



**HAL**  
open science

## **Pratiques de commercialisation des caprins sur le marché de la viande par les éleveurs et les bouchers en Guadeloupe**

Gisèle Alexandre, David Gau, Ode Coppry, Philippe Aurore, Elie Shitalou

### ► **To cite this version:**

Gisèle Alexandre, David Gau, Ode Coppry, Philippe Aurore, Elie Shitalou. Pratiques de commercialisation des caprins sur le marché de la viande par les éleveurs et les bouchers en Guadeloupe. 7. International conference on goats, May 2000, Tours ; Poitiers, France. <hal-02771832>

**HAL Id: hal-02771832**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02771832v1>**

Submitted on 4 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

## PRATIQUES DE COMMERCIALISATION DES CAPRINS SUR LE MARCHÉ DE LA VIANDE PAR LES ELEVEURS ET LES BOUCHERS EN GUADELOUPE

G. ALEXANDRE (1), D. GAU (1), O. COPPRY (1), P. AURORE (2), M. NAVES (1), E. SHITALOU (3)

(1) INRA-URZ, Domaine Duclos, 97170 Petit Bourg (Guadeloupe – FWI)

(2) Lycée agricole, 97122 Baie-Mahault (Guadeloupe, FWI)

(3) Chambre d'Agriculture, Rond Point Destrellan, 97122 Baie-Mahault (Guadeloupe, FWI)

**RESUME** – En Guadeloupe, la demande en viande de cabris est élevée et la production locale ne couvre que 40 % de la consommation. L'écoulement de la viande locale souffre de l'inorganisation des circuits de distribution et subit les effets de la concurrence des importations de viande congelée. Ce travail fait le point des pratiques de commercialisation des caprins sur le marché de la viande par les éleveurs et les bouchers de Guadeloupe. Pour 22% des éleveurs, l'élevage caprin est une activité secondaire ainsi la vente est non organisée ; pour 28 % le cabri est une source de revenu faible et surtout une consommation personnelle; pour 38%, c'est une activité principale et une vente rentable et pour 12 % la production s'appuie sur une vente régulière et sûre et nécessite une organisation commerciale. La vente par les bouchers est dépendante des stratégies commerciales des entreprises : une classe de bouchers traditionnels (40.6 %) fournissent principalement de la viande locale au détail ; une classe de bouchers traiteurs (12.5 %) commercialisent carcasse et découpe locale, une classe de petites et moyennes surfaces de proximité (12.5%) effectuent toutes les formes de vente et une classe de grandes surfaces vendent en grande partie de la viande congelée découpée.

**Mots-clés** : viande de chèvres, commercialisation, éleveurs, bouchers, Guadeloupe

**SUMMARY** – Little is known about supply/demand characteristics of goat market in the Tropics. In Guadeloupe, meat goat demand is very high but meat supply is dramatically insufficient at the local level. High amounts of frozen carcass and meat are imported. Meat production improvement relies not only upon technical considerations but also upon market conditions. This work deals with marketing systems of, on the one hand, primary producers and on the other hand butchers and urban markets. A survey was conducted on a sample of 3% of total goat breeders. Mostly, primitive production trends tend to be associated with unorganised marketing system: for 22% of farmers, goat production is not sufficiently relevant; for 28 % of breeders family consumption is prevailing. On the contrary, for 38 % of breeders intensive production is carried out and therefore selling is a complete activity. Twelve percent has a highly organised farming enterprise and have regular marketing channels and markets. Another survey was carried out upon 15 % of total butcher shops. They were grouped in 4 classes according to the economical characteristics of their enterprise: 40.6 % of them are traditional retail butchers; 12.5 % are selling carcass and cooked meat or food, another 12.5% are district market selling all kinds of meat and carcass and the last 34.4% of butchers are urban big markets selling mainly frozen imported meat.

**Keywords**: goat meat, marketing systems, breeders, butchers, Guadeloupe.

## INTRODUCTION

En Guadeloupe, une grave crise structurelle et organisationnelle caractérise la filière animale. Celle-ci est dominée par la production de viande, quelles que soient les espèces animales, dans des systèmes naisseurs-engraisseurs pour la grande majorité. Deux modes de production prédominent (même si une multitude de systèmes est représentée), une minorité organisée de quelques gros élevages « modernes » et une grande majorité d'élevages traditionnels (Salas, 1989, Alexandre *et al.*, 1997). La filière caprine en Guadeloupe n'échappe pas à cette règle générale. Comme dans toute la zone tropicale (Devendra et Mc Leroy, 1982), les caprins sont élevés pour la viande. Ils sont le plus souvent intégrés dans un système de production extensif familial et de façon à valoriser des zones difficiles. Mais il existe aussi de grosses structures d'élevage qui sont spécialisées dans la production caprine semi-intensive (Alexandre *et al.*, 1997 ; Gau *et al.*, 2000). De plus, les cabris jouent un rôle culturel important dans cette zone, leur viande est en effet très prisée tant sur le plan gustatif que sur le plan religieux (Alexandre *et al.*, 1997). Malgré l'omniprésence des cabris sur le département, les facilités d'élevage de cet animal et malgré leur grande productivité (Alexandre *et al.*, 1999), l'offre en viande ne couvre la demande qu'à hauteur de 40 % du total consommé en Guadeloupe selon les dernières estimations des statistiques agricoles (INSEE 1997). La production locale est en compétition avec les importations de carcasses congelées. Un autre constat tiré de la lecture des statistiques est que l'effectif caprin est en régression (soit -25 % de l'effectif de 93 par rapport à 97, où il était de 30000 têtes).

La chambre d'agriculture souhaite mener des opérations de relance avec la plupart des éleveurs en place. Les différents travaux de recherche menés sur la production caprine à partir des génotypes locaux et des ressources alimentaires locales (Alexandre *et al.*, 1997) montrent qu'il existe de réelles potentialités de développement de cette production. Cependant, peu d'études portent sur le marché de la viande d'une façon générale et en particulier sur l'offre de ce produit. Ce présent travail est une première étape dans cette étude de marché. Deux enquêtes ont été menées auprès soit des agriculteurs ou soit des bouchers. La première avait pour objectifs de connaître les modes de mise en marché par les agriculteurs, ainsi que d'appréhender la « filière » caprine à travers la commercialisation, l'organisation de la production. Ces informations sur la filière, peuvent guider les orientations des plans de relance (Shitalou, communication personnelle). La deuxième s'est attachée à décrire les modes d'approvisionnement et de vente des bouchers. De plus, elle a permis de réaliser un sondage d'opinions auprès des

professionnels à propos des qualités ou des défauts de la viande locale en comparaison avec la viande congelée importée.

## 1. MATERIEL ET METHODES

### 1.1. ENQUETES AUPRES DES AGRICULTEURS

Le questionnaire général a été réalisé pour une étude très complète. Une première partie permettait de décrire les caractéristiques générales de l'exploitant et les structures de son exploitation. La deuxième partie portait principalement sur le sous-système élevage au sein du système de production. Une troisième grosse partie a donné les fondements de la typologie de fonctionnement (conduite de la reproduction, pratiques d'alimentation et conduite sanitaire) analysée par ailleurs (Gau *et al.*, 2000). La dernière partie s'est attachée à mieux appréhender le sous-système de gestion des systèmes d'élevage et abordait aussi les problèmes relatifs à la réorganisation de la filière en Guadeloupe. L'enquête a pu être réalisée auprès de 65 éleveurs, ce qui représente un taux de sondage de 3% du nombre des éleveurs recensés (INSEE 1997).

### 1.2. ENQUETES AUPRES DES BOUCHERS

Près de 15 % des bouchers ou commerces recensés ont été consultés (soient 39 entretiens). La première partie de l'enquête a permis de décrire le type de commerce, sa localisation et les viandes offertes. La deuxième partie s'est attachée à comprendre les modes d'approvisionnement (source, fréquence, prix et forme de présentation). Dans une troisième partie ce sont les modes de vente qui ont été renseignés (forme, fréquence et prix de vente). Dans la dernière partie il s'agissait davantage d'une discussion orientée portant sur l'opinion du boucher. Les questions ont porté sur les raisons du choix de la viande de chèvres sous quelle que forme que ce soit (locale ou congelée, carcasse ou découpe, ...) sur les critères de qualité ou encore sur les défauts reconnus à ce type de viande ainsi qu'un sondage d'opinion à propos d'un « produit local ».

### 1.3. TRAITEMENT DES DONNEES

Après apurement et recodage des données brutes, des classes équilibrées ont été définies selon l'analyse des tableaux croisés dynamiques. Les méthodes d'analyse factorielle (analyse des correspondances multiples) et les techniques de classification automatique du logiciel SPAD (Lebart *et al.*, 1998) ont été employées. L'étape de la méthode de classification a permis de déterminer le nombre de classes des deux typologies.

## 2. RESULTATS ET DISCUSSION

### 2.1. COMMERCIALISATION DE CABRIS PAR LES ELEVEURS GUADELOUPEENS

#### 2.1.1. Analyse globale des facteurs explicatifs

Plusieurs tendances peuvent être retenues à la lecture de la composition des quatre principaux facteurs explicatifs représentant 19% de l'inertie totale. L'axe 1 met en évidence la force de vente liée à une certaine connaissance et une pratique des techniques de ventes en général. L'axe 2 fait le lien entre la technicité en élevage caprin, la technique de vente des cabris et l'adaptation de l'élevage aux besoins de la vente. L'axe 3 représente l'organisation du réseau d'écoulement (Grandes et Moyennes Surfaces, GMS) et les tarifs de vente (prix fixes, estimation), chez des éleveurs à tendance diversifiée (banane, canne). L'axe 4 représente la vente aux particuliers et pour les cérémonies hindoues ainsi que l'organisation et les critères d'écoulement des produits.

#### 2.1.2. Description des classes

Classe 1 - « *Le cabri : une source de revenu faible, une consommation personnelle, une culture Créole* » - 28%. Les éleveurs appartenant à cette classe élèvent des cabris depuis 20-30 ans. Leur élevage composé de peu de têtes (1 à 20), ne représente pas une source de revenu stable et constante. En effet, la vente de la production n'est soit pas organisée (pas de périodes régulières de vente, pas de clients réguliers, vente à l'estimation), soit absente (élevage caprin destiné à la consommation personnelle).

Classe 2 - « *Le cabri : une activité principale, une vente rentable* » - 38%. Pour ces « jeunes » éleveurs installés depuis 10-15 ans, dont l'élevage caprin est l'activité principale (investissements importants), la vente doit être très rentable. Ainsi leur écoulement régulier de la production est axé sur une clientèle hétérogène proposant des tarifs intéressants. Les ventes aux particuliers et aux Indiens pour les cérémonies sacrificielles, permettent une rentabilité maximale, ponctuée tout de même par des périodes creuses. La clientèle des bouchers, quant à elle, représente une demande régulière assurant l'écoulement constant. Les exploitants de la classe 2 renforcent la rentabilité de leur élevage en diminuant les coûts de production par des ventes d'animaux de moins de un an.

Classe 3 - « *Le cabri : une vente régulière et sûre, une organisation commerciale indispensable* » - 12%. Possédant un élevage depuis « toujours », ces exploitants ont acquis avec le temps une clientèle auprès des GMS qui leur assure une régularité et une assurance des ventes. Néanmoins, ils se trouvent confrontés à une recrudescence de la

concurrence des produits importés (Nouvelle-Zélande, France) et se voient obligés d'organiser la commercialisation.

Classe 4 - « *Le cabri : une activité secondaire, une vente non organisée* » - 22%. Les exploitants de la dernière classe, sont avant tout des producteurs de banane ou de canne, ce qui leur a permis d'investir et de constituer assez rapidement (5-10 ans) un cheptel de 20-50 têtes. La production végétale, étant l'activité principale, ces éleveurs ne s'attardent pas à organiser la vente de leurs animaux (pas de période de vente régulière, vente à l'estimation), et se contentent d'un écoulement local auprès des particuliers et des Indiens. Néanmoins, ils basent leur rentabilité sur la vente d'animaux de plus de 25 kg.

### 2.2. COMMERCIALISATION DE VIANDE DE CHEVRES PAR LES BOUCHERS

#### 2.2.1. Situation générale

L'approvisionnement en viande de chèvres est réalisé pour seulement un peu plus du tiers (37%) des bouchers en passant par un agent intermédiaire. Dans 53 % des cas, les bouchers ne s'approvisionnent pas en viande congelée ce qui reste plausible avec la remarque précédente puisque les éleveurs, principaux fournisseurs, n'ont pas accès au conditionnement de leurs produits. Un bon nombre de bouchers (47%) fonctionne encore en répondant ponctuellement à la demande de leurs clients contre 33% d'entre eux qui constituent des stocks de viande congelée (sans doute en relation avec leur niveau d'équipement mais qui n'a pas été déterminé dans cette étude). En majorité des cas (72 %), les fréquences de commercialisation sont élevées (1 à plusieurs fois par semaine) et aucune période de l'année ne s'est révélée être préférentielle. La viande de chèvres est en effet très demandée (Alexandre *et al.*, 1997) et n'est pas seulement une viande festive. Les formes de présentation de la viande locale, les plus réclamées par les consommateurs sont, selon 60 % des bouchers, de la découpe et pour 25 % d'entre eux sous forme de carcasse entière. Pour la viande congelée, les consommateurs s'orienteraient, selon la perception de 53 % des bouchers, plutôt vers de la viande découpée.

Les bouchers répondent avec beaucoup de réticences aux questions portant sur les prix pratiqués quelle que soit la forme de commercialisation (entre 53 et 79 % ne se prononcent pas). Les prix annoncés varient de 20 à 45 F/kg de carcasse (20% des réponses), 50 à 70 F/kg (60 % des réponses) voire jusqu'à 75 à 90 F/kg (20% des réponses). Les prix de la viande congelée découpée sont bien plus faibles 18 à 38 F/kg. Les valeurs estimées de l'animal sur pied varient dans une gamme de 40 à 90 F/kg vif.

L'absence d'organisation de la filière viande explique cette politique très variable des prix sur le marché local, ce sont des conclusions déjà reportées par Salas 1989 pour les bovins en Guadeloupe et par Devendra et McLeroy (1982) pour les petits ruminants dans le monde tropical. Par ailleurs, les niveaux atteints par certains prix sont des indications fortes sur les possibilités de débouchés de la viande caprine sur le marché local.

Les principales raisons du choix des produits locaux sur pied ou en carcasses sont qualitatives : avec 90 % ou 67 % des réponses, respectivement. La forme de présentation sous forme de viande congelée découpée convient aux bouchers pour des raisons d'ordre pratique (43 %) et des questions de prix (19%). Plus précisément, les qualités accordées à la viande locale, sont pour 91 % des bouchers, basées sur des critères organoleptiques (dont 41 % lui reconnaissent du goût). Alors que les défauts qui lui sont attribués se répartissent en, cherté du produit (40 % des opinions), problèmes pratiques de disponibilité et de conditionnement (25 %) et aspects qualitatifs liés tout à la fois à la conformation, au taux de gras insuffisant ou à la

difficulté de conservation du produit (18 %). Tout ou partie de ces problèmes pourrait être levé(e) par l'organisation d'une filière d'abattage *ad hoc* et de conditionnement des carcasses qui permettrait de réguler et standardiser l'offre des produits. En revanche les qualités reconnues à la viande locale devraient permettre de baser un développement conséquent de la production locale pour répondre aux attentes des consommateurs. 70% des bouchers émettent un avis favorable sur la constitution d'un label local. Leurs opinions sur les critères requis sont partagées : 45 % pensent que le produit devra être issu d'un élevage traditionnel présentant de bonnes conditions d'alimentation ; 32% demandent qu'il soit garanti par les normes définies au niveau national et 23 % souhaitent qu'il soit à la fois de qualité mais pas trop cher !

## 2.2.2. Principales classes

La variabilité observée entre les boucheries traditionnelles et celles des grandes surfaces semble respecter la logique de fonctionnement selon les types d'entreprises (tableau 1).

Tableau 1. Typologie de pratiques de commercialisation de viande caprine par les bouchers en Guadeloupe

Classes	%	Pratiques principales
Bouchers traditionnels	40.6	Quantité forte de viande locale découpée. Choix du cabri local pour des raisons qualitatives. Approvisionnement direct et souvent écoulement de production personnelle. Répondent à la demande Vente à 80-120F/kg
Bouchers Traiteurs	12.5	Quantité forte de viande locale en carcasse. Approvisionnement aux 3/4 par producteurs. Choix d'animaux sur pied sur critères qualitatifs, de carcasse locale pour les aspects pratiques et de congelé pour le prix. Fréquence de vente élevée. Prix variables : 80-120 F/kg viande, 80-90F/kg carcasse, 18-22F/kg congelé.
Moyennes surfaces de proximité	12.5	Stock de carcasse locale et de congelé. Quantité forte de viande locale et congelée découpées. Viande locale considérée de qualité mais pas assez disponible. Fréquence de vente très élevée. N'indiquent pas leurs prix d'achat.
Grandes surfaces et discount	34.4	Approvisionnement par agent intermédiaire. Stock de viande congelée. Choix de viande découpée pour raisons pratiques et prix. Quantité forte de viande locale et congelée découpées. Défauts viande locale : prix et disponibilité. N'indiquent pas leurs prix d'achat.

Le marché de la viande de chèvres est très porteur en Guadeloupe. La filière, quoique insuffisamment décrite dans cette étude, semble être très simplement organisée avec une majorité de transactions se faisant directement entre producteurs et bouchers. Cependant, gagner le marché des GMS est un défi à relever pour impulser un dynamisme conséquent à cette profession qui tente de s'organiser, même si cela est fait au coup par coup actuellement. Une étude plus complète pourrait être menée afin de déterminer les flux des produits, de connaître les besoins des consommateurs et les débouchés réels de la viande locale.

**Remerciements :** Cette étude a été réalisée avec la collaboration des techniciens de la Chambre d'Agriculture de Guadeloupe et avec l'aide de M. Meynard stagiaire du lycée agricole et surtout grâce à la bonne volonté des agriculteurs et des bouchers de la région, qu'ils en soient remerciés.

## Références

- Alexandre G., Leimbacher F., Aumont G., 1997. Secteur productif de la filière PR aux Antilles françaises. Document de travail URZ, pp 54.
- Alexandre G., Aumont G., Mainaud JC., Fleury J., Naves M. 1999. Productive performances of Guadeloupean Creole goats during the suckling period. *Small Ruminant Research* 34, 155-160.
- Devendra, C., McLeroy., 1982. Longman, Intermediate Trop. Agric. Series, pp 271
- Gau D., Naves M., Alexandre G., Shitalou E., Mandonnet N. 2000. Systèmes de production et orientations génétiques en élevage caprin en Guadeloupe. 7th IGC, Tours, (in press)
- INSEE 1997. Tableaux économiques régionaux
- Lebart L., Morineau A., Lambert T., Pleuvret P., 1998 : CISIA –CERESTA , pp 283
- Salas M., 1989. Systèmes d'élevages bovin allaitant en Guadeloupe. Diagnostic et voies de développement. Thèse Paris XII, pp 348