



Désindustrialisée depuis trente ans, la filière laine se cherche un avenir

Un collectif interprofessionnel des filières lainières françaises tente de recréer une attractivité économique. Il s'agit d'améliorer la qualité, la traçabilité et de trouver de nouveaux débouchés aux 10.000 tonnes produites par an, dont la majorité est exportée.



« Pour relancer la filière, il faut se réformer », prévient Julien Tuffery, à la tête des ateliers qui portent son nom, en Lozère. (AFP)

Par [Nicole Buyse](#)

Publié le 5 juil. 2023

La France compte 5 ou 6 millions de moutons. Lesquelles donnent environ 10.000 tonnes de laine par an, aux trois quarts destinées au marché chinois. A peine 4 % sont transformés dans l'Hexagone. Cela parce que la laine est de piètre qualité et que, surtout, beaucoup d'éleveurs privilégient le lait et la viande.

L'ambition du Collectif Tricolor, créé en 2020 pour fédérer la filière, est de faire passer cette part à 50 % d'ici à 2030. L'association interprofessionnelle vient d'élire à sa tête Cédric Auplat, patron de [Peignage Dumortier](#) (4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires pour

100 salariés) à Tourcoing, où se tenaient en mai ses deuxièmes journées nationales. Tout un symbole. La ville du Nord et sa voisine Roubaix furent, au XIX^e siècle, les capitales mondiales de la laine.

Prendre conscience des enjeux

C'est peu dire que la tâche est immense : remettre sur pied une filière désindustrialisée depuis trente ans. Tricolor réunit des éleveurs de moutons (25.000 en France) jusqu'aux distributeurs et aux marques, en passant par les transformateurs - peigneurs, filateurs, tisseurs - et des chercheurs.

Dans un premier temps, il s'agit déjà que tous les acteurs de la chaîne prennent conscience des enjeux et du rôle de chacun, en amont comme en aval. Et l'objectif est d'instaurer un dialogue entre eux dans l'espoir qu'un cercle vertueux puisse recréer, à terme, une véritable activité économique.

Un coproduit de l'élevage

Adhérent de la première heure à ce collectif, Julien Sylvain, le fondateur du fabricant de matelas [Tediber](#), est en quête de performance écologique. Sur les 100.000 matelas que la PME (50 millions de chiffre d'affaires et 75 salariés) vend chaque année, moins de 4.000 sont faits de laine et sont fabriqués en Auvergne, avec des fibres provenant de cette région, du Limousin ou du Poitou. C'est une alternative à la mousse dérivée du pétrole ou du latex qui vient de l'autre bout du monde. La fabrication de matelas ne nécessite pas de fibre longue. Et la laine a l'avantage d'être [indéfiniment réutilisable](#).

Pour valoriser le produit, il faut aussi le penser comme autre chose qu'un coproduit de l'élevage pour la viande ou le lait.

Pascal Gautrand Délégué général de Tricolor

« Nous aimerions en utiliser plus mais il faudrait qu'elle soit labélisée avec une traçabilité et, surtout, que les éleveurs soient mieux rémunérés pour être incités à fournir un produit de qualité », souligne Julien Sylvain. La laine sort de la tonte souvent mélangée à de la paille, pas très propre et peut être trop odorante si elle est longtemps stockée.

Trois ans de tonte

Eleveur dans l'Aube, le secrétaire général adjoint de la fédération nationale ovine Jean-Roch Lemoine, qui vient de passer la main comme président du collectif, affirme que les 4 tonnes de laine de la tonte de ses 1.800 bêtes l'an dernier (à 5 centimes le kilo de laine) lui ont rapporté 200 euros. Un piètre résultat qui explique que trois ans de tonte dorment dans les greniers des éleveurs, attendant de meilleures conditions - d'autant que la Chine,

qui paye mieux, achète peu depuis trois ans. Les exportations sont tombées à 5.000 tonnes en 2021, contre 7.000 en 2017.

Au sein du collectif, un groupe de travail planche sur un futur outil numérique de traçabilité. Cela permettrait de retrouver l'origine des lots (60 races en France), alors qu'aujourd'hui les négociants mélangent les provenances. Et d'indiquer [l'impact carbone](#) et environnemental, ce que pourrait imposer à terme un label européen. « Pour valoriser le produit, il faut aussi le penser comme autre chose qu'un coproduit de l'élevage pour la viande ou le lait », explique Pascal Gautrand, délégué général de Tricolor.

« Il faut se réformer »

Sur le papier, les débouchés de cette fibre aujourd'hui considérée comme un déchet ne manquent pourtant pas. « C'est une fibre isolante que ce soit thermiquement ou acoustiquement. Elle a des valeurs déperlantes, ne retient pas la poussière, et la lanoline et kératine qu'elle contient peuvent être utilisées dans l'industrie cosmétique ou pharmaceutique », défend Eric Mézin, délégué général de l'Union des industries textiles et habillement du Nord. La PME Peignage Dumortier est justement en train de mettre au point un système de lavage des toisons qui permettrait de récupérer cette lanoline sans trop utiliser d'eau.

Tricolor a par ailleurs lancé un autre groupe de travail autour des géotextiles pour trouver une alternative aux fibres de coco, venant de loin, ou aux fibres synthétiques et non biodégradables. « Le niveau de valorisation est moindre que pour l'habillement mais il y a du volume et c'est plus vertueux », ajoute Pascal Gautrand. L'objectif est donc de convaincre les transformateurs, qui ne connaissent aujourd'hui guère que les laines étrangères ou les fibres synthétiques, de se réapproprier la fibre.

« Mais pour relancer la filière, il faut se réformer », prévient Julien Tuffery, à la tête des [ateliers](#) qui portent son nom à Florac, en Lozère. La PME, qui affiche plus de 3 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 31 salariés, a racheté il y a deux ans les Tissages d'Autan, un atelier du Tarn spécialisé dans la production de tissus à partir de matières naturelles et recyclées.

Tuffery fabrique plus de 40.000 produits (veste, pantalon, vareuse), dont une gamme à base de laine issue de troupeaux de Lozère ou de mérinos d'Arles, des produits entièrement made in France. « Tout le monde veut du local et du beau, mais personne n'est prêt à en payer le prix. Une toile en laine française coûte dix fois plus cher que celle en coton venant de l'autre bout du monde », rappelle celui qui a accepté de réduire ses marges et a créé son propre modèle maîtrisant toute la chaîne de valeur.

Nicole Buyse (Correspondante à Lille)