

Comment analyser les évolutions de la commercialisation des agneaux chez les éleveurs d'ovins allaitants ?

How to analyse changes in the marketing of lambs by sheep suckler farmers?

TENO G. (1), NOZIERES M.O. (2), MOULIN C.H. (3)

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

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

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

INTRODUCTION

Nozières et Moulin (2011) ont caractérisé la diversité des pratiques de commercialisation des éleveurs ovins du Languedoc-Roussillon. Cependant, ces pratiques varient selon les années et les modalités de vente d'une année donnée peuvent correspondre à des ajustements conjoncturels. Pour renforcer les capacités d'adaptation des exploitations, il s'agit de mieux comprendre les évolutions stratégiques sur la commercialisation et les moteurs de ces changements. Une approche pluriannuelle est donc nécessaire. A partir des travaux récents sur les trajectoires d'exploitation (Ryschawy et al., 2013), l'objectif du travail est d'élaborer une méthode pour analyser les processus de changements liés à la commercialisation.

1. PROPOSITION METHODOLOGIQUE

Les enquêtes répétées à plusieurs années d'intervalle caractérisent les changements d'états de la structure des exploitations et des pratiques (Garcia-Martinez et al., 2009). Les enquêtes rétrospectives qualifient les modalités et les déterminants des changements (Moulin et al. 2004). Nous proposons de coupler : i) une approche centrée sur les justifications des changements que donne l'éleveur *a posteriori* et ii) une approche par les états, en se focalisant sur la dernière décennie.

L'objectif est de repérer : i) les changements de commercialisation, caractérisée par les couples produits-acheteurs, ainsi que les volumes des différents types d'agneaux et la répartition des ventes dans l'année ; ii) les justifications de ces changements en référence au contexte. Les éléments du contexte sont organisés en trois niveaux : i) le marché national de l'agneau, en lien avec les évolutions de la PAC et de l'OCM ovine, ii) l'organisation régionale des opérateurs d'aval et iii) le système famille-exploitation. Afin de pouvoir relancer les éleveurs au cours de l'entretien, une analyse historique du contexte national du marché de l'agneau a été réalisée au préalable, en distinguant 6 périodes depuis 1970 (Teno, 2012). Le guide d'entretien s'attache à faire décrire la structure et les pratiques actuelles ; puis, les changements de commercialisation sur la dernière décennie. Un état de l'élevage une dizaine d'année en arrière est alors réalisé. Enfin, les grandes évolutions depuis l'installation sont retracées. Les entretiens ont été réalisés à deux personnes et ont fait l'objet de prise de notes, sans enregistrement. Un compte-rendu d'entretien est rédigé rapidement après l'entretien. Deux représentations graphiques (d'après Moulin et al., 2004), l'une sur le long terme, l'autre sur la dernière décennie, sont réalisées, pour formaliser la succession des changements et les liens avec les éléments du contexte.

2. MISE A L'EPREUVE SUR TROIS ELEVAGES

La méthode a été testée auprès de trois éleveurs ovins allaitants proches de Montpellier. E1 est un viticulteur installé en 2001, à la suite de son père qui avait abandonné l'activité ovine en 1980. En 2007, il remonte un troupeau ovin et arrive à une phase de croisière en 2012, avec 120 brebis. La conduite du troupeau est calée dès 2007, en plein-air intégral toute l'année en garrigue. En revanche, une clientèle, en vente directe, est construite progressivement. E1 vend tout d'abord des mâles Halal auprès de clients musulmans, les

féelles étant toutes gardées pour accroître le troupeau. Puis, il certifie son élevage en agriculture biologique et commence à vendre des agneaux découpés, y compris femelles, auprès d'une clientèle urbaine. Il justifie ce changement par un souhait de diversification de la clientèle, même s'il pense moins bien valoriser les agneaux dans ce deuxième circuit.

E2 et E3 sont des éleveurs transhumants, installés depuis le début des années 1980. Les évolutions des opérateurs d'aval et le renforcement des règlements sanitaires, les ont amenés à modifier fréquemment leurs pratiques de vente, alors qu'ils ont conservé une conduite beaucoup plus stable, en lien avec des contraintes fortes de ressources alimentaires et la structuration de l'espace.

3. DISCUSSION – CONCLUSION

Les tests réalisés montrent que le recueil des données est efficace et permet d'identifier les choix stratégiques. Cependant, un deuxième entretien peut être utile pour bien caractériser l'ensemble des changements sur la dernière décennie. La conduite de l'entretien doit également être adaptée à l'interlocuteur : il peut être difficile pour un éleveur de remonter dans le temps à partir de la situation actuelle et il préférera raconter les évolutions en partant de son installation.

Le dépouillement des entretiens demande du temps (de un à deux jours). Le nombre d'entretien reste ainsi limité. Cette démarche est donc à utiliser pour une approche compréhensive des processus de décisions, en choisissant une collection de cas pertinents par rapport à l'objet de la recherche. Ainsi, dans la poursuite du travail, de nouveaux cas d'exploitation seront analysés pour identifier et qualifier les leviers de flexibilité utilisés par les éleveurs pour faire face aux aléas de marchés dans un bassin de production mais également aux incertitudes sur la production (répartition saisonnière des volumes selon les types d'agneaux).

Cette méthode est aussi intéressante pour construire des références, par exemple pour guider l'installation de nouveaux ateliers ovins. Le cas E1 peut être la base d'un modèle de construction progressive de la gamme de couples produits-acheteurs possible dans des systèmes d'activité déjà en croisière. L'analyse d'autres cas serait très utile pour tirer les enseignements d'autres façons d'organiser la construction d'une gamme de produits et des circuits de commercialisation associés, dans la phase de création d'une activité.

Cette méthode, développée dans le cadre d'une recherche sur l'élevage ovin allaitant du sud-est, pourrait être réutilisée pour d'autres situations d'élevage allaitant, ovin ou bovin.

Cette étude a été réalisée dans le cadre du projet MOUVE, financé par l'ANR (appel d'offre SYSTERRA).

García-Martínez A., Olaizola A., Bernués A., 2009. *Animal*, 3(1) : 152-165.

Moulin C.-H., Pluvinage J., Bocquier F., 2004 *Renc. Rech. Ruminants*, 11 : 145-148.

Nozières, M.O., Moulin, C.H., 2011. *Renc. Rech. Ruminants*, 17 : 217-220.

Ryschawy J., Choisis N., Choisis J.P., Gibon A., 2013. *Animal*, 7(4) : 673-681.

Teno G., 2012. Mémoire de Master 2 Agris Mundus, Montpellier SupAgro, Université de Catania, 33 p. + annexes.