

## À la ferme Elizaldia, vente et production sont indissociables



▲ MAÏTÉ ET JEAN-BAPTISTE LOYATO produisent des jambon de Bayonne dont l'affinage dure entre 12 et 16 mois selon leur poids.

**Depuis leur installation en 1983** avec 42 truies naisseur-engraisseur, Jean-Baptiste Loyato et sa femme Maïté ont mené de front le développement de leur activité de vente en direct et l'augmentation de la taille de leur élevage.

**À** Gamarthe, petit village du Pays Basque de 110 habitants, Maïté et Jean-Baptiste Loyato sont les principaux employeurs de la commune. Chaque semaine, avec leurs 40 salariés, ils transforment et vendent 140 porcs sous forme de viande fraîche et produits de charcuterie. En parallèle, les éleveurs gèrent un atelier naissage de 160 truies et deux engraissements. « *Nous avons toujours voulu produire ce que nous vendons* », affirme Jean-Baptiste Loyato, qui a démarré

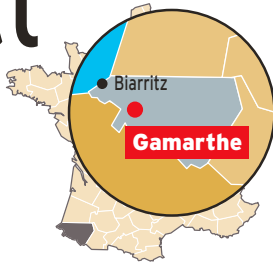
l'élevage de porcs en 1983 en construisant de ses propres mains un atelier de 42 truies naisseur-engraisseur. En 1991, un accident à un œil lui interdit de travailler en milieu poussiéreux. « *C'est ce qui m'a incité à me diversifier dans la vente directe*. » Après une phase d'apprentissage dans la charcuterie, les éleveurs montent en 1995 leur premier laboratoire de transformation... au rez-de-chaussée de leur maison ! « *Nous avons décapitalisé l'élevage pour financer cette installation* », se souviennent-ils. Au fil des temps, le

nombre de porcs transformés augmente progressivement, grâce notamment à la qualité des produits de charcuterie, et le Jambon de Bayonne en produit phare. « *Ce succès nous a permis de réinvestir en retour dans l'élevage pour augmenter nos capacités de production*. » Car même si la vente en direct est plus rentable que l'élevage, les éleveurs ne veulent absolument pas abandonner leur métier d'origine. « *Nous voulons maîtriser la qualité de nos produits, en agissant sur la conduite d'élevage et l'alimentation*. » Les porcs sont abattus à 170-180 kg de poids vif, pour obtenir des carcasses de 120-130 kg. En lignée mâle, le Duroc est associé au Piétrain pour améliorer le persillage de la viande. L'aliment d'engraissement est supplémenté en graine de lin. « *Les consommateurs sont sensibles à l'argument « santé » et au meilleur profil d'acides gras apporté par cette matière première à la viande*. » Jean-Baptiste Loyato estime que ce cahier des charges « maison » augmente son coût de production de 25 % par rapport à une production standard. « *Mais grâce à la meilleure qualité des carcasses, le rendement à la transformation est amélioré. Au final, nous sommes gagnants*. » En revanche, les éleveurs n'ont pas souhaité se lancer



▲ QUATRE CAMIONS-MAGASINS font les marchés de la région six jours sur sept.

# Direct les



▶ **LES CARCASSES** sont découpées et transformées à la ferme. Les deux tiers des carcasses sont valorisés en produits de charcuterie.



dans la bio, une production trop coûteuse et qui ne correspond pas à la demande de leurs clients traditionnels. « *Le meilleur signe officiel de qualité, c'est notre identité basque, synonyme de produits traditionnels, savoureux et de qualité.* » Les porcs sont abattus deux fois par semaines à l'abattoir Fipso de Lahontan. La découpe des carcasses se fait dans les ateliers de la ferme. Les deux tiers des carcasses sont valorisés en produits de charcuterie. Le Jambon de Bayonne tient une place prépondérante dans l'activité de l'entreprise. « *Cette dénomination, protégée depuis 1998 par une IGP, nous a beaucoup aidés à développer nos ventes* », affirme l'éleveur. Des investissements importants ont été faits dans des salles de séchage et de maturation. Selon le poids des jambons, l'affinage dure de 12 à 16 mois. « *Un temps d'immobilisation qui nécessite une trésorerie importante pour financer le stock, mais qui garantit des produits de haute qualité.* »

### « Notre cœur de clientèle est la classe moyenne »

Des produits de qualité que les éleveurs ne vendent pas plus chers qu'en grande surface. « *Nous ne pouvons pas nous aligner sur les promotions. Mais nous sommes au niveau des produits vendus en fond de rayon* », constate Maïté Loyato. « *Notre cœur de clientèle est la classe moyenne, des gens qui savent encore cuisiner.* » La moitié du chiffre d'affaires se fait sur les marchés, avec quatre camions-magasins qui tournent 6 jours sur 7 dans la région. Les éleveurs ont également investi dans quatre points de vente, un à la ferme de Gamarthe et trois dans les principales villes du Pays Basque. Ils répondent aux appels d'offres des collectivités locales pour approvisionner les cantines des écoles ou des administrations. Jean-Baptiste et Maïté Loyato travaillent aussi avec des revendeurs d'autres régions françaises, en région parisienne notamment. Pour se faire connaître, ils participent à des salons professionnels sur toute la France. « *L'obtention d'une médaille pour notre Jambon de Bayonne au salon agricole de Paris a beaucoup fait pour sa notoriété.* » L'avantage de cette diversité de débouchés est de ne pas être dépendant d'un seul client. « *Le plus gros doit représenter moins de 10 % de nos ventes.* » En revanche, peu de produits sont vendus en ligne. Le site internet ([www.charcuterie-en-ligne.com](http://www.charcuterie-en-ligne.com)) sert surtout à présenter l'entreprise. Il sera prochainement entièrement refait. « *Nous devons mieux maîtriser nos outils de communication pour continuer le développement de notre activité* », estime Maïté Loyato. Pour cela, les éleveurs comptent

sur leur fille aînée, qui vient de finir ses études dans la communication, et qui veut intégrer rapidement l'entreprise familiale. Les deux autres enfants, actuellement en école d'ingénieur agricole à Toulouse, pourront aussi, s'ils le désirent, revenir au pays. « *La transformation et la vente en direct font travailler cinq fois plus de personnes que la seule production. En développant ces activités, nous redynamisons aussi notre petite commune rurale et permettons à ses habitants de rester travailler au pays* », concluent Jean Baptiste et Maïté Loyato. ■ **Dominique Poilvet**



**CHOICE GENETICS**

**La Naïma a 20 ans, une nouvelle étape de progrès**

- Plus de confort
- Plus de kilos produits
- Plus d'innovation

**NAÏMA Evolution 20 ans**

[www.choice-genetics.com](http://www.choice-genetics.com)

Choice Genetics est une société du **GRUPE GRIMAUD** L'écllosion de la Vie

Innovation mondiale. Performance locale.