

## TRAJECTOIRE D'EXPLOITATION

N°3

### FOCUS SUR...

Lait d'ânesse

### FILIÈRE ÉQUINE

Élevage de baudet du Poitou

### RÉGION



### LE LAIT D'ÂNESSE EN BREF...

Le lait d'ânesse est utilisé depuis l'antiquité, il possède en effet des propriétés hydratantes, nutritives, apaisantes, raffermissantes et régénérantes pour la peau. Jusqu'au début du XX<sup>ème</sup> siècle, il fut également utilisé pour l'alimentation des nourrissons. Sa composition est proche de celle du lait maternel. C'est un lait très digeste, ses propriétés anti-inflammatoires ont également été prouvées, ce qui en fait un produit intéressant pour les personnes sujettes à des problèmes digestifs. Actuellement, une soixantaine de producteurs de lait d'ânesse est recensée en France. La plupart, valorise ce lait sous forme de produits cosmétiques commercialisés en vente directe. Quelques-uns développent aussi des produits alimentaires transformés. Le lait d'ânesse a une bonne image de produit naturel auprès des consommateurs, ce qui permet d'en faire un produit de qualité à plus grande valeur ajoutée.

## Un élevage de baudet du Poitou avec production de lait d'ânesse valorisée sous forme de cosmétiques

Une production de lait qui est transformée en laboratoire pour concevoir une gamme innovante de produits cosmétiques et des ânon vendus pour le loisir ou l'élevage

Une exploitation à taille humaine avec une stratégie de valorisation du lait basée sur des produits finis originaux et innovants. Le chef d'exploitation et sa conjointe souhaitent vivre de leur passion, au contact des animaux, tout en conservant une charge de travail limitée. Le choix d'utiliser le baudet du Poitou est à la fois une volonté de participer à la sauvegarde de la race et un moyen de valoriser plus facilement les produits.

### Données repères

**Statut :** individuel  
**Main-d'œuvre :** 2 ETP  
 • le chef d'exploitation : 1 ETP  
 • sa conjointe collaboratrice : 1 ETP

**Surfaces :**  
 26 ha de SAU en prairies permanentes  
 Prairies en conversion Agriculture biologique

**Equidés (cheptel moyen 2018/2019) :**  
 25 têtes au total  
 dont 23 ânes de race baudet du Poitou  
 (15 ânesses reproductrices, 5 ânesses de moins d'1 an, 1 baudet reproducteur, 2 mâles de moins d'1 an) et 2 ânesses autres que baudet du Poitou (OC)

**Infrastructures :**  
 Deux bâtiments de stockage, un atelier/local commercial et un abri amovible pour les ânon

### Chiffres clés de l'activité

**Reproduction (en moyenne) :**  
 15 ânesses à la saillie  
 6 ânesses en lactation  
 6 ânon sevrés

**Production lait et cosmétiques :**  
 Traite réalisée seulement sur 2 mois de l'année (en dehors de la période des marchés)  
 • 60 L / ânesse / an  
 • soit 1 L / ânesse / jour sur 60 jours (2 traites manuelles / jour)

**Gamme de produits cosmétiques à base de lait d'ânesse :** 5 produits (savon classique, 2 shampoings secs, lait main et corps, crème visage)  
 La transformation du lait en cosmétiques est externalisée (2 laboratoires).

**Vente des produits cosmétiques :**  
 Commercialisation en vente directe  
 4,50 € / savon (3000 savons vendus/an)  
 7 € / shampoing sec  
 18 € / lait main et corps  
 23 € / crème

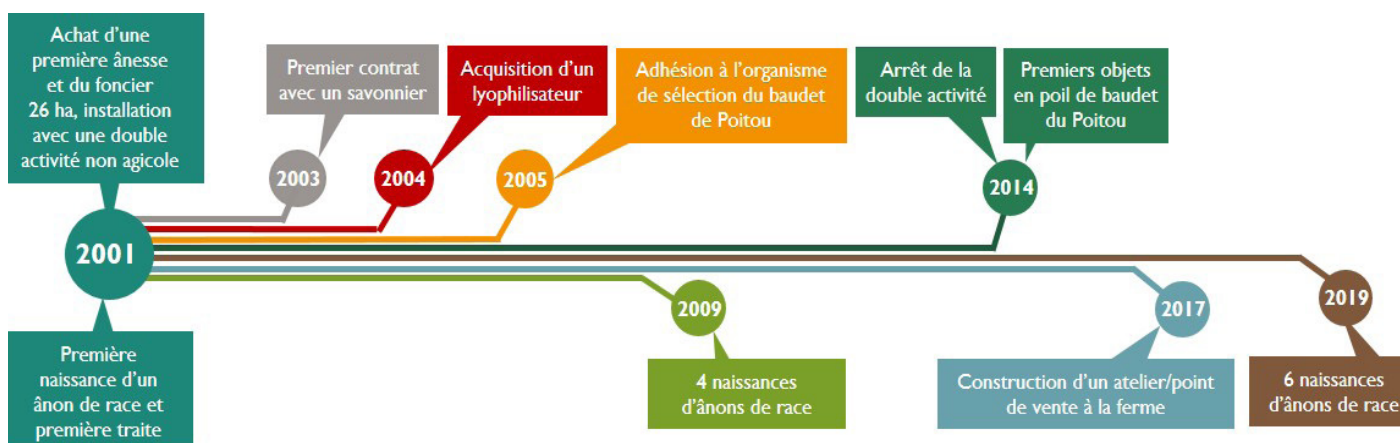
**Vente des ânon :**  
 4 à 8 ânon par an  
 Vente au sevrage 300 à 1 500 € / tête  
 Débouché loisir, agrément ou élevage

## Historique de l'exploitation

Issu d'une famille d'agriculteurs, le chef d'exploitation a d'abord travaillé dans ce milieu avant de le quitter. Le retour à l'agriculture s'effectue suite à un reportage à la télévision qui lui donne l'idée de créer un élevage d'ânesses laitières. Le couple achète sa première ânesse sur une opportunité. A l'époque, le choix du baudet du Poitou s'est fait naturellement par l'absence d'intérêt pour les autres races.

Aujourd'hui, l'élevage se diversifie pour plus de variété dans les couleurs de poils. Le cheptel a été augmenté progressivement avec le renouvellement des femelles de l'élevage. La surface n'a pas été augmentée depuis l'installation sur un terrain qui comprenait déjà les principaux bâtiments d'exploitation.

### Quelques dates clés



## Spécificités point par point

### Conduite de l'élevage

Les ânesses sont saillies en liberté par le baudet de l'exploitation. Un nouveau baudet est acquis tous les 3 ou 4 ans en fonction de sa compatibilité avec le programme pour la conservation de la diversité génétique de la race. Environ 3 femelles sont conservées chaque année, les ânesses sont réformées vers 10-12 ans afin de leur garantir une seconde vie chez des particuliers pour l'agrément.

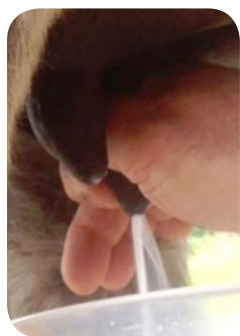
Sur 10 à 15 ânesses mises à la reproduction, environ la moitié donnent naissance à un ânon, ce qui correspond à un taux de naissance moyen observé dans la race (47 % sur les 8 dernières années). Il n'y a pas de suivi échographique car cela représente trop de frais. Les naissances sont réparties de mars-avril à juillet-août.

Les ânon, co-produits de l'atelier laitier, sont vendus à des particuliers pour l'agrément ou à des éleveurs pour la reproduction. Le prix de vente varie en fonction de l'acheteur et de la destination, soit entre 300 et 1500 euros. Le prix de vente conseillé par l'organisme de sélection pour un ânon baudet du Poitou mâle au sevrage est de 1 000 €.

L'ensemble du cheptel est à l'herbe toute l'année. Du foin est distribué à volonté sauf en été et les ânon sont complétés avec de l'orge humide qui est distribué pendant la traite.



## La traite



La traite commence lorsque l'ânon est âgé d'un mois à un mois et demi et s'arrête peu de temps avant le sevrage, qui intervient de préférence au moment de la vente. Elle s'interrompt en été car c'est la période des marchés.

La traite s'effectue à la main, en liberté. Une traite dure 5 minutes par ânesse, 20 minutes pour tout le cheptel. Les ânesses baudet du Poitou ont un très bon caractère et se laissent manipuler et traire facilement. La traite est également facilitée par leur grande taille. Les ânonnes sont enfermées dans un abri mobile pendant la journée et retrouvent leurs mères après la traite du soir. Les ânesses sont traitées deux fois par jour, en milieu et en fin de journée, parfois trois quand elles sont en pleine lactation. La mamelle est désinfectée avec un produit non agressif destiné au lavage des mains. Le lait est analysé bactériologiquement chaque année.

## La transformation

Le lait issu de la traite est réfrigéré puis transformé par l'exploitant en poudre. Cette poudre est stockée en attendant de constituer une quantité suffisante (15 à 20 kg) pour optimiser les frais de transformation. La transformation du lait en produits cosmétiques est assurée par deux laboratoires situés dans le sud et dans l'est de la France.

## Quelques indicateurs de fonctionnement

### Résultats économiques

Chiffres globaux 2018

Produit brut total	60 838 €
Produit brut/UMO totale	35 419 €
Produit brut/équidé présent	2 834 €
Vente de produits transformés	52 502 €
Charges opérationnelles	21 776 €
Dont frais de transformation	14 794 €
Charges de structures (dt amortissements)	14 468 €
EBE	24 594 €
EBE/UMO	12 297 €

L'exploitation n'a pas encore atteint son rythme optimal, une augmentation du chiffre d'affaires de 20% permettrait, selon le chef d'exploitation, une rémunération plus confortable.

### 5 RÉFÉRENCES DE PRODUITS FINIS SONT PROPOSÉES À LA VENTE TOUTE L'ANNÉE :

Savon classique, lait mains et corps, shampoing sec et crème visage. Chaque référence contient 25 à 30 % de lait d'ânesse (2,5 à 3 % de poudre) ainsi que des composés majoritairement issus de l'agriculture biologique. L'innovation est limitée car à chaque modification il faut tester les produits, revoir les emballages...



**Des produits originaux en poil de baudet du Poitou sont également développés afin de susciter la curiosité et attirer les acheteurs. Ces articles restent pour le moment en série limitée car ils demandent un surplus de travail et de la matière première.**

## La commercialisation

Les produits transformés sont commercialisés en vente directe principalement : par Internet (15 %), à la ferme (10 %), sur les marchés (75 %). Les marchés ont lieu principalement pendant l'été (les mêmes 4 marchés toutes les semaines avec une clientèle d'habitues).

Des visites gratuites de la ferme sont proposées afin d'en promouvoir les produits.

### Impact environnemental, bien-être, social (travail, pénibilité)

Même si aucune démarche de certification n'est envisagée pour les produits cosmétiques, les productions végétales sont en cours de conversion en agriculture biologique. Le système s'inscrit dans une démarche de préservation du patrimoine génétique domestique avec le choix d'une race à faible effectif.

Le vrai moteur du couple est la passion et non la productivité même s'ils recherchent un équilibre entre la charge de travail et la rentabilité économique. La vente par Internet permet de limiter le temps et les déplacements liés à la commercialisation même si les exploitants conservent la vente sur les marchés pour son côté agréable. Le travail est plus important en période de reproduction. Des congés sont pris plutôt en hiver. La taille raisonnable de l'exploitation et la charge de travail limitée permettent également de porter une attention accrue au bien-être des animaux.



# Analyse stratégique



## Forces

- Métier-passion !
- Système de production avec très peu de charges d'approvisionnement, grâce notamment à la conduite du troupeau en extérieur et à un partenariat pour la fauche et l'alimentation des animaux
- Innovation et imagination pour se démarquer (shampoings solides, objets en poil)
- Technique de lyophilisation permettant un envoi facile du lait sous forme de poudre



## Faiblesses

- Pas de visibilité sur l'avenir de l'exploitation (enfants pas intéressés et foncier difficile à transmettre en dehors de la famille car situé autour de la maison d'habitation)
- Performances de reproduction limitées (critères non sélectionnés dans la race, absence de suivi échographique des ânesses)



## Opportunités

- Tirer parti d'un environnement propice : zone rurale avec dynamique de développement pour le tourisme de proximité d'une zone urbaine
- Bénéficier des avantages de la vente en ligne en adaptant ses produits
- Travailler avec des laboratoires pour bénéficier d'un savoir-faire de fabrication et gestion des contraintes liées au test sur les produits
- S'inscrire dans le collectif (adhésion à l'organisme de sélection) pour mieux valoriser les co-produits (ânon)



## Menaces

- Grande attention à porter à la législation des emballages et aux contraintes sanitaires qui limitent l'innovation.
- Rester dépendant de la tenue des marchés pour la commercialisation malgré la vente en ligne.



## Regard d'éleveur

*Les éléments indispensables à la réussite de mon entreprise sont la conduite d'élevage « sans frais » et l'originalité avec un ou deux produits phares pour se démarquer.*

*Nous avons la chance d'avoir été dans les premiers à faire du shampoing solide et avons bénéficié du savoir-faire de la savonnerie. Je souhaite continuer le plus longtemps possible car la passion reste présente au fil des années : je n'ai pas l'impression de travailler.*



## Facteurs clés de réussite

- Passion des animaux et du métier
- Savoir-faire (gestion de la reproduction, transformation, commercialisation)
- Innovation et adaptation = construire une gamme de produits qui se démarque en satisfaisant la demande des clients
- Trouver les bons partenariats (laboratoires, partenaires commerciaux)
- Donner du sens et raisonner sa production en fonction d'un projet
- Sélection des ânesses (caractère, lactation et performances de reproduction)
- Valorisation des ânon

Ce travail a été réalisé par Clémentine Bonnin de France Ânes et Mulets / Société Française des Equidés de Travail, pour le Réseau national Économique de la Filière Équine

Contact : [cleme.bonnin@wanadoo.fr](mailto:cleme.bonnin@wanadoo.fr)

Document édité par l'Institut de l'Élevage – Septembre 2020 - Référence Idele : 00 20 602 009

Mise en page : Katia Brulat (Institut de l'Élevage)

Crédit photos : Eric Rousseaux, Franck Anderson, Asinerie de la Rivière

RÉFÉRENCES - Réseau Économique de la Filière Équine

