



HAL
open science

Quelles formes de vente directe des agneaux en Languedoc Roussillon ?

Marie-Odile Nozieres, Charles-Henri Moulin

► **To cite this version:**

Marie-Odile Nozieres, Charles-Henri Moulin. Quelles formes de vente directe des agneaux en Languedoc Roussillon ?. 19. Rencontres autour des Recherches sur les Ruminants, Dec 2012, Paris, France. Institut de l'Elevage, Rencontres autour des Recherches sur les Ruminants, 19, 2012, Rencontres autour des Recherches sur les Ruminants. hal-01506189

HAL Id: hal-01506189

<https://hal.science/hal-01506189>

Submitted on 25 Jan 2023

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.

Quelles formes de vente directe des agneaux en Languedoc Roussillon ? Which forms of direct sales of lambs in Languedoc-Roussillon?

NOZIERES M.O. (1), MOULIN C.H. (2)

(1) INRA, UMR SELMET, 2, place Viala, F-34060 MONTPELLIER cedex 1, France

(2) Montpellier SupAgro, UMR SELMET, 2, place Viala, F-34060 MONTPELLIER cedex 1, France

INTRODUCTION

La vente de viande d'agneau directement auprès des consommateurs (VD) est une pratique qui prend de l'importance en région Languedoc Roussillon. Cette pratique semble se développer selon différentes modalités, en termes de produits et d'organisation de la vente, qui impactent les coûts et les niveaux de valorisation économique des agneaux. L'objectif est ici d'apprécier cette diversité des façons de faire de la vente directe, en reprenant les données issues de deux enquêtes. L'une, en 2009, visait l'exhaustivité des élevages dans les vallées cévenoles (Nozières *et al.*, 2010). L'autre a permis de caractériser la diversité des stratégies de mise en marché sur l'ensemble de la région (Nozières et Moulin, 2011). Parmi les 50 éleveurs rencontrés, les données des 39 éleveurs pratiquant la VD ont été utilisées pour cette étude.

2. MODALITES DE VENTE DIRECTE

Le contact entre producteurs et consommateurs s'effectue sous trois formes : i) vente dans ou à proximité de l'exploitation, ii) organisation de tournées, iii) insertion dans des structures (AMAP, boutique paysanne, marché). L'éloignement géographique des centres urbains n'est pas une contrainte : les zones d'élevage de la région coïncident avec les régions touristiques et denses en résidences secondaires. Le bouche à oreille reste essentiel et la circulation de l'information s'appuie sur des têtes de réseau, issues des relations personnelles de l'éleveur. Hormis pour la fête de l'Aïd-el-Kébir, le producteur vend, le plus souvent après abattage, des agneaux entiers ou des demi-agneaux, découpés, éventuellement conditionnés sous vide et/ou en caissettes. Le poids moyen des animaux vendus en direct (hors animaux vendus en vif) est de $16,8 \pm 2,3$ kg de carcasse. Les agneaux sont vendus en général sous aucune démarcation ; un seul éleveur de l'échantillon produit et vend des agneaux issus de l'agriculture biologique. Finalement, quatre types d'élevage pratiquant la VD peuvent être distingués (Tableau 1).

Tableau 1 : 4 types d'élevage pratiquant la vente directe

	Pourcentage Agneaux en VD	Taille du troupeau	n
1. Laitier	94 ± 7	125 ± 44	4
2. VD majoritaire	90 ± 12	249 ± 199	9
3. VD en complément	14 ± 12	324 ± 189	19
4. VD Mâle Halal	23 ± 23 (VD) 53 ± 14 (VD Aïd)	459 ± 343	7

n : nombre d'élevages dans l'échantillon

Le type 1, laitier, élargit sa gamme de produits en vendant ses agneaux, découpés ou transformés. Dans le type 2, la majorité des agneaux sont vendus découpés, par le biais de tournées ou via des structures. Les éleveurs du type 3 organisent la commercialisation de leurs agneaux dans d'autres circuits (négociants, OP...) et utilisent la VD en complément, souvent dans un cercle de proches. La dernière forme de VD, que nous ne détaillons pas ici, est la vente d'une large part des mâles en vif pour la fête de l'Aïd-el-Kébir. Cette analyse montre que le type 'VD majoritaire' comprend des petits comme des grands troupeaux.

3. COUTS ET NIVEAU DE VALORISATION

Avec la vente directe, trois tâches supplémentaires apparaissent : préparation du produit, transport et

commercialisation au sens strict. Les premières peuvent être déléguées à un prestataire ou assurées en partie par l'éleveur. Le lien avec le consommateur (prise de contact, livraison...) est, lui, généralement complètement pris en charge par l'éleveur.

Tableau 2 : Coûts observés pour la préparation des animaux

Opération technique	Coût moyen (€/kg carcasse)	Nombre d'élevages
Abattage	$0,8 \pm 0,3$	13
Découpe et Conditionnement	$1,1 \pm 0,9$	10
Découpe et Transformation	$1,6 \pm 0,9$	3
Abattage et Découpe	$1,9 \pm 0,8$	23

Les coûts de préparation sont très variables selon les prestations (tableau 2). Le conditionnement effectué par un prestataire privé peut représenter jusqu'à 2,9 €/kg de carcasse (prix maximum observé en 2010). Il est en général compris entre 0,7 et 2 €/kg de carcasse selon le prestataire et la prestation choisie (tranchage, mise sous vide, encartonnage). Le trajet aller-retour exploitation-abattoir (très variable, mais en moyenne de 35 km) est le plus souvent à la charge de l'éleveur. Lorsque la commercialisation s'effectue via des tournées ou une structure, l'éleveur peut acheter ou louer, seul ou avec d'autres, un camion frigorifique. Le coût de transport, estimé pour de longues tournées, varie entre 0,3 et 0,7 €/kg de carcasse. La conduite de tournées ou l'insertion dans une structure mobilisent souvent une aide familiale (soit pour la commercialisation, soit pour la gestion du troupeau), en particulier si l'éleveur ne souhaite pas remettre en question l'organisation générale de son exploitation (gardiennage...)

Les prix pratiqués observés en 2009-2010 varient entre 8 et 15 €/kg (Tableau 3), appliqués au poids de viande ou, pour les situations les plus artisanales, au poids de carcasse froide. Les prix faibles sont pratiqués par les éleveurs vendant de petits volumes en VD et les plus élevés par ceux qui font appel à un prestataire aux tarifs parfois importants.

Tableau 3 : Prix pratiqués et prix corrigés

Prix en 2009-2010 (€/kg carcasse)	Agneau Méchoui	Agneau Découpé	Agneau Transformé
Prix pratiqués	$10,4 \pm 2,5$ (n = 4)	$11,6 \pm 1,5$ (n = 36)	$14,4 \pm 1,5$ (n = 3)
Prix corrigés des coûts de préparation	$10,0 \pm 2,6$ (n = 3)	$9,7 \pm 1,6$ (n = 26)	$12,0 \pm 2,3$ (n = 3)

Les prix corrigés doivent couvrir le transport et surtout le coût de la main d'œuvre, qui n'est pas estimé ici.

DISCUSSION – CONCLUSION

Une analyse fine de la valorisation du travail reste à faire pour réellement discuter les niveaux de valorisation observés. Si la VD est envisagée par certains éleveurs comme forme d'augmentation du résultat de l'exploitation et donc du revenu, elle a d'autres fonctions. Complémentaire d'autres formes de circuits courts et longs, elle contribue à gérer l'hétérogénéité des animaux. Utilisée pour formaliser certains arrangements, elle contribue à faire vivre un tissu relationnel. Enfin, pratiquer la vente directe renvoie aussi à une autre conception du métier d'éleveur.

Nozières, M.O., Moulin, C.H., Boutonnet, J.P., 2010. Opt. Médit. 100. P 261 -264.

Nozières, M.O., Moulin, C.H., 2011. 17ème Renc. Rech. Rum. p 217-220.