lavage et de filature Regensburger.

Le lavoir est en fonction depuis 15 ans, la laine lavée dans l'entreprise est de la laine locale (Tyrol, Allemagne, Autriche, Suisse). Les agriculteurs viennent avec des grosses ou des petites quantités. Les éleveurs ne récupèrent pas forcément leur laine, il y a des mélanges par race.

Le lot minimum pour que la laine soit traitée seule est de 50kg. Il demande 3,40€ le kg de laine lavée (on paie au kilo sortant et pas au kilo entrant).

1000 kg de laine sont lavés chaque jour (si une seule laine est traitée). Il y a des périodes avec plus ou moins de quantités, mais l'usine tourne en permanence.

Procédé :

³ Remarque : pas d'information si ces prix sont TVA comprise ou hors TVA (sans doute hors TVA...)

- Ouverture de la laine : les sacs sont vidés à la main et mis dans la machine (ils retirent alors les gros déchets = utilisé comme engrais)
- Une balance pèse la quantité qui entre dans la chaîne pour que ce soit régulier
- Route de lavage = 3m cube par bac à une température de 52/55°C il y a 4 bacs, entre chaque bac il y a un essorage grossier
- Séchage



Milieu de la route de lavage de la laine à l'entreprise Regensburger

- 1) pré-lavage, le gros de la saleté est enlevé
- 2) lavage principal : selon le degré de saleté la quantité de savon est adaptée (soude)
- 3) second bain (si laine très sale)
- 4) bain acide pour réguler le pH (normes européennes = pH neutre).

C'est un processus lent, la laine met du temps à s'ouvrir, et si on augmente la vitesse, la laine peut feutrer. La laine met 20 minutes pour parcourir les 3 premiers bacs. L'ensemble des bacs nécessitent 14m³ d'eau, l'eau de chaque essorage entre les bacs est réinjectée dans le circuit.

100 kg par heure = maximum 70kg de laine lavée.

Le séchage se fait par un processus de pression et de radiation. La laine est à nouveau remuée par un système de lames et les poussières sont retirées. Il y a un refroidissement et un mélange de manière homogène. Il reste souvent des déchets après le processus, c'est l'éleveur qui est fautif et non le transformateur.

Les déchets sont compostés.

Il est à noter que malgré la fierté de l'entreprise sur son travail, Nathalie a décidé de ne plus laver chez lui les laines qui doivent être filées, car la qualité du travail laisse à désirer. Les laines pour les fils sont lavées

en Belgique ou dans le nord de l'Italie (Biella). Les laines pour tous les objets en aiguilleté et en feutre à l'eau restent lavées chez Regensburger. Ceux qui seront feutrés à l'eau seront relavés durant le processus de feutrage et la qualité du lavage de base de base est donc un peu moins importante.

Regensburger produit aussi des nappes cardées, des rubans cardés teints, des tapis en fils super épais (semblables à ceux de Wagner, mais l'âme intérieure est en 100% laine et pas en jute) et faire faire quelques autres produits pour alimenter son magasin d'entreprise.

3. Conclusion et commentaires

Quelques éléments non triés apportés par certains participants. Il sera bien entendu nécessaire de réfléchir davantage, ensemble, sur ces différentes questions et propositions.

- Le démarrage et la réussite de ces projets et entreprises dépend beaucoup de la motivation des personnes et du maintien dans la durée de leur énergie et de leur enthousiasme. Passion et dévouement sont les moteurs de leur réussite.
- Tous les témoignages reposent sur des micro-entreprises (moins de 5 personnes).
- Le point de départ de l'initiative : œuvrer pour sauver des races en voie de disparition. Ensuite est venue se greffer l'idée : comment rendre cette démarche rentable ?
- Il n'est pas simple d'obtenir des chiffres précis sur les coûts et sur la rentabilité de chaque type de production. Le modèle est bien plus complexe qu'on a bien voulu nous le présenter parce qu'intérêts personnels et intérêts collectifs viennent se greffer.
- L'attache au terroir et aux valeurs locales est une des clés du succès de la démarche, en se basant sur 2 aspects :
 - o Défense des valeurs locales (protéger des races ovines locales),
 - o Accroche aux coutumes locales (les produits finis lainiers sont tous orientés sur des débouchés et habitudes de consommation liés aux coutumes locales (pull monochrome en laine rustique au toucher, tapis rustique ...). Ils n'ont, semble-t-il, même pas cherché ni ressenti le besoin d'écouler leur production à l'exportation ou de faire appel à des designers.
- Il est nécessaire de réfléchir à la pertinence de transposer le modèle économique présenté (« achat » de la laine aux éleveurs via des coupons valant des produits, produits exclusivement vendus par les éleveurs, etc. Remarque : lors du précédent voyage de la Filière laine, en Suisse, un système similaire d'intéressement des éleveurs avait été présenté par l'entreprise visitée (FIWO). Il semble que là-bas les éleveurs ne se soient pas du tout approprié l'initiative, au contraire de l'Allemagne, alors que les bases (produits locaux en laine locale et bonus pour la laine des races menacées) peuvent sembler les mêmes.
- Il est primordial de réfléchir aux objectifs de ce que nous voulons mener à bien comme projets autour de la laine. Sauver une race locale menacée (ou plusieurs) ? Créer de l'emploi ? Assurer une meilleure rentabilité des exploitations ovines ? Etc. Chaque type d'objectif exigera des actions et des moyens différents... pour obtenir des résultats différents, tant en terme de produits que de rentabilité.
- Il est intéressant de partir d'un « état des lieux » comprenant les races existant sur notre territoire, leurs caractéristiques et celles de leur laine, le tonnage de laine disponible (part type de laine), la dissémination sur le territoire, les habitudes de consommation en matière de produits en laine, la quantité de laine déjà transformée sur notre territoire, les débouchés existants, etc.
- Pour exploiter les résultats de cet état des lieux, il faudrait
 - o Démarcher les acteurs existant,
 - o se substituer aux fournisseurs éloignés,
 - o organiser et assurer la durabilité et la stabilité dans l'offre lainière (ce qui passe par

- o l'organisation de la collecte et du traitement),
 - o pallier aux éventuelles carences du marché en organisant ce qu'il ne trouve pas
 - o s'intéresser à l'écoulement de la production sur les marchés extérieurs, ...
 - o Le développement global de la filière laine, devra reposer non pas sur des actions sporadiques et économiquement risquées, mais bien sur la mise en œuvre d'actions globales, impliquant tous les acteurs économiques déjà existant de cette filière, en ce compris les acteurs publics tant locaux que provinciaux et plus encore si affinité.
- La filière laine en Wallonie devrait se faire connaître, se faire voir et donc ensuite être reconnue partout en Belgique quand les gens achèteront un produit. Créer un label, c'est un des aspects forts de la réussite dévoilée en Allemagne.
- Nous pourrions réfléchir au fait que La filière dispose d'un dépôt d'un produit (par exemple un kit de tricot pour un modèle de veste, patron inclus) que les artisans pourraient distribuer.
- La filière laine devrait engager une personne en plus pour lancer la production.
- Les visites devraient prévoir des temps de rencontre plus longs pour pouvoir échanger à fond, sur tous les aspects d'une entreprise, d'un produit (communication, modes de subsidiation éventuel, difficultés, rentabilité économique, etc.). Mais c'est sans doute fort lourd pour les personnes qui nous reçoivent et qui ont souvent beaucoup de travail.
- Il faudrait prévoir, dans le temps du voyage, un moment de travail commun entre les participants, pour échanger, et envisager des projets. Pour préserver les informations et l'énergie du moment.
- Ils ont l'avantage que leur région soit touristique. A nous de trouver ce qui pourrait être notre atout, dans notre région et baser le plan de promotion là-dessus pour emballer le public.
- Certains produits proposés se vendent bien là-bas mais ne se vendraient pas aussi bien voire pas du tout ici (pulls, par exemple).
- Nous pourrions partir de projets de produits simples à gérer/fabriquer mais par contre prévoir une campagne de publicité marketing du tonnerre.
- Il faudrait proposer la laine locale aux entreprises qui achètent pour l'instant leur laine ailleurs.
- On pourrait équiper tous les acteurs de la filière laine, travaillant en public (stand, démo, vente...) d'un article visuel reconnaissable, attirant, sympa (un gros mouton avec le logo, une banderole, à réfléchir.).
- Il faudrait créer un "label" laine belge (ou française ou...), que les gens comprennent qu'ils achètent un produit "classe".
- En Wallonie, il est dommage que pour s'approvisionner les artisans doivent passer par un intermédiaire. La filière laine devrait pouvoir écouler une partie de la laine elle-même. Cela pourrait faire partie de ses missions (financées, donc) intégrées dans son plan de développement.
- Il faudrait organiser une réunion de travail entre les participants au voyage, pour ne pas perdre la dynamique des échanges et continuer à avancer ensemble.
- La Filière laine pourrait organiser une réunion spécifique destinée aux éleveurs, pour voir s'ils souhaitent s'organiser pour faire fabriquer un produit en commun.
- Il est intéressant de disposer d'un répertoire des entreprises acceptant de travailler à façon sur notre territoire, pour pouvoir imaginer des produits qui seront fabriqués localement.
- Chaque laine peut bel et bien avoir son débouché, le tout est de trouver le produit qui lui convient.
- L'attrait du public pour les produits locaux, équitables, naturels continue d'augmenter.
- Il faudrait faire différents scénarios reprenant quel produit, quel chemin de transformation avec quelles entreprises, quels cout, quelle rentabilité, quel financement possible.
- Il faut repenser aux modalités de collecte et de vente de la laine pour arriver à une « Centrale des laines » qui reçoit ou connaît les différents lots de laines, leurs caractéristiques et peut trouver le meilleur acheteur (et le meilleur usage) pour chaque lot.
- Il est important de noter que 3 éleveurs sur 4 rencontrés ne semblent pas concevoir leur activité comme rentable mais comme un appoint pour le ménage ou comme une passion. Et, de manière générale, c'est la viande qui est l'apport principal, même si la laine est un élément très motivant.

- La situation est-elle la même en Belgique ? Plusieurs entreprises visitées ou évoquées semblent en situation économique très précaire ou sans repreneur. Quel impact cela a-t-il sur la pérennité de la filière de transformation de la laine locale ?
- Le voyage a permis de voir plusieurs types de produits, au-delà des classiques fils à tricoter : produits finis tricotés (pulls, gants, chaussettes, etc.), semelles, pantoufles, tapis de différentes natures, couvertures, nappes pour filage ou feutrage, etc. De plus, différents saucissons à la viande de mouton du chocolat au lait de brebis et du savon à la lanoline ont pu être essayés. Cela fait penser qu'il est possible de valoriser un ensemble de produits à partir du mouton (et il y a encore le cuir) mais les lourdes certifications et normes européennes/nationales semblent peser sur plus d'un, à tous les niveaux.
- Il est important, au moins une fois, de faire soi-même le chemin de la toison (voire de la tonte) au pull, pour bien comprendre et savoir tout ce que cela implique.
- Le fait de voir le dynamisme et la créativité des personnes que nous avons rencontrées est une belle source d'inspiration.
- A créer : une information à destination des tricoteurs-teuses qui achètent des fils à tricoter en grande surface, un groupe de travail « laine » au sein des « Amis de la Terre », un café tricot éthique pour réfléchir à notre lien avec l'industrie textile.



Compte-rendu réalisé d'abord et surtout par Perrine Ruamps de l'Ardear Champagne-Ardennes, ensuite par Ygaëlle Dupriez de la Filière laine en Wallonie, avec les apports de Marie Ghysens, Patrice Rampanelli, Philippe Gonne, François Van Bellinghen.

Photos : Christine Mottet

Merci à Nathalie Ketterle pour l'ensemble du voyage.