



Pratiques de l'activité bouchère dans la région de Tiaret, en Algérie : cas de la viande ovine

Pratiques de l'activité bouchère traditionnelle, et fréquences et motivations d'achats de la viande ovine dans la région de Tiaret en Algérie

Mots-clés : viande ovine, boucherie, carcasse, consommation, abattoir

Auteur : Hafidh Zemour¹, Mohamed Sadoud², Malika Zoubeidi¹

(1) Université Ibn Khaldoun, route d'Alger (14 000), Tiaret, Algérie

(2) Université H. Benbouali Chlef (02000), Chlef, Algérie

Contacts : mh.sadoud@univ-chlef.dz; m_sadoud@yahoo.fr

Dominante dans les circuits de commercialisation de la viande ovine, l'activité bouchère traditionnelle joue un rôle important dans la distribution de la viande dans la région de Tiaret et Algérie.

Résumé :

Cette étude vise à étudier l'activité bouchère en Algérie qui n'a fait jusqu'à présent, l'objet d'aucune étude approfondie. Elle nous a amené à nous interroger sur la logique des bouchers assurant l'activité d'abattage ainsi que sur leur mode d'insertion dans la filière viande ovine. La méthodologie mise en œuvre s'est basée sur une enquête durant la période du COVID 19, en mars-avril 2020 auprès de 31 boucheries pour recenser les fréquences d'achat (en nombre) de viande notamment ovine. Les boucheries traditionnelles sont considérées comme des unités artisanales adaptées au marché local, s'approvisionnant uniquement en vif. Elles répondent aux besoins d'une clientèle variée (ménages et collectivités) et résiste aux fluctuations de l'offre et des prix. Les marges dégagées par cette boucherie traditionnelle se trouvent sous l'influence du niveau de l'offre en vif et de la variabilité de la demande, notamment au cours des périodes de grande consommation (périodes de fête religieuses).

Abstract: Practices of the butchery activity in the Tiaret region in Algeria: the case of sheepmeat

This study is aimed at studying the butchery activity which has so far been the subject of no in-depth study in Algeria. It led us to question the logic of the butchers ensuring the slaughter activity as well as their mode of integration into the sheep meat sector. The methodology implemented was based on a survey during the COVID 19 period, in March-April 2020, among 31 butchers to record frequency of purchase of ovine meat. Butchers are considered to be artisanal units, adapted to the local market, recognized by their suppliers and working with only live provisions and purchasing frequencies. They meet the needs of a varied clientele (households and communities) and they resist fluctuations in supply and prices. The margins generated by this traditional butcher's shop are influenced by the parameters that are the periods of high consumption (periods of religious festivals), as well as the level of live supplies.

INTRODUCTION

La production de viande rouge en Algérie provient essentiellement des élevages ovins (56%) et bovins (34%), celle provenant de l'élevage caprin et camelin représente 8 et 2% respectivement. En Algérie, l'élevage ovin constitue une véritable richesse nationale par ses effectifs, la variété des races, (Dekhili, 2010). D'après les statistiques officielles, l'Algérie compte, en 2017, 26 millions de têtes d'ovins et produisait 325 000 tonnes de viande ovine (MADRP, 2017). La filière ovine algérienne a connu une évolution régulière sur la période récente, passant de 1800 quintaux en 2005 à presque 2700 quintaux en 2017, soit 44,5%. Environ 7 500 000 ovins produits localement sont abattus pour la boucherie, représentant 150 000 TEC (MADR, 2007). Les régions du nord du pays sont des grands consommateurs de viandes

(Komi Apedo, 2008). Les disponibilités en viande ovine ont connu une croissance passant de 3,6 kg/hab/an en 1971 à 6 kg/hab/an en 2012 (CIHEAM IAM, 1998; MADR, 2006 ; FAOSTAT, 2009; Institut de l'élevage, 2012). Des travaux antérieurs sur les viandes estiment la marge commerciale du boucher détaillant entre 10 et 30%, soit la différence entre le prix à la production et celui à la consommation (Boutonnet, 1989), la plus grande partie de cette marge revenant au détaillant (Boutonnet et Simier, 1995, et Sadoud, 2004). Cette étude vise donc à étudier l'activité bouchère qui n'a fait jusqu'à présent, l'objet d'aucune étude approfondie en Algérie. Cela nous a amenés à nous interroger sur la logique des bouchers assurant l'activité d'abattage.

I. MATERIELS ET METHODES

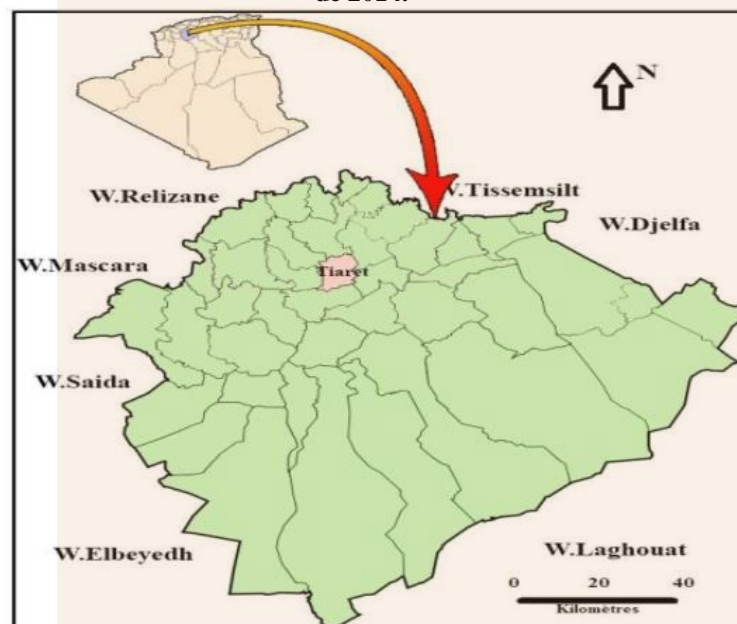
1.1- Présentation de la région de Tiaret

La région de Tiaret est située au Centre Ouest de la région des hauts plateaux du pays et distante de 340 km d'Alger. Son espace est hétérogène, avec une zone montagneuse au Nord, des hauts plateaux au Centre et des espaces semi-arides au Sud. Sa morphologie et sa position géographique lui confèrent un cachet agropastoral. La population ovine est composée de races locales (Rumbi) (DSA, 2016), considérée comme la plus lourde race ovine algérienne, avec des poids avoisinant les 90 kg pour le bélier. C'est une race particulièrement rustique et productive (Chellig, 1992), de forme globalement rectangulaire, caractéristique des races à viande (Cerquiera *et al.*, 2011 ; Laoun *et al.*, 2015).

Cependant la viande, la laine et, dans une moindre mesure, le lait demeure des productions traditionnelles pour ces races.

La région de Tiaret occupe la troisième place en matière d'effectif ovins avec 4,55% du cheptel national après les régions de Djelfa et d'El Baid (Zoubeidi et Chehat, 2011). Elle est considérée comme une région de tradition d'élevage ovin et de tradition de consommation de viande de cette espèce (Sadoud, 2019). Elle a été le site retenu pour notre enquête. Elle se trouve à 1150 mètres d'altitude, son climat se caractérise par un hiver rigoureux avec des chutes de neige fréquentes. et un été chaud et sec. Sa morphologie et sa position géographique lui confèrent un cachet agropastoral (Figure 1).

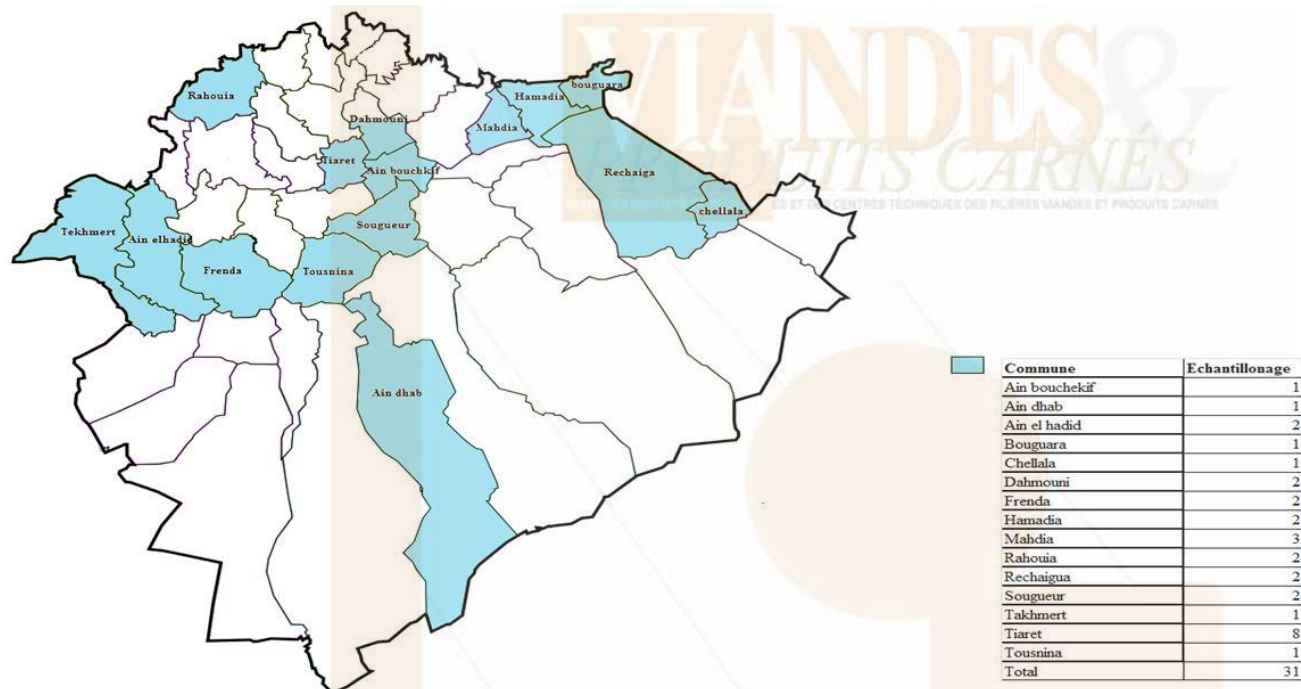
Figure 1 : Carte de situation géographique de la région (département) de Tiaret (site) selon le découpage administratif de 2014.



La méthodologie mise en œuvre s'est basée sur des enquêtes durant la période du COVID 19, en mars-avril 2020 auprès de 31 boucheries répartis dans 15 communes de la région Tiaret, caractérisée par une forte production (Figure 1). Dans le cadre de cette enquête, nous avons détaillé leur source

d'approvisionnement, la fréquence d'achat de leurs clients, le prix d'achat des carcasses et leur prix de vente, le poids moyen des carcasses, l'activité d'abattage par semaine, la qualité recherchée de la viande et les caractéristiques de la clientèle (Figure 2).

Figure 2 : Carte de localisation des bouchers enquêtés dans les différentes communes de la région



1.2- Enquête auprès des bouchers

Au total, 31 bouchers de la région de Tiaret ont été enquêtés. Après quelques questions concernant l'identification du boucher, une vingtaine de questions ont permis de caractériser l'activité bouchère (voir questionnaire

en annexe). L'enquête a été réalisée par une personne qui s'est rendue dans chaque boucherie pour réaliser l'interview du boucher en personne.

II. RESULTATS ET DISCUSSION

Les boucheries (les magasins de détail) représentent le circuit le plus développé qui couvre le plus d'espace à travers le pays. Il s'agit, en fait d'une multitude de points de vente ou boucheries. La majorité d'entre eux s'approvisionne auprès des maquignons selon la demande de leur clientèle, à l'exception de quelques bouchers qui ont déclaré faire leurs achats chez des éleveurs. Ces bouchers commercialisent la viande au détail et contrôlent la presque totalité du circuit de la viande. C'est eux qui interviennent sur le dernier maillon de la chaîne du vif, vu l'inexistence de chevillards dans la région.

Le boucher joue donc en même temps le rôle de chevillard et de boucher : il achète l'animal sur pied auprès des maquignons, abat, découpe et commercialise sa viande. Les bouchers sont en majorité propriétaires de leur magasin. L'âge moyen de ces bouchers est de 45 ans, variant entre un maximum de 55 ans et un minimum de 38 ans. Cependant, 66,7% d'entre eux ont une ancienneté de 10 ans et plus, les autres moins de 5 ans. Ces derniers ont commencé à apprendre le métier, dès leur enfance, au contact de leurs parents. En effet, 32,6% d'entre eux ont un niveau d'éducation primaire, 22,6% aucun niveau, 16% ont respectivement le niveau secondaire et universitaire. Alors que les autres bouchers, soit 4%, sont des diplômés de l'enseignement supérieur.

Plus de la moitié des bouchers est spécialisée dans la viande ovine, alors que près de 45% assurent la vente des autres types de viande bovine, avicoles et cameline. L'ensemble des bouchers dispose de boucheries avec un

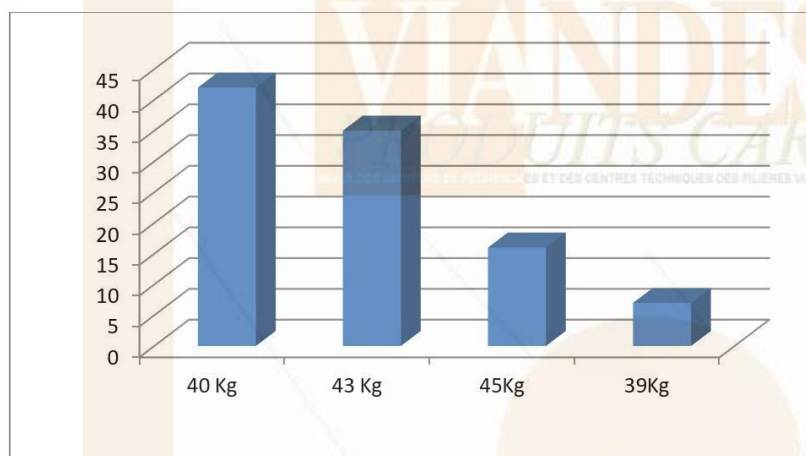
présentoir. Les carcasses ovines, les quartiers et les pièces de viande (épaules, gigots) sont suspendues à des crochets métalliques à l'extérieur de la boutique ou au-dessus de l'étal ; les carcasses sont découpées sur de grands billots de bois. Certains bouchers possèdent un atelier d'engraissement où ils logent des animaux vifs pendant une certaine période avant l'abattage en prévision des périodes de forte demande de la viande (Ramadhan et l'Aid El-Adha).

Nous avons constaté que, pour la catégorie agneau, 45% des bouchers achètent en moyenne 9 à 17 ovins /mois, 26% entre 18 et 26 têtes ovines, 19,4% de 27 ovins et plus, et 9,7%, moins de 9 têtes. Concernant celle des antenais, 29% des enquêtés achètent chacun 10 à 14 têtes / mois et moins de 5 têtes/mois. Ainsi, 22, 6% achètent de 5 à 9 têtes et les autres bouchers (soit 19, 4%) achètent 15 ovins et plus.

Nous avons constaté que 61,3% des bouchers s'approvisionnent à partir des marchés aux bestiaux auprès des maquignons, alors que les autres, soit 38,7%, s'approvisionnent à partir des sites d'élevage, directement auprès des éleveurs pour éviter les problèmes de maladies et donc des pertes de marges.

De ce fait, 42% des enquêtés s'orientent vers des carcasses avec poids variant entre 39 et 41 kg, 35,5% s'orientent vers des carcasses avec un poids variant entre 42 et 44 kg, qui est considéré comme étant le poids idéal pour ces bouchers, 16,1% vers un poids de 45 kg et plus. Les autres préfèrent des carcasses d'un poids de moins de 39 kg (Figure 3).

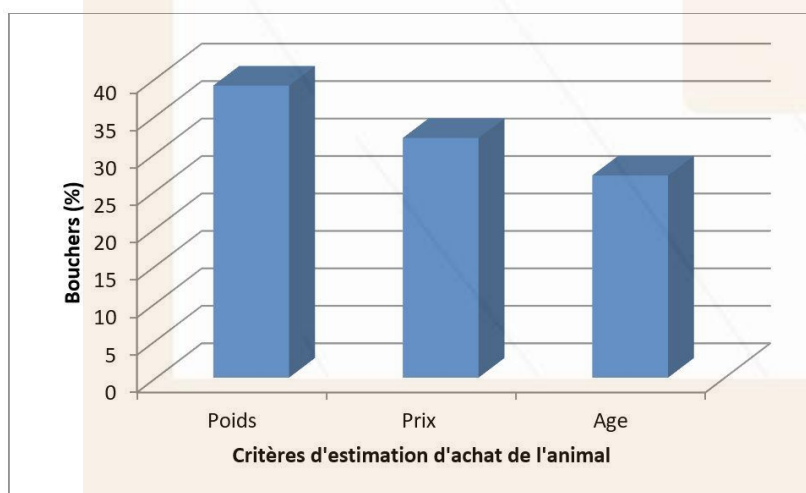
Figure 3 : Poids préférentiel d'achat de l'animal par le boucher



Presque 38% des bouchers estiment que le poids de l'animal est un critère sur lequel se base l'achat de l'animal, 32% d'entre eux estiment que le prix est un critère important

dans l'achat parce qu'ils visent la maximisation de la marge et 29% préfèrent le critère « âge » susceptible d'influer sur la tendreté, critère demandé par le consommateur (Figure 4).

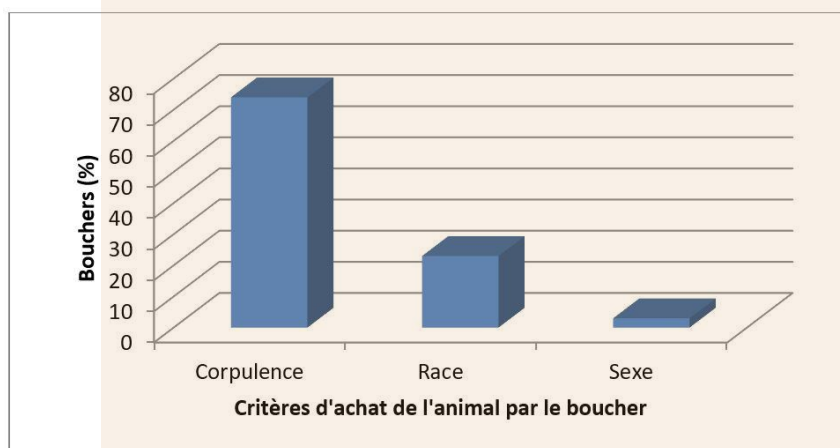
Figure 4 : Critères d'estimation d'achat de l'animal



La grande majorité des bouchers, soit 72,2%, négocie le prix d'achat des animaux selon leur corpulence et les autres

bouchers, selon respectivement le sexe et la race, soit 22,6% et 3%, (Figure 5).

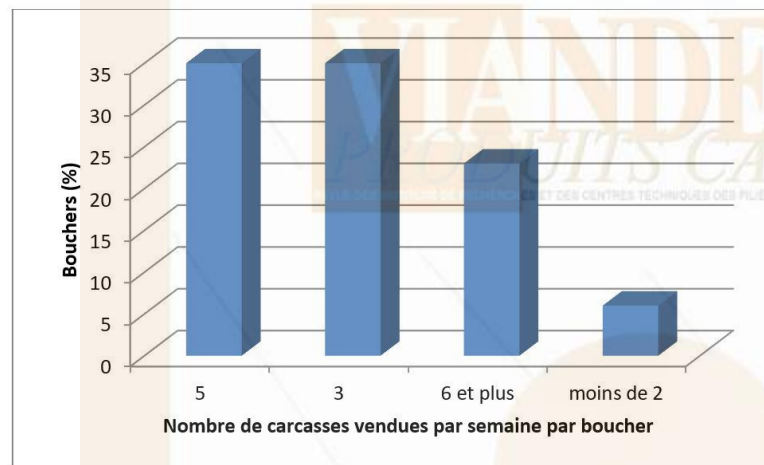
Figure 5 : Critères d'achat de l'animal par le boucher



Concernant les ventes de carcasses par les bouchers, 35% d'entre eux vendent chacun soit 2 à 3, soit 4 à 5 carcasses par

semaine, 22,6% d'entre eux assurent la vente de 6 carcasses et plus et 6,5% moins de 2 carcasses (Figure 6).

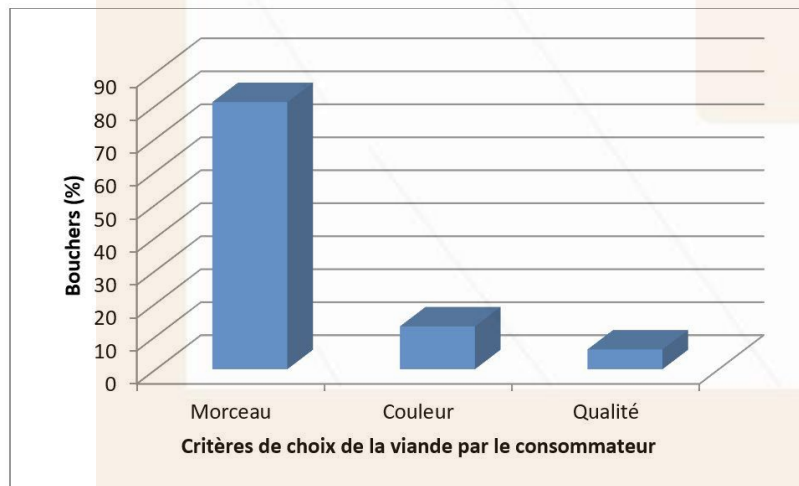
Figure 6 : Nombre de carcasses vendues par semaine par boucher



Cependant, 81% des bouchers déclarent que le consommateur se détermine en fonction du morceau, 13% des bouchers indiquent que les consommateurs se basent sur le

critère de couleur pour le choix et le reste, soit 6%, sur le critère de qualité (Figure 7).

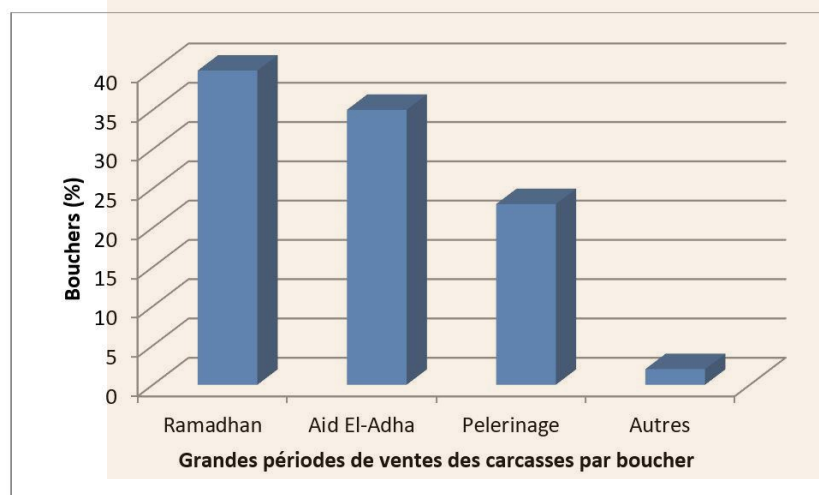
Figure 7 : Critères de choix de la viande par le consommateur selon les bouchers



Une part importante de bouchers (40%) déclare que la période la plus intense de vente des carcasses est le mois de Ramadhan, alors que 35% constatent que les ventes s'effectuent surtout durant la fête de l'Aid El-Adha, périodes caractérisées par une forte consommation de viande de cette

espèce (Sadoud, 1998). Toutefois, 23% d'entre eux estiment que les ventes se déroulent durant le pèlerinage de la Mecque et seulement 2% des bouchers remarquent que les ventes s'effectuent durant les autres périodes telles que celle du mariage (Figure 8) .

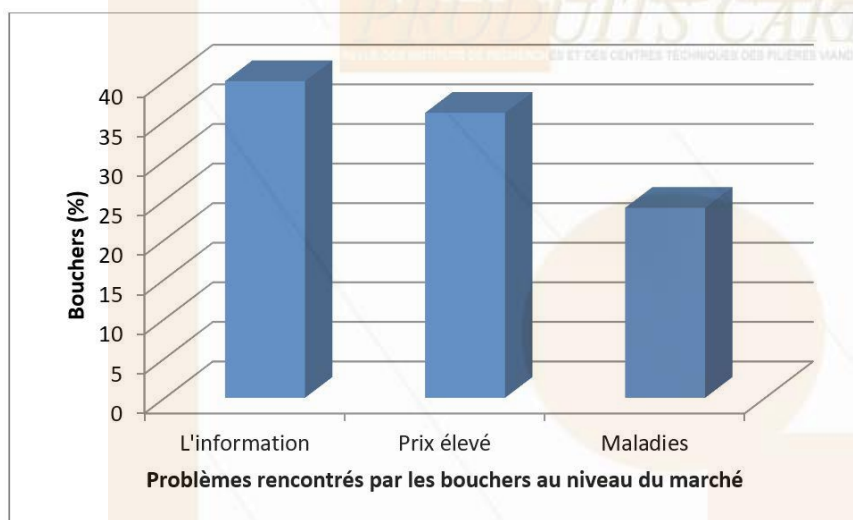
Figure 8 : Grandes périodes de ventes des carcasses par les bouchers



Selon les enquêtés, 41% des bouchers déclarent que parmi les problèmes qu'ils rencontrent, le manque d'information au niveau du marché est le plus important, alors que 36% justifient les problèmes rencontrés par les prix qui sont élevés

et 24% par certaines maladies qui sont répandues chez les animaux, suscitant la crainte d'achat d'un animal malade, ce qui entraîne une perte d'argent (Figure 9)

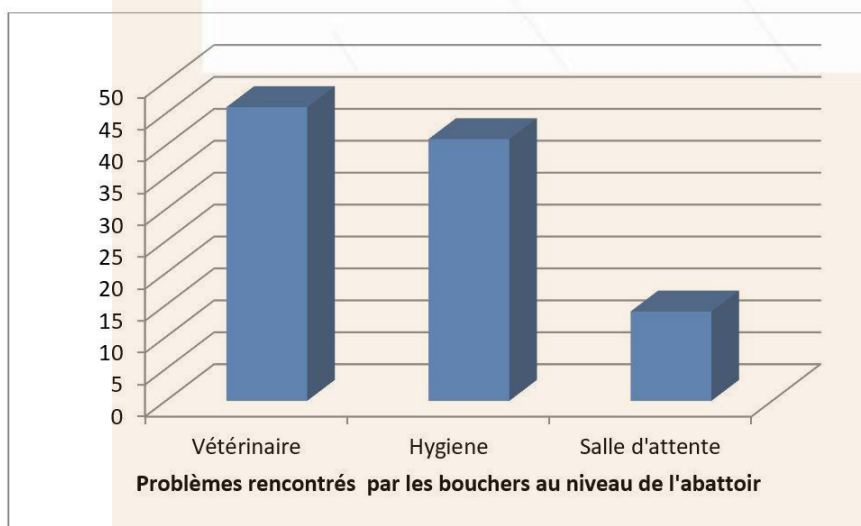
Figure 9 : Problèmes rencontrés par les bouchers au niveau du marché



Les bouchers ont ensuite été interrogés sur les difficultés éventuelles rencontrées au niveau de l'abattoir. Presque la moitié des bouchers considère que les problèmes qu'ils rencontrent au niveau de l'abattoir est celui lié au vétérinaire quand il procède à la saisie d'animaux impropres à la consommation et appartenant au boucher. De plus, 41% considèrent que ces problèmes sont liés surtout à l'hygiène au

niveau du lieu d'abattage, dû au fait que l'abattage se déroule dans des marées de sang. Par contre, 14% d'entre eux considèrent que les problèmes se situent dans la salle d'attente des animaux, ou les animaux restent beaucoup de temps avant d'être abattus, ce qui provoque un stress élevé de l'animal (Figure 10).

Figure 10 : Problèmes rencontrés par les bouchers au niveau de l'abattoir



2.1- Les clients des bouchers

Les principaux clients des bouchers demeurent les ménages. Néanmoins, certains d'entre eux, en plus des ménages, assurent l'approvisionnement de certaines cantines et restaurants d'entreprises, qui constituent pour eux un débouché important et qui sont en pratique assez traditionalistes dans leurs achats car ils préfèrent l'achat de la viande de boucherie traditionnelle. Les ventes quotidiennes de chaque boucherie diffèrent selon sa clientèle et l'ancienneté du boucher dans l'activité, celle-ci étant

généralement comprise entre 15 à 30 ans. Les ventes sont également liées à la présentation plus ou moins attrayante du produit. Ces ventes dépendent des fréquences d'achats des clients et varient selon les périodes. Nous avons vu que pratiquement 80% des consommateurs ont tendance à acheter surtout la viande en fonction du morceau, alors que 13% achètent selon la couleur et seulement 6,5% préfèrent acheter selon la qualité de la viande.

2.2 - Choix des animaux et fixation des prix par les bouchers

Sur le marché, on trouve surtout la race locale Rumbi. Pour reconnaître la qualité d'une viande sur pied, lors de l'achat en vif, les bouchers ont leur savoir-faire pour la viande. Ils recherchent la finesse (des cornes, du cuir et du squelette). Leurs choix les portent le plus souvent sur une bête jeune, une femelle dite de très bonne conformation. Pour apprécier cette finesse, lors de l'achat de l'animal, la majorité des bouchers effectuent des manipulations bien connues telles que sous la queue, sur la culotte, ou sur la cuisse pour estimer

l'élasticité du cuir. Pour juger de la qualité de la carcasse, les bouchers combinent une association du toucher (directement ou par l'intermédiaire d'un couteau (lors de la découpe en gros et en détail). Ils confrontent plusieurs sortes de toucher (plat de la main, bout du doigt, du pouce) ; de même pour interpréter la compression et la densité des tissus (en pinçant, en enfonçant, en faisant rentrer le doigt, en éprouvant la résistance du couteau à la découpe, Sarter, 2006).

3.3 - Appréciation de la valeur commerciale des animaux de boucherie

Tous les bouchers déclarent qu'ils préfèrent les carcasses aux profils convexes, aux épaules et gigots rebondis, avec une bonne couverture musculaire des côtes et de l'épine dorsale.

Pour estimer la valeur de la viande qu'il pourra vendre au consommateur, le boucher utilise son expérience professionnelle pour son estimation qui se base sur :

- le poids : rendement en carcasse de l'animal vif,

- la conformation de la carcasse : elle doit être caractérisée par l'importance des masses musculaires par rapport au squelette à différents niveaux (cuisse, région dorsale, épaule). C'est un critère traditionnel sur lequel se base le boucher qui lui permet de juger les carcasses,

- l'état d'engraissement : C'est-à-dire l'importance de la graisse à l'extérieur de la carcasse qui dépend de la race de l'animal destiné à l'abattage.

CONCLUSION

Les boucheries analysées sont des unités artisanales, adaptées au marché local et s'approvisionnant uniquement en vif. Elles répondent aux besoins d'une clientèle variée (ménages et collectivités) et s'adaptent aux fluctuations de l'offre et des prix. Elles relèvent d'une tradition de préservation des liens sociaux au sein d'une même région à forte production et de consommation de viande. Les marges dégagées par la boucherie traditionnelle se trouvent sous l'influence de certains paramètres qui sont les périodes de grandes consommations (fêtes religieuses, tel que le Ramadhan et l'Aid El Adha), ainsi que le niveau de l'offre en vif. Elles sont particulièrement élevées durant ces périodes, où les abattages sont intenses. Leurs stratégies consistent à mener à bien une rotation quotidienne rapide des stocks, à

ajuster constamment leur offre suivant les quantités achetées et les fréquences d'achat de leur clientèle. Ce modèle demeure efficace, favorisé par la simplicité des techniques de production, l'absence de contrôle de qualité et les faiblesses du système fiscal. C'est à cause de ces faiblesses techniques, économiques et institutionnelles que ces unités de boucherie traditionnelle représentent un secteur qui occupe une place importante dans le circuit de distribution de la viande limitant ainsi le développement d'un secteur moderne type industriel. Le modèle de consommation alimentaire et les habitudes alimentaires de la population algérienne limitent probablement le développement de la transformation des viandes.

Références bibliographiques :

- Boutonnet J.P., Simier J.P. (1995). Les viandes, Edition Economica, Paris, France
- Boutonnet J.P. (1989). La spéculation ovine en Algérie. Un produit-clé de la céréaliculture. INRA, Montpellier. France
- CIHEAM (1998). « Annuaire des Economies Agricoles et Alimentaires des pays Méditerranéens et arabes ». MED AGRI. CIHEAM-IAM. Montpellier.
- Chellig R. (1992). Les races ovines algériennes, Office des publications universitaires, Alger, 80p.
- Cerqueira J.O.L, Feás X., Iglesia A., Pacheco L.F, Araújo J.P.P. (2011). Morphological traits in Portuguese Bordaleira de Entre Douro e Minho sheep: divergence of the breed. *Animal Production Science*, 51, 635-641
- Dekhili M. (2010). Fertilité des élevages ovins type «Hodna» menés en extensif dans la région de Sétif. Département d'Agronomie. Faculté des Sciences. Université Ferhat Abbas. Sétif-19000. Agronomie numéro, 0, 1-7.
- DSA (direction des services agricole de la wilaya (département) de Tiaret. (2016)
- FAOSTAT, (2009). Données de l'alimentation et de l'agriculture, www.fao.org
- Institut de l'élevage, (2012). Chiffres clés. Productions bovines lait et viande.
- Laoun A., Harkat S., Benali R., Yabrir B., Hakem A., Ranebi D., Maftah A., Madani T., Da Silva A., Lafri M. (2015). Caractérisation phénotypique de la race ovine Rembi d'Algérie, *Revue d'élevage et de médecine vétérinaire des pays tropicaux*, 68(10), 19-26.
- MADR (Ministère de l'agriculture et du développement rural). 2016. Direction des statistiques Direction des statistiques agricoles
- MADR (Ministère de l'agriculture et du développement rural). 2007. Direction des statistiques agricoles
- MADRP (Ministère de l'agriculture et du développement rural et de la pêche). 2017. Direction des statistiques agricoles
- Sadoud M. (1998). Circuits de distribution des viandes rouges. Cas de la région de Chlef, Thèse Magister, INA d'Alger
- Sadoud M. (2004). Système de commercialisation du bétail et de la viande rouge dans la région semi-aride de Chlef (Algérie), *Revue des régions arides*, n° spécial. Tunis, 961-972.

Annexe 1 : Questionnaire boucher

Identification de boucher :

- Commune
- Age
- Niveau scolaire : 1. Aucun 2. Primaire 3. Secondaire 4. Universitaire 5. Autres
- Ancienneté dans l'activité :
- Spécialisé dans l'ovin, oui.....Non.....
- Autre viande bovine volaille camelin
- Avez-vous une formation dans ce domaine ? Oui non
Si oui, laquelle ?
- **Autre activité :**

Renseignement concernant l'activité bouchère :

Combien d'ovins vous achetez par mois ?

Agneau	Antenais	Bélier	Brebis

- Quelle est la provenance des animaux que vous achetez ?

- a/ L'éleveur
- b/ Le Maquignon
- c/ Autres

- Où se déroule l'opération de l'achat ?

- a / Sur le site d'élevage
- b/ Sur les marchés
- c/ Autres

- Quel est le poids de l'ovin à l'achat ?

- Comment se fait l'estimation :

Selon l'âge des animaux

En fonction du poids

En fonction du prix

- Sur quelles caractéristiques des animaux se font les négociations sur les prix ?

La race

Le sexe

La corpulence

- Nombre de carcasses d'ovins vendus par jour :
- Ventes à des consommateurs (oui / non)
- Ventes à des entreprises ou collectivités (oui / non)
- Capacités du frigo en ovins (carcasse) (oui / non)
- Quel sont les critères du choix de la viande (par le client) ?

Morceau couleur qualité

- Quelle est la période de l'année où les prix sont les plus hauts et pourquoi ?

Fête Ramadhan pèlerinage autres

- Vendez- vous la viande congelée ?

Oui Non

- Quels sont les problèmes rencontrés au niveau des marchés ?

Manque d'information

Prix trop élevé

Maladie

- A quel niveau se trouvent les problèmes rencontrés en abattoir ?

Vétérinaire

Hygiène

Salle d'attente

Stockage en froid

- Quel est le prix de vente de la viande ovine ?

..... DA/kg

- En tant que boucher, pratiquez-vous la découpe de l'animal en morceaux spécifiques ?

Si non pourquoi

Si oui, quels sont les principaux morceaux

- Quels sont les parties du cinquième quartier les mieux valorisées ?

1. Le foie

2. Tête et membres inférieurs

3. Viscères et poumons