

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche  
Scientifique  
المعهد القومي للعلوم الفلاحية – الجزائر –  
Institut National Agronomique - Alger -  
Département Economie Rurale

# MEMOIRE

Pour l'obtention du diplôme de Magister Es- Sciences  
Agronomique  
Option : Développement rural

# THEME

**Etude du fonctionnement du marché des Ovins  
dans la région de Sougueur (Tiaret) selon  
l'approche**

**Structure - Comportement - Performance**

Présenté et soutenue par

**Mme : Malika Zoubeidi**

Directeur de recherche, Maître de conférence

**M<sup>r</sup> : Foued CHEHAT**

## Jury

**Président : M<sup>r</sup> : Slimane BEDRANI, Professeur agrégé**

**Examineurs :**

**M<sup>r</sup> : Hacène YAKHLEF**

Maître de conférence

**M<sup>elle</sup> : Fatima BRABEZ**

Chargée de cours, Docteur

**Promotion 2006**

# Dédicaces

## Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à mon beau père Mr OULD AMROUCHE Belkacem  
qui n'a pas manqué de m'encourager,  
A mes enfants, Tamany, Ilyes et Nazim,  
A mon mari, à mes parents et à tous ceux qui me sont proches.

# Remerciements

## Remerciements

Au terme de ce travail, je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Mr Foued CHEHAT, mon directeur de recherche, pour son encadrement fructueux, ses conseils et directives qu'il a bien voulu me prodiguer le long de la réalisation de ce travail. Qu'il trouve ici le témoignage de ma sincère reconnaissance.

Je remercie infiniment le professeur Slimane BEDRANI qui m'a fait l'honneur de présider le jury de soutenance.

Je remercie également Mr Ahcène YAKHLEF et Melle Fatima BRABEZ qui ont accepté d'examiner et de juger ce modeste travail.

Mes remerciements vont aussi à Mr Abdelhamid BENCHARIF et Mme Martine PADILLA de l'IAM de Montpellier pour leur aide, leur disponibilité et leurs encouragements. Qu'ils trouvent ici l'expression de ma haute considération.

Le travail sur les souks aurait été impossible sans la collaboration compétente des autorités communales de Sougueur en particulier Mr Amine MOUAFEK et du personnel de la subdivision des services agricoles de Sougueur en particulier les Docteurs vétérinaires qui ont contribué largement à la réalisation de l'enquête.

Je voudrais exprimer ma gratitude et mes remerciements à Mr Youssef LOUNES, Docteur vétérinaire et Boucher dans la région d'étude ainsi que Mr Abed ZOUBEIDI, éleveur/ intermédiaire. Je les remercie pour leur aide précieuse, leur patience et l'intérêt qu'ils ont manifesté pour la réussite de ce travail.

Mes remerciements s'adressent également à Mrs Farid ABDOUCHE et Rachid BOUZIDI du ministère de l'agriculture ainsi que Mr Tahar ABDELLAOUI de l'office national des statistiques.

Mes vifs remerciements vont particulièrement à tous les acteurs de la commercialisation des ovins dans la région de Sougueur, Eleveurs, Intermédiaires et Bouchers qui ont répondu patiemment à toutes mes préoccupations.

Enfin je remercie vivement toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail entre autre Mr Mohamed AIT HAMOU qui m'a beaucoup aidé dans la mise en forme de ce document.

## Liste des tableaux

- Tableau 1.** Effectif du cheptel en régions steppiques (milliers de têtes).
- Tableau 2:** Principaux indicateurs de l'analyse de la structure du marché :
- Tableau 3 :** Principaux indicateurs pour l'étude de la concurrence sur le marché
- Tableau 4 :** Principaux indicateurs pour l'analyse des étapes de transaction.
- Tableau 5 :** Densité de la population par commune dans la daïra de Sougueur.
- Tableau 6 :** Principales occupations des sols de Sougueur :
- Tableau 7 :** Répartition des superficies.
- Tableau 8 :** Evolution des effectifs du bétail au niveau de la daïra de Sougueur :
- Tableau 9 :** Composition du cheptel ovin de la daïra de Sougueur :
- Tableau 10 :** Principales caractéristiques du réseau routier de la région de Sougueur.
- Tableau 11 :** Attitudes des acteurs vis à – vis du réseau routier.
- Tableau 12 :** Attitude des acteurs vis-à-vis de l'infrastructure du marché :
- Tableau 13:** Niveaux d'équipement de la « tuerie » de Sougueur
- Tableau 14 :** Attitudes des acteurs vis-à-vis des prix des ovins sur pieds et de la viande ovine, en pourcentage du total.
- Tableau 15 :** Degré d'information des acteurs sur les variations des prix des ovins au cours de l'année, en pourcentage par rapport au total.
- Tableau 16. :** Degré d'information des acteurs sur le système de distribution (exprimé en pourcentage par rapport au nombre total des acteurs)
- Tableau 17:** Niveau de fréquentation des souks et rayons d'action selon les catégories d'acteurs
- Tableau18.** Degré d'information des acteurs sur l'évolution des prix.
- Tableau 19:** Base d'estimation des acteurs de la valeur des animaux :
- Tableau 20 :** Degré d'intégration verticale des acteurs de la commercialisation dans la région de Sougueur
- Tableau 21 :** Taxe d'entrée du bétail appliquée au souk de Sougueur.
- Tableau 22 :** Taxe d'abattage appliqué au niveau de la « tuerie » de Sougueur
- Tableau 23 :** Appréciations des acteurs vis-à-vis des taxes d'entrée et d'abattage.
- Tableau 24:** Les moyens de transport utilisés pour les principaux acteurs de la commercialisation des ovins
- Tableau 25:** Taux d'échantillonnage des types d'acteurs de la commercialisation des ovins à Sougueur
- Tableau 26 :** Les principales activités des éleveurs enquêtés.
- Tableau 27:** Les classes d'éleveurs sur la base des effectifs :
- Tableau28 :** Motifs du comportement commercial.
- Tableau29 :** Préférences des lieux de vente et d'achat des acteurs enquêtés.
- Tableau 30 :** Préférences des acteurs pour les partenaires échangistes.
- Tableau 31 :** Préférences des acteurs pour les périodes d'achat et de vente.
- Tableau 32 :** Périodes d'information des acteurs sur les prix.
- Tableau 33.** Détermination du volume d'ovins en transaction.
- Tableau 34 :** Différences entre prix souhaités et prix perçus. (Mois d'oct. 2004)
- Tableau 35 :** Prix moyens de vente pratiqués par les éleveurs relevés au niveau du marché de Sougueur.
- Tableau36 :** Niveaux des marges brutes dégagées par les éleveurs : Cas d'une mauvaise année.
- Tableau 37 :** Niveaux des marges brutes dégagées par les éleveurs : Cas d'une année moyenne.
- Tableau 38 :** Prix d'achat des ovins par les maquignons au niveau du souk de Sougueur (Décembre 2004)
- Tableau 39:** Coûts de production et gain de poids subis après engraissement :
- Tableau 40 :** Prix moyens de vente par catégorie d'animaux pour les maquignons au niveau du marché de Sougueur.
- Tableau 41 :** Marges commerciales brutes des maquignons
- Tableau.42 :** Prix moyen d'achat des ovins par les bouchers au niveau de la région de Sougueur.
- Tableau.43 :** Coût de commercialisation chez les bouchers.
- Tableau 44 :** Prix moyens de vente des produits d'abattage au niveau de la « Tuerie » de Sougueur.
- Tableau 45 :** Prix de vente de la viande opérés par les bouchés.
- Tableau 46 :** marges commerciales brutes des bouchers de Sougueur
- Tableau 47 :** Charges fixes et variables d'un boucher (DA).
- Tableau 48:** Marges commerciales pour deux types d'intermédiaires
- Tableau 49 :** Marges commerciales d'un maquignon dans deux périodes différentes de l'année.

## Liste des figures

**Figure 1 :** Répartition physique du territoire algérien.

**Figure2 :** Répartition générale des terres (Moyenne 1989-2001).

**Figure 3 :** Evolution de l'ensemble du cheptel durant la période (1989-2001).

**Figure 4 :** Evolution de la production des viandes rouges et blanches de 1989 à 2001.

**Figure 5 :** Répartition de la production moyenne des viandes rouges selon l'espèce (1989-2001).

**Figure 6 :** Répartition des viandes rouge par espèce.

**Figure7 :** Eléments de l'approche S.C.P.

**Figure 8 :** Présentation de la Willaya de Tiaret.

**Figure 9 :** Découpage de la zone selon le couvert végétal.

**Figure 10 :** Système de commercialisation dans le contexte de l'étude.

**Figure 11 :** Evolution des abattages dans la " Tuerie " de Sougueur.

**Figure 12 :** Evolution du poids moyen carcasse.

**Figure 13 :** Evolution des prix de la viande rouge dans la région de Tiaret.

**Figure 14 :** Schéma général des systèmes de la distribution des ovins.

**Figure15 :** Circuit de commercialisation des ovins hors période de l'aïd el kébir au niveau de Sougueur.

**Figure 16 :** Circuit de commercialisation des ovins en période de l'Aid el Adha au niveau de la région de Sougueur.

**Figure 17 :** Les acteurs de la commercialisation des ovins et leurs transactions.

## Sommaire

<b>INTRODUCTION GENERALE :</b> .....	<b>1</b>
<b>CHAPITRE 1. Caractéristiques de l'élevage ovine en Algérie.</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
<b>I : Le potentiel en sol.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1 - Le cadre physique.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2 : Répartition générale des terres</b> .....	<b>6</b>
<b>II : Le secteur de l'élevage.</b> .....	<b>7</b>
2.1 - Evolution de l'effectif du cheptel .....	7
2.2- Les races ovines en Algérie.....	8
2.3 – Système d'élevage ovine.....	9
2.3.1- L'élevage dans les Hautes Plaines steppiques .....	9
2.3.2- Le système d'exploitation. ....	11
2.3.3 - Mutation du système d'exploitation .....	11
<b>III- Les produits de l'élevage :</b> .....	<b>12</b>
3.1-Evolution de la production des viandes rouges et blanches.....	12
3.3-Evolution de la production des viandes rouges : .....	13
3.3.1-Abattages contrôlés et non contrôlés : .....	13
<b>IV. Infrastructure de commercialisation.</b> .....	<b>15</b>
4.1.Marché des animaux sur pieds. ....	15
4.2.Structure d'abattage :Abattoirs. ....	15
<b>Problématique :</b> .....	<b>16</b>
<b>Méthodologie d'approche et présentation de la zone d'étude :</b> .....	<b>16</b>
<b>I/ Introduction :</b> .....	<b>16</b>
<b>II/ Objectifs et hypothèses de travail :</b> .....	<b>17</b>
II.1. Objectifs de l'étude : .....	17
II.2. Hypothèses de travail : .....	17
<b>III Méthodes d'analyse :</b> .....	<b>17</b>
III.1. Cadre théorique : .....	17
III.2. Principales étapes de l'approche S.C.P : .....	19
III.2.1. La structure du marché : .....	19
III.2.3. Performance du marché : .....	22
III.3.3 Choix de la zone d'étude : .....	22
III.3.4 Réalisation de la recherche sur le terrain : .....	22
III.3.4.1. Echantillonnage .....	22
III.3.4.1.1. Choix des éleveurs : .....	22
III.3.4.1.2. Choix des maquignons : .....	22
III.3.4.1.3. Choix des bouchers : .....	23
III.3.4.2. Elaboration des questionnaires : .....	23
<b>IV. Présentation de la zone d'étude :</b> .....	<b>23</b>
IV.1. Situation géographique : .....	23
IV.2. Le couvert végétal : .....	25
IV.3. Description de la région de Sougueur : .....	26
IV-3-1- Caractérisation du milieu naturel et occupation des sols : .....	27
<b>Caractérisation de la production animale à Sougueur :</b> .....	<b>29</b>
Evolution des effectifs du cheptel : .....	29
Composition et structure des troupeaux : .....	29

<i>RESULTATS ET DISCUSSION</i> .....	31
<i>CHAPITRE I : Analyse de la structure du marché des ovins dans la région deSougueur...</i>	31
I. <i>INTRODUCTION:</i> .....	31
<b>II. Types de lieux de commerce :</b> .....	<b>31</b>
II.1. <i>Le réseau routier :</i> .....	32
II.1.1. <i>Description du réseau routier :</i> .....	32
II.1.2. <i>Attitudes des acteurs vis-à-vis du réseau routier :</i> .....	33
II.2. <i>Infrastructure de commercialisation :</i> .....	34
II.2.1. <i>Les marchés nationaux :</i> .....	34
II.2.2. <i>L'abattoir :</i> .....	35
II.3. <i>Niveaux des prix :</i> .....	38
<b>III. Le système de distribution :</b> .....	<b>40</b>
<b>IV. Situation de la concurrence sur le marché des ovins :</b> .....	<b>44</b>
IV.1. <i>Trasparence du marché :</i> .....	44
VI.1. <i>Fréquentation des souks :</i> .....	45
IV.1.2. <i>Information sur les prix :</i> .....	46
IV.1.3. <i>Base d'estimation de la valeur des ovins :</i> .....	47
IV.2. <i>Intégration verticale :</i> .....	47
IV.3. <i>Barrières limitant l'accès au marché:</i> .....	48
IV.3.1. <i>Taxe d'entrée au souk.</i> .....	48
IV.3.2. <i>Taxe d'entrée à l'abattoir :</i> .....	49
IV.3.3. <i>Coûts de transport des ovins :</i> .....	50
IV.3.4. <i>Coût de transport de la viande ovine :</i> .....	51
<b>V. Conclusion :</b> .....	<b>51</b>
<i>CHAPITRE 2 Analyse du comportement commercial des opérateurs économiques du marché des ovins de la région de Sougueur</i> .....	53
<b>I. Introduction :</b> .....	<b>53</b>
<b>II . Présentation des résultats de l'échantillonnage</b> .....	<b>54</b>
II.1. <i>Les éleveurs :</i> .....	54
<b>Caractéristiques du système d'élevage :</b> .....	<b>56</b>
II.2. <i>Les maquignons :</i> .....	56
II.3. <i>Les bouchers :</i> .....	58
<b>III. Comportement commercial des acteurs.</b> .....	<b>58</b>
III.1. <i>La pré-négociation :</i> .....	59
III.1.1. <i>Motifs du comportement commercial :</i> .....	59
III.1.2. <i>Préférences des acteurs.</i> .....	61
III.1.2.1. <i>Lieux de vente.</i> .....	61
III.1.2.2. <i>Partenaires échangistes.</i> .....	61
III 1.2.3. <i>Période de vente ou achat.</i> .....	62
III.1.3 <i>Information sur les prix.</i> .....	63
III.1.4. <i>Bases de détermination du volume des animaux pour la transaction.</i> ....	64
III.2. <i>Négociation.</i> .....	65
III.3. <i>Transfert de propriété.</i> .....	68
<b>III- 4- Post- négociation.</b> .....	<b>69</b>
<b>IV. CONCLUSION</b> .....	<b>69</b>
<i>CHAPITRE III : Evaluation de la performance du marché des ovins dans la région de Sougueur</i> .....	71
<b>I. Introduction :</b> .....	<b>71</b>
<b>II. Marges bénéficiaires des éleveurs :</b> .....	<b>71</b>
II.1. <i>Coûts de production :</i> .....	71
II.2. <i>Prix de vente des ovins par catégorie d'animaux :</i> .....	72
II.3. <i>Estimation de la marge commerciale brute :</i> .....	73

II.4. Marge commerciale nette des éleveurs :.....	74
<b>III. Marges commerciales des maquignons :.....</b>	<b>75</b>
III.1. Prix d'achat des ovins par les maquignons :.....	76
III.2. Coûts de production pour les maquignons :.....	76
III.3. Prix de vente des ovins pratiqués par les maquignons :.....	77
III.4. Marges commerciales brutes des maquignons :.....	78
III.5. Marge commerciale nette des maquignons : .....	78
<b>IV. Marges commerciales des bouchers :.....</b>	<b>78</b>
4.1- Frais divers du fonctionnement d'une boucherie. ....	82
4.2- Calcul de la marge nette d'un boucher. ....	83
<b>V. Conclusion :.....</b>	<b>84</b>
<b>CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>88</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexes</b>	



***INTRODUCTION  
GENERALE***

## **INTRODUCTION GENERALE :**

La commercialisation couvre un ensemble d'opérations qui concernent un produit depuis sa production jusqu'à sa consommation. Ce sont les études de marché, la vente proprement dite, la publicité, la distribution (transport, stockage et conditionnement) et le service après vente. C'est un terme plus général que la distribution et le marketing. La commercialisation engendre un ensemble d'activités économiques qui peut être effectué par l'entreprise agricole (le producteur), l'entreprise agro-alimentaire (le transformateur) ou d'autres entreprises de services (distributeur, transporteur, ... etc.) ; cet ensemble d'activités peut être considéré comme une série de services accomplis pour faire passer les produits d'un point de production à un point de consommation (Lagrange, 1995).

L'étude de la commercialisation des produits agro-alimentaires suppose que l'on définisse clairement le champ agro-alimentaire et que l'on prenne en compte l'ensemble des activités allant de la production agricole à la consommation alimentaire.

Ainsi, le secteur de l'agro-alimentaire peut être décomposé en trois sous-secteurs fonctionnels : l'agriculture, la transformation agro-alimentaire et la distribution.

Par ailleurs, l'étude de la commercialisation des produits fait appel généralement à des techniques entièrement différentes selon le type du produit et le marché concerné. En effet, il existe plusieurs méthodes d'analyse de la commercialisation des produits agro-alimentaires.

Dans ce travail, nous avons opté pour l'étude de la commercialisation des ovins. Ce choix est justifié par le fait que le secteur de l'élevage, notamment l'élevage ovin, occupe une place stratégique dans l'économie agricole de l'Algérie, et ce en raison de son poids économique et de ses implications et impacts sur l'emploi, l'environnement et les systèmes de production.

En effet, l'élevage ovin fournit 56% de la production de viande rouge, 100% de la laine, et 30% des peaux ; de même, ce secteur contribue au revenu de plus de 80% de la population rurale et représente pour les éleveurs une source permanente de trésorerie facilement mobilisable.

De par leur effectif qui est estimé à 19,3 millions de têtes, les ovins occupent une place de choix dans le cheptel national (D. Nedjraoui, 2000) ; ils sont considérés aussi parmi les espèces les mieux valorisantes des zones de parcours. Ainsi, ils agissent en tant que facteur de base pour fixer des familles dans des zones où la seule alternative est l'élevage ovin.

Par conséquent, cette activité acquiert de l'importance à l'échelle économique et sociale (Driouchi, cité par Dalil, 2000). Quant à la connaissance de la filière, force est de

constater que les aspects relatifs à la production ont bénéficié d'un ensemble d'investigations menées dans différentes régions du pays, hautes plaines et steppe, surtout dans l'objectif de décrire le fonctionnement des systèmes de production dans la wilaya de Sidi bel Abbés afin d'augmenter la production de la viande ovine (Boutonnet, 1989). Pour le même objectif, on peut citer une autre étude qui a abordé la question à travers l'analyse de la structure des revenus des agro pasteurs de la wilaya de Djelfa (Kamoum, 1997) ainsi qu'une troisième réalisée dans le cadre d'un projet d'exportation de la viande ovine de Djelfa vers l'Union Européenne (Benmihoub, 2001). Ces travaux font ressortir les faibles performances zootechniques de cet élevage, sa dépendance vis-à-vis des aléas climatiques et son caractère primordial pour les habitants de la steppe. Mais, la commercialisation demeure jusqu'à nos jours peu connue en raison de la rareté des travaux qui s'y sont intéressés explicitement.

Une telle connaissance nécessite une analyse globale du fonctionnement du marché des ovins qui exige un examen approfondi de la structure du marché, une description des comportements commerciaux des principaux acteurs impliqués et une évaluation de la performance du système de commercialisation.

Les constats établis sur la commercialisation des ovins en Algérie restent insuffisants pour une meilleure connaissance de son fonctionnement et des contraintes auxquelles elle se trouve confrontée. Par ailleurs, le centre de formation supérieure pour le développement agricole de l'université Humboldt de Berlin, a réalisé au moyen Atlas, au Maroc, en collaboration avec le ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole, l'INRA du Maroc et la coopération technique Maroco-Allemande (GTZ), une étude pilote sur le fonctionnement du système de commercialisation des ovins au moyen Atlas. Son objectif était de mettre au point une approche méthodologique rapide et efficace pour l'étude des systèmes de commercialisation.

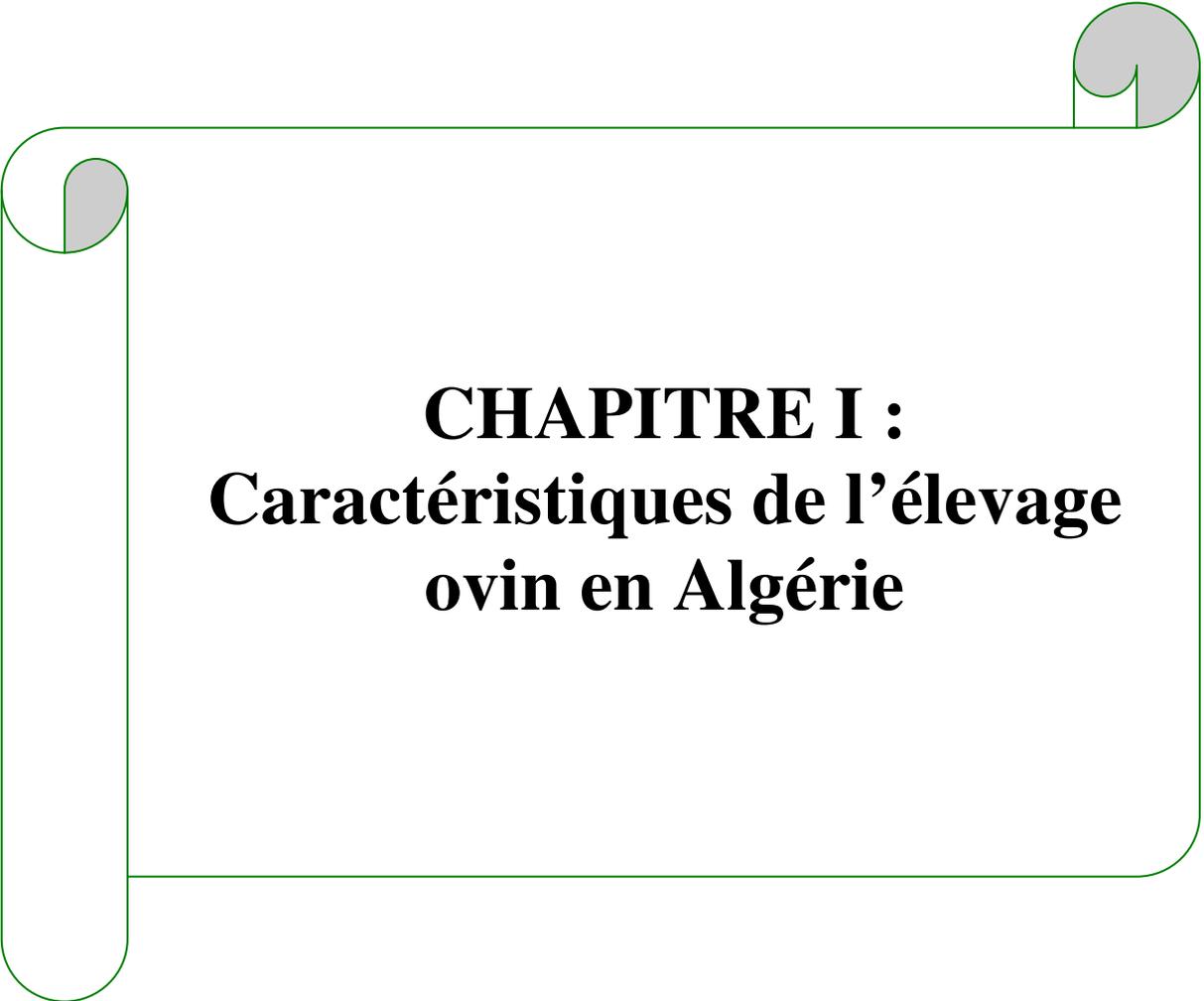
En se basant sur l'approche Structure – Comportement – Performance (SCP), cette étude visait la mise à la disposition des décideurs politiques des éléments de décision et aux organismes chargés du développement des éléments pour une meilleure valorisation des produits ovins.

Compte tenu de l'ensemble de ces investigations, le présent travail vise l'utilisation d'une méthodologie d'approche qui permettra de tenir compte de la diversité et de l'interdépendance des éléments susceptibles d'influencer ce marché. Dans ce but, nous avons opté pour un outil méthodologique qui permet de développer une procédure systématique,

d'apporter une vision cohérente du marché et de catégoriser ses caractéristiques. Cet outil est largement inspiré de l'approche : Structure – Comportement – Performance.

Le choix adopté dans la présente étude s'est fixé pour terrain de recherche la région de Sougueur dans la wilaya de Tiaret. C'est une région qui est une zone mixte haute plaine/steppe à dominante steppe, et où l'élevage ovin constitue la principale activité et la principale source de revenu et de subsistance pour les éleveurs de la région, en raison de l'existence d'un marché à bestiaux d'envergure nationale à proximité, classé au 2<sup>e</sup> rang au niveau de l'Algérie après celui d'El Harrach au cours des années 80. Il est vrai que, pour des raisons d'insécurité, le marché de Sougueur a vu son niveau d'activité décliner fortement au cours des années 1990, mais tout indique qu'il retrouvera sa place à court terme.

Notre travail est structuré en trois parties. Dans un premier temps, nous dressons les grands traits de la commercialisation des ovins et de la viande ovine en Algérie, sur la base des données recueillies à partir de la bibliographie existante. Ensuite, nous présentons l'hypothèse de travail et les objectifs que nous essayons d'atteindre par l'adoption de l'approche (SCP). La troisième partie est consacrée aux résultats de nos enquêtes sur le terrain, présentés selon les trois composantes à savoir : la structure du marché, le comportement des acteurs économiques et la performance en résultant. Enfin, pour terminer, nous présentons les principales conclusions relatives à la commercialisation des ovins et à l'approche utilisée, ainsi que les recommandations pouvant servir à améliorer la situation actuelle.

A decorative graphic of a scroll with a green outline and grey circular accents at the top corners. The text is centered within the scroll.

# **CHAPITRE I :**

## **Caractéristiques de l'élevage ovin en Algérie**

## **Chapitre1. Caractéristiques de l'élevage ovin en Algérie.**

### **INTRODUCTION**

De par les potentialités que renferme le pays en matière agricole et en raison de la nécessité primordiale d'assurer la couverture des besoins nationaux en produits alimentaires, l'agriculture a une importance de premier plan. C'est une activité de base qui doit faire face à une demande importante et sans cesse croissante de produits agricoles, eu égard à :

- Une taille importante de la population ;
- Une modification des habitudes de consommation ;
- Une amélioration de la situation de l'Algérien en général.

L'agriculture dispose en Algérie d'un potentiel en terres agricoles utiles de 8 millions d'hectares (année 2001) dont près de 6% est irriguée. La Superficie Agricole Utile (SAU) par habitant a connu une régression importante, puisque la superficie des terres mises en valeur est presque stable, alors que le volume de la population augmente. En effet, en trente ans, la SAU par habitant a régressé de 54%, passant de 0,56 ha/habitant en 1970 à 0,26 ha/habitant en 2001.

La contribution du secteur agricole à la création de la richesse économique est significative. En terme de valeur ajoutée, elle représente 12,2% de la valeur ajoutée globale en 2001.

### **I : Le potentiel en sol.**

L'Algérie est l'un des plus grands Etats en superficie du continent africain. Elle occupe le 2<sup>ème</sup> rang après le Soudan avec une superficie de 2 381 741 km<sup>2</sup>, dont près de 2 millions de Km<sup>2</sup> en zone saharienne.

#### **1.1 - Le cadre physique**

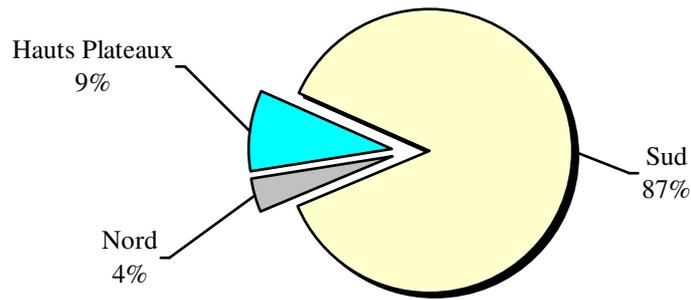
Les particularités climatiques et géologiques ainsi que celles du relief imposent de considérer, trois grands ensembles géographiques :

- Ensemble Tellien au Nord : il s'agit d'une zone réduite de 95 240 km<sup>2</sup> soit 4% de la superficie totale, partagée entre une bande littorale et des massifs montagneux. Les sols rencontrés ont une structure fragile offrant une faible résistance à l'érosion. Cet espace littoral est favorisé du fait de son climat, de ses ressources marines, de sa richesse agricole, de ses diverses plaines enclavées dans la zone côtière et surtout des activités développées par ses ports. Mais pour ces mêmes raisons, il est convoité et soumis à diverses concentrations (peuplement, activités non agricoles) et surcharge

menaçant ses ressources et son environnement. Les montagnes telliennes bordant la frange littorale précédente, sont les zones les plus boisées du territoire. Elles sont considérées pour ce qui concerne leurs parties centrales et orientales comme de véritables châteaux d'eau, malgré la semi aridité qui affecte leur secteur occidental.

- Ensemble des Hauts Plateaux : c'est un ensemble de chaînes montagneuses parallèles au sud de la chaîne tellienne ; ils occupent l'espace compris entre l'Atlas Tellien et les piémonts sud de l'Atlas Saharien, avec une superficie de 214 290 km<sup>2</sup> (soit 9% du territoire national). Il se caractérise par la platitude d'ensemble des hautes plaines encadrées par les chaînes montagneuses des deux Atlas (Tellien et Saharien), s'abaissant de l'Ouest vers l'Est de 1000 m à 600 m d'altitude. Le climat de cet ensemble est de tendance semi-aride où l'on rencontre une céréaliculture aléatoire à faible rendement et un agro pastoralisme implanté dans la steppe. De ce fait, les sols de toute la zone steppique sont fragiles, et sont soumis à l'érosion par le vent et parfois à leur totale disparition, dès que leur couverture végétale est dégradée (processus de désertification).

Ensemble Saharien au Sud : Il représente une superficie de 2 071 470 km<sup>2</sup>, soit 87% du territoire. Il s'agit d'une partie importante d'un désert qui s'étend de l'Atlantique à la péninsule arabique. C'est un ensemble totalement aride ou hyperaride. On rencontre de grandes unités géomorphologiques où les sols exploitables pour l'agriculture saharienne sont très réduits, désertiques et surtout squelettiques et dépourvus d'humus. Les régions sahariennes bénéficient, contrairement à la zone des Hauts Plateaux, des ressources hydrauliques appréciables qu'offrent leurs nappes fossiles profondes. Ces dernières permettent en effet, par forage, une exploitation qui peut aller jusqu'à 5 milliards de m<sup>3</sup> d'eau par an. Mais elles restent des régions très défavorables et fragilisées par la rigueur de leurs conditions climatiques et la dispersion de leurs ressources et zones de mise en valeur.



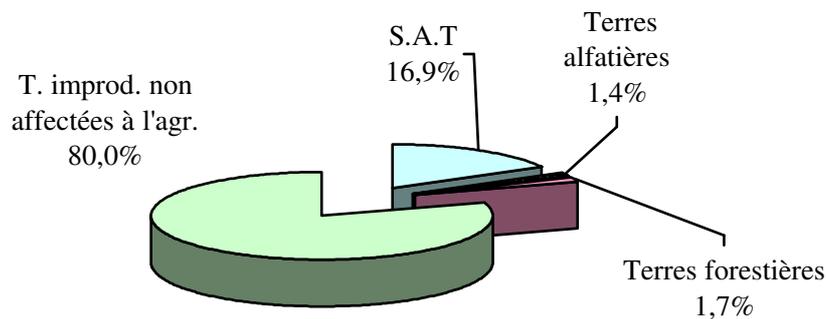
**Fig,1 : Répartition physique du territoire algérien**

**1.2 : Répartition générale des terres**

En effet, pour une superficie de 238 millions d’ha, on ne dispose que de 40,3 millions d’ha des terres pouvant supporter des cultures ou une couverture végétale (soit 16,9% de la superficie du territoire). Alors que les terres improductives non affectées à l’agriculture représentent 80% de la superficie totale de l’Algérie.

Le reste comprend d’une part, les terres des exploitations forestières avec 4 millions d’ha et d’autre part, les terres alfatières des Hauts Plateaux avec 3,2 millions d’ha représentant respectivement 1,7% et 1,4% de la superficie totale du territoire.

Sur les 40,3 millions d’ha des terres utilisées par l’agriculture (SAT), seulement 8 millions Ha constituent la superficie agricole utile (SAU), soit 20%. Les pacages et parcours représentent 31,3 millions Ha, soit 77,7%, tandis que les 924 322 Ha restants (2,3%) sont considérés comme des terres improductives au niveau des exploitations agricoles.



**Fig, 2 : Répartition générale des terres ( Moyenne 1989-2001 )**

La SAU est peu significative par rapport à la superficie globale et aux besoins de la population, soit 3,4% du territoire national, localisés essentiellement sur la frange littorale. Elle comprend les terres utilisées pour les cultures labourables (93% de la SAU), et les terres utilisées pour les cultures permanentes qui ne représentent que 7% de la SAU.

Il faut noter que la SAU par habitant a diminué de moitié en l'espace de trente ans, elle passe de 0,56 ha/hab. en 1970 à 0,26 ha/hab. en 2001.

## **II : Le secteur de l'élevage.**

En Algérie, le cheptel se caractérise principalement par la prédominance de cinq espèces à savoir : les bovins, les ovins, les caprins, les camelins et les équins.

Sur une période de treize ans (de 1989 à 2001), l'effectif annuel moyen du cheptel est estimé à plus de 22 millions de têtes, toutes races confondues (voir tableau en Annexe1).

### **2.1 - Evolution de l'effectif du cheptel**

Au cours de la période considérée, l'effectif moyen du cheptel est dominé par les ovins qui représentent 80% de l'ensemble des cheptels, soit en moyenne pour la période considérée 17,6 millions de têtes. Les caprins viennent en seconde position avec 12,8% suivis par les bovins avec 6,2 %.

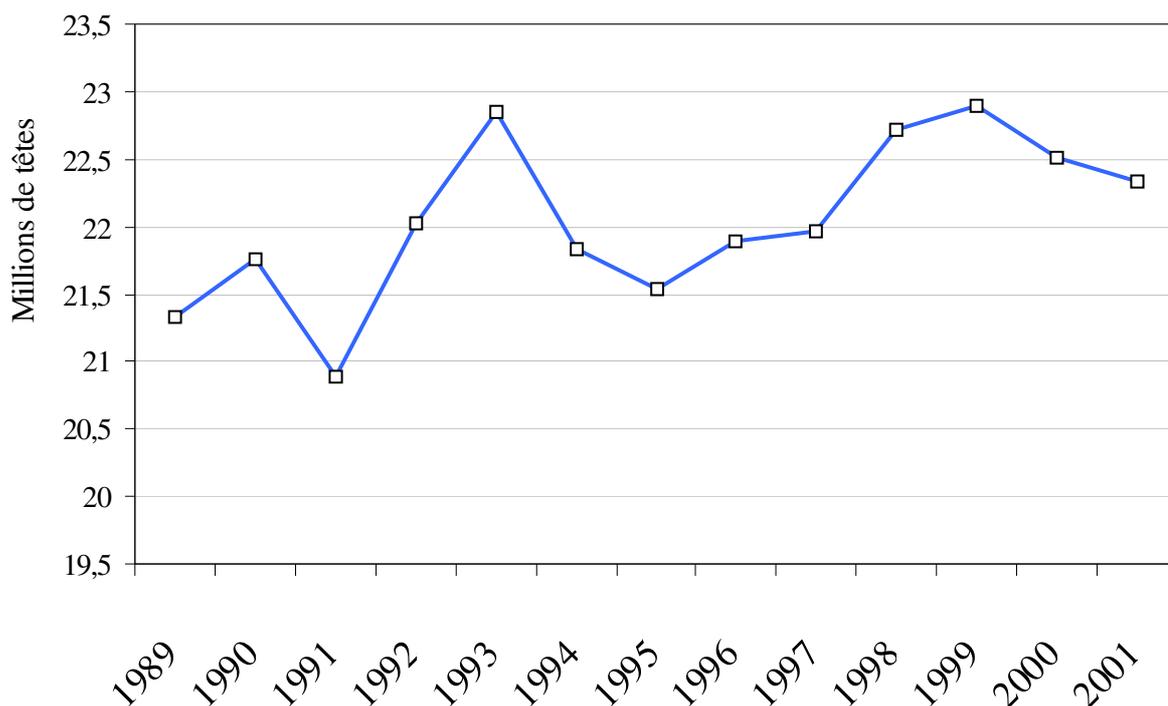
Quant aux camelins et aux équins, ils représentent près de 1% de l'effectif annuel moyen du cheptel.

La représentation graphique ci-dessous indique l'évolution du cheptel durant la période 1989-2001. Elle permet de relever de légères baisses enregistrées durant certaines années au début de la période, à savoir 1990/91, 1993/94 et 1994/95 ; mais à partir de cette dernière, on observe une tendance à la hausse continue et significative pour atteindre plus de 22,8 millions de têtes en 1999 (toutes espèces confondues), soit un taux d'accroissement annuel moyen de 1% sur onze ans. Cela peut s'expliquer probablement par les orientations en matière de politique agricole depuis 1995, notamment en ce qui concerne le soutien aux éleveurs laitiers et à la collecte du lait.

Ces mesures sont renforcées par l'aide accordée au développement de la production de fourrage.

En ce qui concerne les deux dernières campagnes, l'effectif du cheptel a chuté en enregistrant des taux de variation négatifs :

-0,83% en 2001 par rapport à 2000 et -1,7% en 2000 par rapport à 1999.



**Fig,3 : Evolution de l'ensemble du cheptel durant la période (1989-2001)**

## **2.2- Les races ovines en Algérie**

Le cheptel ovin, premier fournisseur en Algérie de viande rouge, est dominé par 3 races principales bien adaptées aux conditions du milieu :

a. La race arabe blanche Ouled Djellal, la plus importante, environ 58% du cheptel national, adaptée au milieu steppique et qui présente des qualités exceptionnelles pour la production de viande et de laine

- Type Hodna : 1<sup>er</sup> axe Djelfa – Ain Oussara – Bouira – Sétif - Constantine.

2<sup>ème</sup> axe Djelfa – Boussaâda – Tébessa.

- Type Ouled Djellal : Laghouat – Ouled Djellal – Biskra – Touggourt.

- Type Chellalia : Ksar – Chellala

b. La race rouge Béni Ighil (dite Hamra en rappel de sa couleur) des Hauts Plateaux de l'Ouest (21% du cheptel), race berbère, très résistante au froid, autochtone d'Afrique du Nord, présente sur l'axe Saida – Ain Seffra – Bayadh.

c. La race Rumbi, des djebels de l'Atlas Saharien, à tête et membres fauves, représente environ 12% du cheptel.

De manière très marginale, on rencontre trois autres races locales :

- Race Barbarine : Pâturages présahariens du sud- est (Eloued)
- *Race D'man* : *Béchar – Tissemsilt – Adrar.*
- Race Sidaoun : Hoggar

### **2.3 – Système d'élevage ovin**

Dans les régions telliennes l'élevage ovin est peu important. C'est un élevage sédentaire et en stabulation pendant la période hivernale. Il est très souvent associé à l'élevage des caprins.

La taille des troupeaux est petite, de 10 à 20 brebis suivant la taille des exploitations. Les disponibilités fourragères sont très faibles en zone de montagne sans possibilité d'extension de la production.

Les agro- pasteurs ne consacrent que près de 5 % de la SAU à la production fourragère, et on assiste à un surpâturage dans les maquis et les sous-bois des forêts dont la dégradation de la couverture végétale accentue les risques d'érosion.

Dans certaines régions, telles que la Kabylie, les animaux sont nourris en hiver de feuilles de figuier et de brindilles d'oliviers et, au printemps, ils sont conduits dans les champs en jachère qui leur fournissent une alimentation suffisante puis dans les parties montagneuses sur les pacages estivaux. Les agro pasteurs ont des revenus qui varient selon la taille des exploitations.

L'agriculture demeure la principale source de revenus (57 à 60% du revenu global) pour les exploitations dont la taille est inférieure à 10 ha, là où domine le système de production semi intensif, alors que c'est l'élevage qui constitue la principale source de revenus (72% du revenu global) dans les exploitations de taille supérieure à 10 ha, là où le système de production est extensif (enquête BNEDER, 1996).

#### **2.3.1 - L'élevage dans les Hautes Plaines steppiques**

En Algérie, les régions steppiques constituent les terres de parcours par excellence dans lesquelles se posent les vrais problèmes liés au pastoralisme.

**Tableau 1. Effectif du cheptel en régions steppiques (milliers de têtes).**

<i>Années</i>	<i>1968</i>	<i>1978</i>	<i>1988</i>	<i>1998</i>
<i>Ovins</i>	<i>5.600</i>	<i>8.500</i>	<i>12.000</i>	<i>16.320</i>
<i>Caprins</i>	<i>300</i>	<i>560</i>	<i>1.000</i>	<i>1.400</i>
<i>Bovins</i>	<i>120</i>	<i>120</i>	<i>200</i>	<i>280</i>
<i>Camelins</i>	<i>100</i>	<i>175</i>	<i>100</i>	<i>135</i>
<i>Equidés</i>	<i>250</i>	<i>450</i>	<i>530</i>	<i>750</i>
<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>6.370</i></b>	<b><i>9.805</i></b>	<b><i>13.830</i></b>	<b><i>18.885</i></b>

*Sources statistiques Agricoles, 1974, 1990-99*

L'effectif du cheptel pâturant dans ces zones et dont la composante prédominante est la race ovine (environ 80% du cheptel) n'a cessé d'augmenter depuis 1968. La croissance exponentielle du troupeau steppique et sa concentration en raison de la régression du nomadisme sont dues à plusieurs phénomènes :

- Une forte croissance démographique qui a entraîné une augmentation de la consommation de protéines animales est enregistrée durant la dernière moitié du siècle. La population de la steppe, de 925.708 habitants en 1954, est estimée aujourd'hui à près de 4 millions d'habitants (KACIMI, 1996, cité par NEDJRAOUI, 2001). Cette croissance a concerné aussi bien la population sédentaire que la population éparse.
- La spéculation sur le marché de la viande ovine dont le prix au détail est passé de 0.7\$ le kg en moyenne en 1977, à près de 7 \$ le kg à ce jour, a contribué au développement de cet élevage.
- L'élevage extensif a été favorisé également par les subventions que l'Etat a accordées à l'aliment concentré introduit durant les années 1970 et qui ne devrait être utilisé au départ que dans les coopératives d'élevage pour compenser le maigre apport du fourrage naturel disponible pendant les périodes de disette.

Des quantités très importantes d'orge et de maïs sont importées et distribuées à très bas prix (24 \$ le quintal en 1985) pour combler le déficit fourrager. La consommation de

concentré est passée de 750 à 2 060 millions d'U.F. entre 1971 et 1985 (LE HOUEROU, 1985 ; BOUTONNET 1989).

### **2.3.2- Le système d'exploitation.**

La population steppique, composée essentiellement de pasteurs éleveurs, pratiquait le nomadisme (concernant le déplacement de l'ensemble de la famille), et la transhumance (qui ne concerne que le berger et son troupeau).

Ce sont des formes sociales d'adaptation à ces milieux arides qui permettent de maintenir l'équilibre et de survivre aux crises écologiques dues à des sécheresses cycliques.

Cette pratique permettait une gestion rationnelle de l'espace et du temps à travers deux mouvements essentiels : « l'achaba » qui consiste à remonter les troupeaux dans les zones telliennes, vers un pacage valorisant les sous-produits de l'agriculture, sur les chaumes et les pailles des terres céréalières pendant les trois à quatre mois de l'été et « l'azzaba » conduisant les pasteurs et leur cheptel vers les piémonts Nord de l'Atlas saharien pendant les trois mois de l'hiver.

Ces deux mouvements de transhumance permettent une utilisation des zones steppiques pendant les trois ou quatre mois du printemps qui correspondent à la période maximale de la production végétale, c'est à dire à la production des espèces annuelles relatives aux pluies printanières et dont la valeur nutritive élevée compense largement les faibles valeurs fourragères des espèces pérennes.

Cette combinaison intelligente induisait une optimisation dans l'utilisation des ressources naturelles et de ce fait, les parcours steppiques ne sont utilisés que pendant un tiers de l'année ce qui permettait la régénération des espèces.

### **2.3.3 - Mutation du système d'exploitation**

Il convient de noter cependant, que la transhumance, mode d'exploitation des parcours naturels autrefois largement pratiquée, est en voie de disparition, et qu'une fixation de plus en plus accrue des pasteurs est entrain de s'effectuer.

Cette tendance à la sédentarisation est souvent traduite par la conquête des terres de parcours pour des mises en valeur agricole et par le fractionnement des grands troupeaux en petites unités qui exercent une forte pression sur la végétation autour des lieux de regroupement de leurs propriétaires. Ces derniers, en voie de mutation, peu imprégnés des habitudes d'une société paysanne, n'ont pas encore abandonné les pratiques d'une société pastorale. Ils déboisent, défrichent et surexploitent l'espace rural dans lequel ils s'installent.

Actuellement avec le mode de vie moderne, on assiste à une sédentarisation importante et de ce fait la conduite du troupeau change (mené le plus souvent par des bergers professionnels)

Le système d'élevage s'intensifie et s'artificialise de plus en plus, les gros éleveurs, font généralement recours aux ressources aléatoires de la céréaliculture (Boubouze, 2000), orge essentiellement, en sec, même si on ne produit qu'une année sur trois ou quatre, on stocke le grain et la paille et il y a recours systématique à la complémentation par des produits achetés.

Mais l'impact n'est pas le même pour tous les éleveurs, car les plus petits se trouvent parfois obligés de vendre du capital pour acheter de l'aliment du bétail, la vente se fait généralement à bas prix.

Il est clair que la meilleure sauvegarde est de posséder un troupeau de taille suffisante pour pouvoir pallier les risques de sécheresse. Il y a donc, au moins, comme l'a bien illustré (Boubouze A, 2000), deux changements clefs :

- Une gestion plus souple de la mobilité des animaux et de leurs besoins.
- Complémentation et décapitalisation.

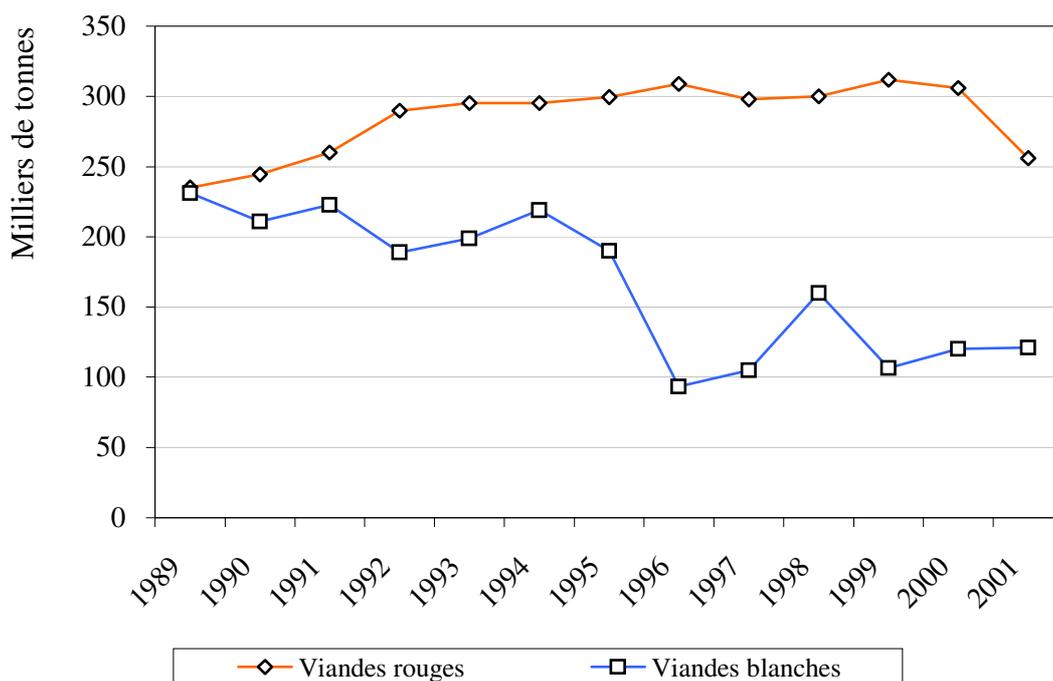
Ces deux facteurs intimement liés, l'un n'allant pas sans l'autre, font que deux conditions s'imposent pour que ce système tourne :

- Les prix des aliments ne doivent pas trop s'envoler, la filière d'approvisionnement (céréales, sous produits) doit être fiable, diversifiée et surveillée par l'Etat (limiter les importations d'orge).
- Les prix de la viande ne doivent pas s'effondrer.

### **III- Les produits de l'élevage :**

#### **3.1-Evolution de la production des viandes rouges et blanches**

En comparant l'évolution de la production des viandes blanches à celle des viandes rouges, on remarque que cette dernière catégorie est plus demandée sur le marché et donc la plus consommée.



**Fig. 4: Evolution de la production des viandes rouges et blanches de 1989 à 2001**

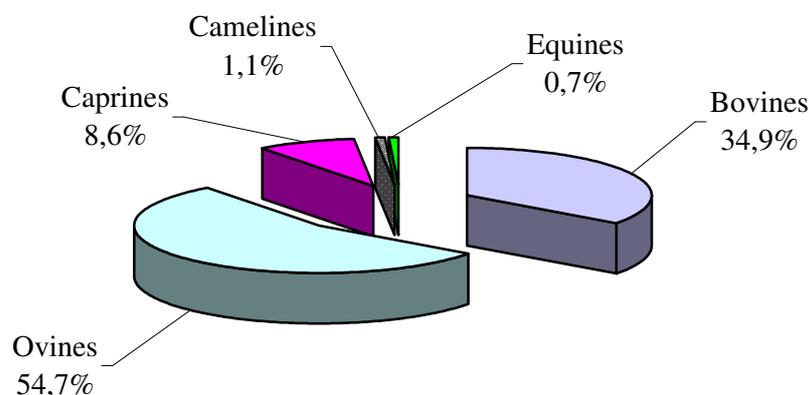
L'année 1996 est celle où on a enregistré une très faible production de viandes blanches (93 400 tonnes) et une forte production de viandes rouges (309 000 tonnes), soit respectivement les taux de croissance suivants : -50,8% et +3,1% par rapport à l'année précédente.

### **3.3-Evolution de la production des viandes rouges :**

#### **3.3.1-Abattages contrôlés et non contrôlés :**

La répartition de la production moyenne des viandes rouges (abattages contrôlés et non contrôlés) par espèce, laisse apparaître que la viande rouge issue de l'espèce ovine est la plus demandée du fait qu'elle est consommée couramment et même sur le plan festif (54,7%), suivie de la viande bovine avec une proportion remarquable de 34,9% et la viande de caprins

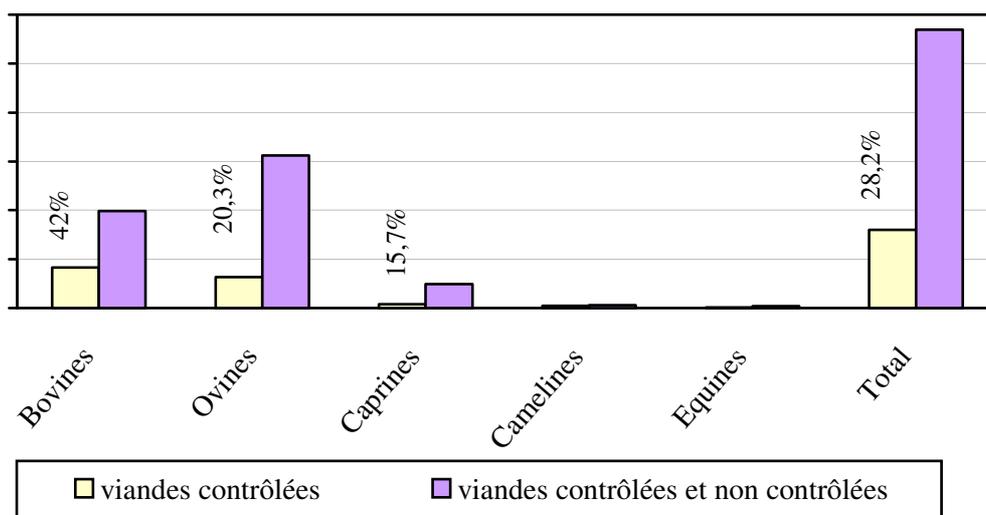
avec une faible part de 8,6% du total moyen qui est évalué à 284 662 tonnes/an.



**Fig. 5: Répartition de la production moyenne des viandes rouges selon l'espèce (1989-2001)**

Il est à remarquer qu'en moyenne, l'abattage contrôlé ne produit que 28,2% du total des viandes rouges (abattages contrôlés et non contrôlés).

Par type de viande, la part de la production des viandes rouges issues de l'abattage contrôlé dans le total des viandes rouges (abattages contrôlés et non contrôlés) est de 42% pour la viande bovine, 20,3% pour la viande ovine ; la viande caprine représente 15,7% le reste est partagé entre la viande cameline et la viande équine.



**Fig. 6: Répartition des viandes rouges par espèces**

#### **IV. Infrastructure de commercialisation.**

L'infrastructure de commercialisation englobe les souks (marchés des animaux sur pied), les moyens de transport, les abattoirs, les lieux de conservation des viandes et les services vétérinaires.

##### **4.1. Marché des animaux sur pieds.**

En Algérie, quelques 1000 marchés hebdomadaires dont 80 à 85 sont de gros marchés, constituent des centres commerciaux pour l'achat et la vente des ovins. Le reste représente les marchés ruraux qui se caractérisent généralement par une infrastructure modeste. Ces marchés engrangent en terme de recettes (droit d'entrée) environ 200 milliards de centimes par an. Mais personne ne peut avancer exactement les sommes recueillies de ces marchés. C'est un marché qui échappe au contrôle de l'Etat. C'est pourquoi, chaque année des centaines de moutons sont exportés frauduleusement vers la Tunisie (Ministère de l'agriculture.2005).

Au niveau des souks, règne un manque de transparence et un déséquilibre dans le rapport de force entre les différents opérateurs. En effet, le producteur/engraisseur se trouve face à deux opérateurs, Chevillard/Boucher et Intermédiaire (commerçant), qui disposent d'importants moyens financiers assurant un déséquilibre en leur faveur, notamment en période d'offre élevée : alors que les éleveurs, n'ayant pas accès au crédit dans la majorité des cas, se trouvent dans l'obligation de liquider une partie de leur cheptel pour subvenir aux besoins de trésorerie, ce qui réduit leur pouvoir de négociation.

##### **4.2. Structure d'abattage : les abattoirs.**

L'infrastructure d'abattage est constituée par les abattoirs qui sont au nombre de 78 implantés sur les plus importants lieux de consommation, et les abattoirs ruraux ou « tueries » qui sont au nombre de 385 au niveau national (Ministère de l'agriculture, 1999). Cependant, les abattoirs en Algérie sont généralement à équipement rudimentaire et insuffisant ce qui influence les conditions d'hygiène et par la suite la qualité de la viande. Au niveau des abattoirs, il existe plusieurs réglementations relatives à l'hygiène et à l'inspection sanitaire à la fois des animaux et de la viande.

Dans les abattoirs ruraux, tel est le cas pour notre région d'étude, la distribution des viandes et des abats destinés à la consommation est précédée par un contrôle effectué par un vétérinaire désigné par les services agricoles de la commune. Dans le cas de la détection de certaines maladies parasitaires, la viande et les abats sont saisis. Concernant la classification qualitative des viandes ovines, les carcasses sont classées selon l'âge. Ainsi, la classification utilisée distingue seulement les estampilles vertes appliquées aux agneaux et aux antenais, les

estampilles pourpres pour désigner les brebis et les béliers et les estampilles rouges réservées aux caprins.

### **Problématique :**

Le secteur de la production animale occupe une place de choix dans l'économie nationale et représente une source de revenu importante dans le secteur agricole.

L'élevage a été l'un des moteurs de la croissance agricole au cours des deux dernières décennies. Cependant les performances dans la filière viandes rouges sont restées modestes et témoignent du rôle secondaire qui lui a été accordé par les pouvoirs publics.

En effet, la filière viande ovine en Algérie joue un rôle stratégique sur le plan économique du fait de son impact sur l'emploi et les revenus, sur le plan social, du fait des habitudes alimentaires et des rites religieux. En matière de commercialisation, de l'amont à l'aval, la filière ovine est caractérisée par un circuit très complexe vu la multitude des acteurs, des relations très souples entre les différents opérateurs et une grande flexibilité dans l'ajustement de l'offre et de la demande. Mais, il reste quand même à analyser la disparité dans le partage des marges.

A cet effet et pour mieux appréhender la réalité du marché sur lequel nous allons effectuer notre recherche, la problématique repose sur une question centrale qui se décompose en deux questions secondaires.

### **Quelles sont les contraintes du système de la commercialisation ovine dans la région de Sougueur ?**

- Peut on identifier les différents acteurs du marché ?
- Le comportement commercial de ces agents économiques pourra t il agir sur les performances de ce marché ?

### **Méthodologie d'approche et présentation de la zone d'étude :**

#### **I. Introduction :**

Il s'agit, ici, dans un premier temps, de présenter les objectifs assignés et les hypothèses de base de notre travail. Ensuite, nous présentons une description de la méthodologie d'approche utilisée pour répondre aux objectifs assignés et pour vérifier les hypothèses avancées. Ensuite, on présentera la zone d'étude à travers la caractérisation du milieu naturel et de la production animale dans la région de Sougueur.

## **II/ Objectifs et hypothèses de travail :**

### **II.1. Objectifs de l'étude :**

L'élevage pastoral souffre d'énormes contraintes liées à la production (disponibilités alimentaires faibles sur parcours, recours insuffisant aux concentrés ...), et à la commercialisation des ovins. Cet état de fait engendre la nécessité de mener des études sur le système de commercialisation des ovins au niveau de ces régions, afin de l'analyser et de faire ressortir les défaillances présentes le long de ce circuit.

L'objectif principal de notre étude est de contribuer à l'amélioration de la connaissance du fonctionnement du système de commercialisation des ovins. L'accent est mis principalement sur les aspects économiques et commerciaux de la production des ovins et de la viande ovine. Ainsi, trois objectifs spécifiques sont définis :

- L'étude de la structure du marché des ovins, à travers l'analyse des différents circuits de distribution et de la concurrence existante.
- L'analyse du comportement commercial des différents opérateurs économiques intervenant au niveau du marché des ovins.
- L'évaluation de la performance économique du marché en analysant la formation des prix et des marges bénéficiaires tout au long des circuits de commercialisation.

### **II.2. Hypothèses de travail :**

Partant d'une analyse des contraintes du système de la commercialisation ovine, on a identifié les hypothèses suivantes :

- L'existence d'un grand nombre d'intermédiaires sur le marché ovine favorise la spéculation ;
- le manque de transparence sur le marché ainsi qu'une dominance économique des maquignons ;
- La spéculation induit des manques à gagner pour les producteurs et des surcoûts pour les consommateurs.

## **III Méthode d'analyse :**

### **III.1. Cadre théorique :**

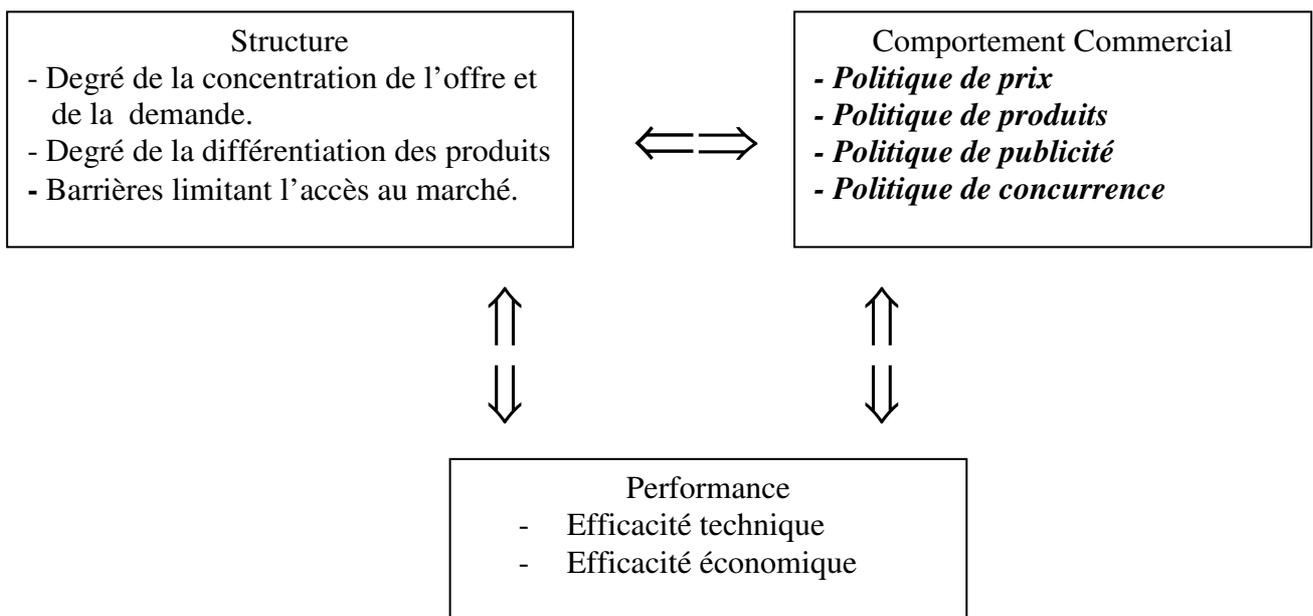
L'approche théorique utilisée pour analyser le système de commercialisation des ovins au niveau de la région de Sougueur est basée sur le modèle « Structure –Comportement - Performance » (S.C.P.). Cette approche a été développée par l'école de l'Organisation Industrielle, dans un but d'application sur les marchés dans les pays industrialisés (Bain ,

1968 ; Gsanger, 1975 ; Clodius et Muller, 1968). Sa mise en œuvre pour l'étude de la commercialisation des produits agricoles dans les pays en voie de développement a donné des résultats intéressants (CFSDA, 1994).

Comme son nom l'indique, l'approche « S.C.P » met en évidence trois composantes principales qui sont : la Structure, les Comportements et la Performance.

La structure est l'édification ou bien l'organisation d'un marché avec ses lieux de commerce et ses différents stades de commercialisation qui déterminent ou qui sont déterminés par les relations et les interactions entre les acteurs. Quant au comportement commercial, il se définit par toutes les activités et mesures qui sont entreprises par les acteurs. Enfin, la performance est définie comme étant le succès résultant du comportement des acteurs sur le marché (CFSDA, 1994).

Selon Gsanger (cité par Iris Paulus, 1994), les éléments de l'approche S.C.P sont liés par des relations causales à doubles sens. Ces éléments sont approchés par des indicateurs d'analyse comme le montre la figure ci-après :



**Fig.7 : Eléments de l'approche S.C.P (Source CFSDA, 1994)**

Dans cette approche, la structure et le comportement peuvent être analysés directement, contrairement à la performance qu'on ne peut examiner qu'indirectement par les prix. Cependant, le modèle montre des points faibles liés aux relations de cause à effet entre structure, comportement et performance, qui ne sont pas expliquées.

### **III.2. Principales étapes de l'approche S.C.P :**

Dans l'objectif d'adopter l'approche SCP pour l'analyse du fonctionnement du système de commercialisation des ovins, des éléments expliquant le système sont retenus à savoir : la structure du marché et la situation de la concurrence, les étapes de transactions et les comportements commerciaux ainsi que la performance économique.

#### **III.2.1. La structure du marché :**

La caractérisation de la structure du marché dépend du type des lieux d'échange et du système de distribution. Les indicateurs de ces deux composantes sont regroupés dans le tableau suivant :

**Tableau 2: Principaux indicateurs de l'analyse de la structure du marché :**

<b>Composantes</b>	<b>Indicateurs</b>
Lieux de commerce	<ul style="list-style-type: none"><li>- La jonction du réseau routier</li><li>- La distance jusqu'aux centres de consommation.</li><li>- Le niveau de prix.</li><li>- L'organisation et l'infrastructure du marché</li><li>- Nombre des moyens de transport.</li><li>- Le volume d'ovins commercialisé</li><li>- Les catégories d'ovins en offre.</li><li>- la proportion entre les acheteurs et les vendeurs</li></ul>
Système de la distribution	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le nombre des différents circuits</li><li>- Les stades de la commercialisation</li><li>- Le volume total des ovins commercialisés et leur proportion par circuit/année/mois/jour.</li><li>- Liaisons (inter)régionales/destination des ovins</li></ul>

Source : CFSDA, 1994.

Par ailleurs, pour étudier la situation de la concurrence, il faut se baser sur les indicateurs de chacun des critères suivants :

**Tableau 3 : Principaux indicateurs pour l'étude de la concurrence sur le marché**

<b>Composantes</b>	<b>Indicateurs</b>
Degré de la concentration	- Nombre des acteurs aux différents stades de la commercialisation. - La quantité commercialisée par acteur à un stade de la commercialisation par an/mois/jour
Barrières limitant l'accès au marché	- Taxe d'entrée aux souks - Coûts de transport - Coûts d'alimentation
Transparence du marché	- Exactitude de l'estimation du poids vif des ovins. - Information sur les prix et la qualité des ovins. - Information sur les fluctuations des prix par année/jour.
Degré de l'intégration verticale	- Nombre des acteurs/association avec différentes fonctions

Source : CFSDA, 1994.

**I.2.2. Les étapes des transactions et le comportement commercial :**

Les transactions d'achat et de vente s'effectuent selon un processus en quatre étapes décrites dans le tableau 4.

**Tableau 4 : Principaux indicateurs pour l'analyse des étapes de transaction.**

Pré négociation	Indicateurs
Motif du comportement commercial	- Objectifs d'achat ou de vente - Fréquence et régularité de fréquentation des marchés
Préférences	- Choix des lieux du commerce (distance) - Partenaires, lieux et périodes préférés.
Planification de la négociation	- Manière de s'informer sur le prix - Manière de décider sur la quantité et la qualité de l'achat/ de la vente - Quantité et qualité du bétail amené/acheté au marché
Négociation	
Stratégie de la négociation	- Prix souhaité/prix minimum - Nombre des offres avant l'achat - Heure de transaction
Détermination de la valeur des ovins	- Critères de la qualité des ovins
Transfert de propriété	
Modalités de paiement	- Paiement comptant - Formes de crédit
Post-négociation	
Organisation du transport	- Propre moyen de transport - Conditions et disponibilité des moyens de transport à location
Conditions de remboursement	- Délai

Source : CFSDA, 1994

L'étape d'avant négociation correspond au processus de prise de décision par l'éleveur avant l'acheminement des lots d'animaux au souk. Au cours de cette étape, l'acteur planifie les quantités et qualités de l'achat et de la vente. Cette phase est déterminée par les motifs du comportement commercial, les préférences et les informations disponibles sur les prix ainsi que la situation de l'offre et de la demande sur le marché.

La négociation est la phase pendant laquelle se forment les prix au niveau du marché. Les indicateurs retenus pour comprendre le comportement des acteurs lors de cette étape sont relatifs aux prix et aux critères d'évaluation de la qualité des ovins.

Quant au transfert de propriété et à la post-négociation, ils constituent les dernières étapes des transactions. Ils sont explicités par les modalités de paiement et l'organisation du transport après l'achat des animaux.

### **III.2.3. Performance du marché :**

La performance du marché des ovins est évaluée sur la base de l'analyse des marges commerciales brutes et nettes des différents acteurs intervenant le long des circuits de commercialisation.

Dans l'évaluation de la performance du marché, tous les prix et les coûts inclus dans la chaîne commerciale sont pris en considération dans l'analyse. Ainsi, le calcul de la marge commerciale brute résulte de la différence entre le prix d'achat et le prix de vente. En déduisant de cette différence les frais variables totaux de la commercialisation, on obtient la marge commerciale nette. La part de l'éleveur dans le prix payé par le consommateur est déterminée par le calcul du pourcentage du prix reçu par l'éleveur dans la valeur totale des produits et sous-produits de l'animal. Ceci constitue un des indicateurs importants pour juger la performance du marché.

### **III.3.3 Choix de la zone d'étude :**

Le choix de la région de Sougueur se justifie par le fait que celle-ci est une zone à fort potentiel de production d'ovins, elle jouit également du fait d'abriter le deuxième marché à bestiaux au niveau national après celui d'El Harrach, et d'après les autorités locales, ce marché est classé le premier en Algérie en matière de transit et de commercialisation d'ovins.

### **III.3.4 Réalisation de la recherche sur le terrain :**

Ayant voulu collecter le plus d'informations possible, nous avons identifié comme site de recherche le souk et l'abattoir. Nous avons pris cette décision étant donné la présence de divers acteurs de la commercialisation des ovins sur ces deux lieux.

#### **III.3.4.1. Echantillonnage**

La population mère ciblée par l'étude est constituée par tous les acteurs intervenant aux différents maillons de la chaîne commerciale des ovins. Il s'agit des éleveurs, des intermédiaires et des bouchers.

##### **III.3.4.1.1. Choix des éleveurs :**

La méthode de sélection de l'échantillon des éleveurs est basée sur un sondage stratifié en raison de l'hétérogénéité de la population des éleveurs. Les strates ainsi obtenues sont fonction de la taille du cheptel, du type d'élevage (nomade, sédentaire ou mixte) et de leur répartition géographique.

##### **III.3.4.1.2. Choix des maquignons :**

Les maquignons sont les commerçants qui achètent et vendent en vif, soit après engraissement ou non. Etant donné l'absence d'information sur les lieux de résidence ou

l'éloignement de ces derniers concernant ce groupe d'acteurs, leur choix est fait sur la base d'un sondage aléatoire au niveau du souk, en tenant compte de l'intérêt porté par l'acteur à notre recherche.

#### **III.3.4.1.3. Choix des bouchers :**

Les bouchers remplissent la fonction de transformation et de vente en détail des viandes. Dans notre zone d'étude, les bouchers achètent les animaux vifs qu'ils abattent eux mêmes dans l'abattoir ou la tuerie de la région. L'échantillon utilisé est basé sur un sondage en fonction de la capacité d'abattage et de stockage.

Pour cela, nous avons réalisé des entretiens avec 60 éleveurs, 22 maquignons (ou intermédiaires) et 18 bouchers. De plus, plusieurs vétérinaires et techniciens (chefs des abattoirs, des percepteurs de taxes (adjudicateurs) ainsi que des représentants des autorités au niveau de la mairie et des institutions concernées (Direction des services agricoles, inspection vétérinaire et l'agence nationale de l'aménagement du territoire (DSA, IV, ANAT) ont été consultés.

#### **III.3.4.2. Elaboration des questionnaires :**

Trois types de questionnaires ont été établis et adaptés aux particularités de l'activité de chaque acteur ; chaque questionnaire est constitué de plusieurs parties, à savoir :

- Identification de l'acteur
- Caractérisation de son activité
- Structure du marché
- Stratégie de vente et d'achat, comportement commercial
- Performance du marché
- Contraintes liées à la commercialisation des ovins

### **IV. Présentation de la zone d'étude :**

#### **IV.1. Situation géographique :**

La wilaya de Tiaret ne correspond pas à un espace géographique délimité ; c'est un espace ouvert au Sud, à l'Est au Sud-ouest et Nord-est. Le concept d'espace flou convient bien ici. Les unités géographiques sont mal tracées, aux contours incertains ; ainsi, au Sud-est, l'oued Touil est tantôt limité avec l'espace wilayal de Djelfa, tantôt inclus dans la wilaya de Tiaret. Chott, à l'autre extrémité occidentale, ne fait pas limite franche entre les trois wilayates de Saida, Tiaret et El Bayadh. En plein Ouest, les secteurs de Rosfa et de Takhemert pourraient tout aussi bien appartenir géographiquement aux wilayates voisines de Saida ou de Mascara. A l'Est, il n'y a aucune solution de continuité entre les espaces de Ksar

Chellala et Rechaiga et l'ensemble aride steppique des deux wilayates voisines de Médéa et de Djelfa (Fig.8)

La wilaya de Tiaret est à cheval entre le sub-humide et l'aride et bénéficie d'aménagements agricoles importants (dans le Sersou notamment) et des projets hydrauliques (Oued Touil, Aïn Skhouna) existent depuis longtemps.



**Fig.8 : Présentation de la Willaya de Tiaret.**

L'extension remarquable aujourd'hui de la ville (moins de 40 000 habitants en 1962, plus de 834 000 au 01/01/2005) est liée à son rôle de plus grand pôle industriel des hautes plaines et à la mise en place d'infrastructures routières et pétrolières.

La superficie a atteint lors du dernier découpage 20 086,60 Km<sup>2</sup>. Située entre Atlas tellien et saharien, cette région est caractérisée par un climat rude avec une saison sèche qui dure 6 à 8 mois, un nombre de jours de pluie variant entre 20 et 50, des précipitations oscillant

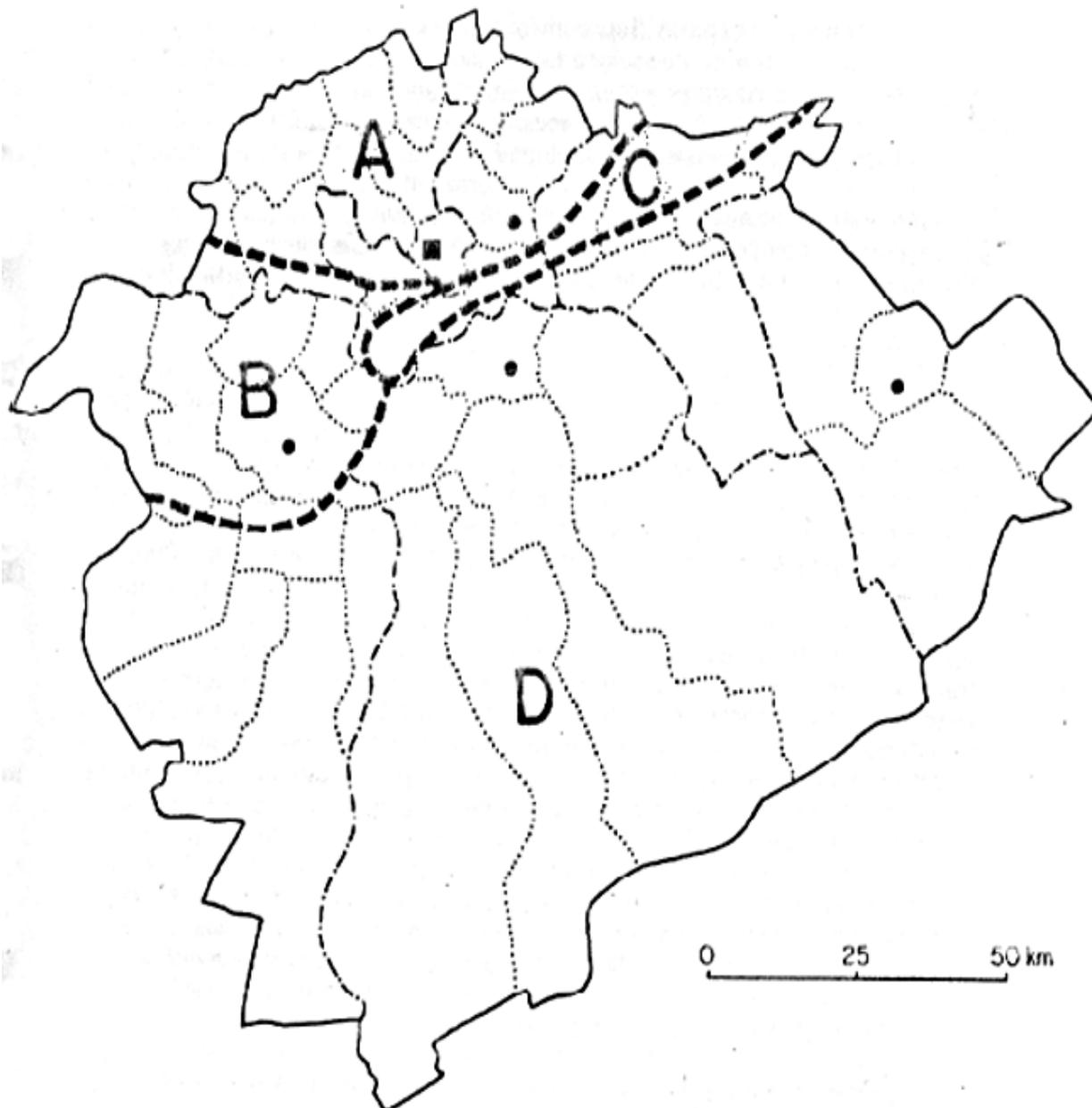
selon les années entre 100 et 600 mm, mais les moyennes des précipitations ont une portée limitée, les irrégularités saisonnières et interannuelles sont fortes. Les amplitudes thermiques sont fortes et la dureté des conditions (été brûlant suivi d'hiver glacial avec des températures négatives) est aggravée par le vent qui balaye ces espaces dénudés. « La steppe est le pays du vent ».

En effet, Tiaret est le pays du vent et du mouton. En dehors des céréales et de l'élevage du mouton, se pratique aussi le maraîchage (le long de la Mina).

#### **IV.2. Le couvert végétal :**

L'état du couvert végétal permet de différencier quatre grandes zones (Fig. 9) :

- La zone collinaire et montagneuse du Nord (le tiers supérieur de la carte), la zone A qui correspond aux monts de Tiaret ; du point de vue structural, cette région coïncide en gros avec le domaine tellien.
- La zone B, dite des monts de Frenda à l'Ouest et au Sud-ouest de la wilaya.
- La zone des hautes plaines et dépressions céréalières, étroite bande allant de Rahouia et Machraâ Sfa jusqu'à Hamadia à l'Est, en passant par Tagdempt, Mellakou et Sougueur, la zone C.
- La zone steppique ou zone D, correspond aux 3/4 de la superficie totale.



**Fig.9 : Découpage de la zone selon le couvert végétal.**

**IV.3. Description de la région de Sougueur :**

La daïra de Sougueur (Ex Trézel) est située à 30 Km du versant Sud des monts de Tiaret, bordée à l'Est par le Sersou, à l'ouest par les contreforts des monts de Frenda et au Sud par une vaste terre d'élevage n'appartenant qu'aux moutons et à leurs pasteurs. Créé officiellement en 1895 par l'autorité militaire coloniale sur des terres de parcours occupées

dès le 16<sup>ème</sup> siècle par des tribus arabes, le territoire communal fut doté de 600 hectares dans une partie de l'immense territoire militaire de l'époque, appelé Sersou.

Il est dominé par le djebel Nador ou encore montagne carrée et s'ouvre vers le Sud sur des terres de parcours dans la limite de l'aridité. Bien qu'au Nord, les terres soient propres aux céréales, l'insuffisance des pluies, le climat aux hivers sibériens, aux gelées dévastatrices, les vents (siroco) brûlants de l'été sont autant de problèmes que les exploitants agricoles ont affrontés avec opiniâtreté (O.Caparros, 1994).

#### **IV-3-1- Caractérisation du milieu naturel et occupation des sols :**

La daïra de Sougueur s'étend sur une superficie de 325405 ha, soit environ 16% de la superficie de la wilaya de Tiaret. La vocation de Sougueur est essentiellement céréalière et en second lieu pastorale. Son altitude varie entre 1020 et 1200 mètres et son climat est aride à semi aride avec des gelées printanières, des écarts de température accrus et une pluviométrie entre 300 et 400 mm/an (à l'exception de la commune de Feidja avec 100 mm/an). Les sols sont peu profonds, très calciques sur croûte calcaire dure avec une très faible rétention hydrique. Malgré le faible taux de pente, les sols de la région sud steppique sont sensibles à l'érosion éolienne et aux ruissellements que les labours tendent à favoriser rendant les sols découverts et pulvérulents.

Le réseau hydrique est composé de plusieurs oueds répartis sur le territoire de Sougueur. Celui-ci est traversé dans sa partie nord et nord-est par les oueds Sougueur, Malellaz et El Farh qui sont des bras de l'oued Bouchekif, lui-même bras de Nahr Ouassel ; l'écoulement de ces oueds se fait en direction sud nord. Au sud-est, l'oued Boussalem a un écoulement sud-ouest et nord- est. Enfin la zone ouest est traversée par l'oued Aoun Branis avec un écoulement sud-est et nord- ouest en aboutissant à oued Mina qui constitue la limite territoriale entre la commune de Sougueur et celle de Mellakou. Le régime d'écoulement de ces oueds est temporaire puisqu'il est déterminé en fonction de la pluviométrie insuffisante dans la région.

**Tableau 5 : Densité de la population par commune dans la daïra de Sougueur :**

Communes	Superficies (Km <sup>2</sup> )	Densité (hab. /Km <sup>2</sup> )
Sougueur	248,18	298
Tousnina	296,69	40
Si Abdelghani	424,67	22
Feidja	2284,51	3
Total	3254,05	91

Source : DTP de Tiaret, 2005

La commune de Feidja représente 70% de la superficie totale de la daïra mais elle est presque inhabitée ; c'est un désert effrayant avec une absence totale de toutes les commodités de la vie, zone steppique à 100% où presque la moitié du cheptel ovin de la région se concentre avec quelques bergers et leurs familles, contrairement à la commune de Sougueur où la densité de la population est très importante. C'est une région du Sersou qui reste célèbre tant par les investissements industriels et urbains que par la rationalisation des moyens culturels utilisés (mécanisation précoce), introduction de spéculations à caractère industriel, équipements de fermes d'avant-garde (A. Dagonne, G.Duvigneau, J.P. Laborde et all, 1992).

**Tableau 6 : Principales occupations des sols de Sougueur**

Désignation	Superficie (ha)	Pourcentage
Parcours	194 172	60 %
Forêts	35 771	11 %
S.A.U	80 631	25 %
Terres incultes	14 306	04 %

Source : DSA de Tiaret, 2004

L'analyse des données montre l'existence de deux zones naturelles homogènes :

- une zone qui représente 75% de la superficie totale, constituée de parcours, de forêts et de terres incultes. Il s'agit alors de paysages notablement dégradés.

- Une zone, 25% de la superficie du territoire, de superficie agricole utile dont seulement 0,45 % sont irrigués et ce après l'intervention du P.N.D.A dans la région.

La répartition de la superficie totale entre les quatre communes de la daïra de Sougueur se présente comme suit :

**Tableau 7 : Répartition des superficies.**

Désignation	Sougueur	Feidja	S/Abdelghani	Tousnina	Total
<b>S.A.U</b>	21 429	9 485	20 439	29 278	80 631
<b>Parcours</b>	-	194 172	-	-	194 172
<b>Forêts</b>	-	21 141	14 630	-	35 771
<b>Terres incultes</b>	3 574	3 513	6 890	329	14 306
<b>Total</b>	25 003	228 311	41 959	29 607	324 880

Source : D.SA de Tiaret, 2004

Près de 70% de la superficie totale de la daïra sont affectés à la commune de Feidja qui est d'ailleurs la plus grande commune de toute la wilaya. Les parcours sont à 100% constitués d'alfa. Par contre, les forêts sont constituées principalement de chênes verts (Kerrouche), de thuya (taga), de genévrier au bois rouge, de lentisque et de pin d'Alep (Senaoubar).

L'existence de ces forêts, associées aux parcours d'alfa et à la céréaliculture (orge notamment) qui existe dans le Nord de la région offre à cette zone d'étude la caractéristique d'être agro-sylvo-pastorale.

#### **IV. 3.2. Caractérisation de la production animale à Sougueur :**

##### **IV. 3.2.1. Evolution des effectifs du cheptel :**

L'élevage dans la région constitue la composante principale de l'économie agricole. C'est la première source d'emploi pour la population rurale et même ceux qui travaillent dans les administrations ou dans l'industrie considèrent leurs emplois comme activité secondaire, l'activité primordiale étant l'élevage des petits ruminants.

**Tableau 8 : Evolution des effectifs du bétail au niveau de la daïra de Sougueur :**

Désignation	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ovins	185 926	119 774	114 911	131 246	131 285	131 327
Caprins	2 273	1 952	1 410	1 473	1 808	1 992
Bovins	6 501	5 851	5 650	5 466	5 400	4 662
Equins	739	585	563	597	594	453

Source : D.SA de Tiaret, 2004

L'examen de cette évolution révèle une diminution des effectifs de tous les animaux jusqu'à l'année 2002 où le cheptel se reconstitue de nouveau ; les causes sont bien évidentes (DSA de Tiaret, 2004) : la région a été marquée par une décennie de sécheresse et donc une dégradation du couvert végétal et une décapitalisation des éleveurs.

Quant à la répartition selon les races, le cheptel ovin de la région de Sougueur est caractérisé par la dominance de la race locale, la Rumbi, réputée pour sa rusticité et son adaptation au climat et à la nature des sols de la zone avec 90% des effectifs. Le reste est constitué par la race Ouled Djellal présente chez quelques gros éleveurs qui font de l'élevage sélectionné.

##### **IV.3.2.2. Composition et structure des troupeaux :**

Il est à noter que dans les quatre communes de la daïra de Sougueur, il y a plus de 1 000 éleveurs dont 20% ont des troupeaux de moins de 100 têtes et qui sont considérés comme très petits éleveurs. Plus de 50% des éleveurs possèdent des troupeaux de taille variant entre 100 et 300 têtes, alors que 4% des éleveurs de la région détiennent des troupeaux de plus de 600 têtes.

Les troupeaux dont la taille dépasse les 600 têtes se trouvent exclusivement dans la commune de Feidja et sont conduits sur les parcours ou dans les forêts.

**Tableau 9 : Composition du cheptel ovin de la daïra de Sougueur :**

Désignation	Béliers	Brebis	Antenais	Antenaise	Agneau	Agnelles	Total
Sougueur	690	13800	3600	1200	4250	5100	28640
Tousnina	780	15670	2670	1680	3490	4250	28540
S/Abdelghani	912	18250	2614	1520	4100	3870	31266
Feidja	1060	22100	4270	2001	6250	7200	42881
Total	3442	69820	13154	6401	18090	20420	131327
Pourcentage	2,6 %	53 %	10 %	5 %	13,8 %	15,6 %	100 %

Source : D.SA de Tiaret, 2004

La composition du cheptel ovin dans la région renseigne sur la prédominance des femelles reproductrices qui représentent plus de la moitié de l'effectif total, alors que le ratio de béliers est de moins de 3% : les éleveurs gardent les géniteurs mâles en nombre très réduit (en règle générale, un bélier / 20 brebis).

A decorative border resembling a scroll, with a green outline and grey shaded scroll ends at the top-left, top-right, and bottom-left corners.

***RESULTATS  
ET  
DISCUSSION***

## **DEUXIEME PARTIE : RESULTATS ET DISCUSSION**

### **CHAPITRE I : Analyse de la structure du marché des ovins dans la région de ougueur :**

#### **I. Introduction :**

La structure du marché est définie comme étant l'organisation d'un marché avec ses lieux de commerce et ses différents stades de commercialisation, qui déterminent ou qui sont déterminés par les relations et les interactions entre des acteurs.

Etant la première composante de l'analyse, nous présentons dans ce chapitre une description de la structure du marché des ovins et de la viande ovine au niveau de la région de Sougueur. L'accent est mis principalement sur les trois paramètres qui caractérisent la structure du marché et qui sont : les lieux de commerce, les circuits spécifiques des systèmes de distribution et la situation de la concurrence sur le marché.

#### **II. Types de lieux de commerce :**

Le lieu de commerce est défini comme étant « le lieu plus ou moins concret de la confrontation et de la conciliation de l'offre et de la demande d'un bien, où se déterminent les quantités échangées et le prix de cession (Dalil, 2000). Il s'agit de l'espace d'échange physique des produits contre des ressources monétaires entre les vendeurs et les acheteurs.

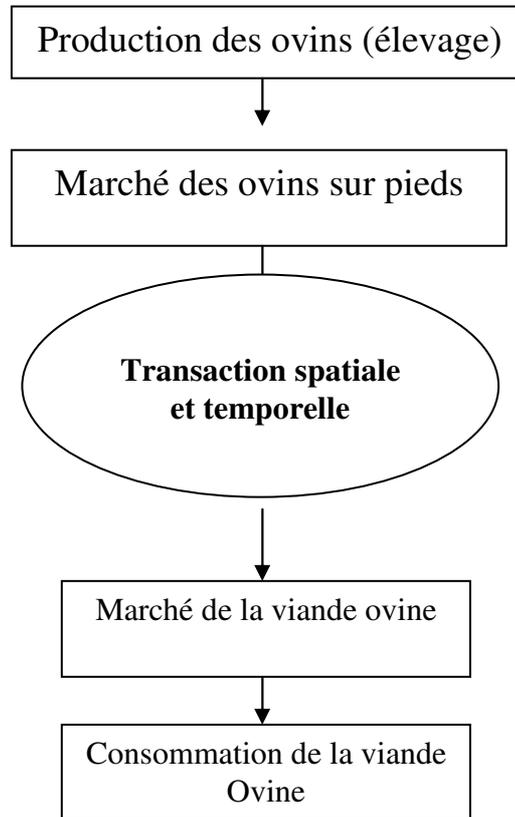
La configuration des marchés est généralement identique : une première partie réservée au bétail et une seconde aux différentes autres marchandises. Comme cette étude se limite aux ovins, les participants pris en considération sur le marché sont les éleveurs, les intermédiaires qui achètent et revendent le bétail et les bouchers qui commercialisent la viande au détail. Les chevillards n'existent pas dans la région (pas de commerce de la viande en gros).

A travers ses acteurs sur le marché, il nous importe de distinguer deux types de marchés : celui des ovins ou animaux sur pieds et celui de la viande ovine. Le premier est un marché de production où se rencontrent des opérateurs pour échanger des animaux vivants (finis ou maigres). Ce type de marché peut être qualifié de gré à gré ; c'est un marché sans aucune réglementation, où les offreurs et les demandeurs définissent directement entre eux les conditions d'échange.

Quant au marché de la viande ovine, contrairement au marché des animaux, il constitue la plate forme d'échanges de viande. Ce type de marché est animé par les bouchers qui, au niveau de l'abattoir, assurent la transformation des animaux vivants en viande ; le

transfert s'opère des bouchers aux consommateurs. Concernant son fonctionnement, ce type de marché est réglementé du point de vue exercice de la profession (registre de commerce et agrément).

La figure suivante présente les principaux lieux de commerce des ovins sur pieds et de la viande ovine.



Source : CFSDA, 1994

**Fig. 10 : Système de commercialisation dans le contexte de l'étude**

Pour mieux appréhender la structure du marché des ovins et de la viande ovine dans la région de Sougueur, nous nous intéressons, dans ce qui suit, à l'état des infrastructures routières et aux équipements de commercialisation.

### **II.1. Le réseau routier :**

Le réseau routier a un rôle moteur dans l'activité économique et sociale de toute la région, puisqu'il constitue l'unique moyen de déplacement des personnes et de transport de marchandises.

#### **II.1.1. Description du réseau routier :**

Le réseau routier de la région de Sougueur s'élève à 227 Kms dont 116 Kms sont revêtus (soit 51%). Cette infrastructure routière est répartie comme suit :

**Tableau 10 : Principales caractéristiques du réseau routier de la région de Sougueur.**

Type de route	Total disponible	Dont revêtues	Taux de revêt
Routes Nationales	49	31	63
Chemins de Wilaya	55	55	100
Chemins communaux	123	30	25
Total	227	116	51

Source : DTP de Tiaret, 2005

Ce réseau, d'une longueur totale de 227 Kms, représente moins de 10% du réseau routier régional (la wilaya de Tiaret dispose d'une longueur totale de 2 351 Kms dont 1781 revêtus). Le linéaire revêtu s'étend sur 116 Kms, soit 51% du réseau. Ce niveau est nettement inférieur à la moyenne de la wilaya (76%) et il est également inférieur à celui des autres régions telles que Rahouia avec un taux de couverture de 93%, Mechraa Sfa avec un revêtement de 88%, Hamadia 89%, Mahdia 78% et Ksar Chellala 95%. En conséquence, la région de Sougueur est caractérisée par le réseau routier le moins revêtu par rapport à toutes les régions de la wilaya de Tiaret et de loin encore.

En ce qui concerne l'état du réseau routier revêtu, 51% sont dans un état défavorable (DTP de Tiaret, 2005). Par ailleurs, le réseau routier est caractérisé par l'étroitesse des chaussées avec une largeur inférieure ou égale à 5 m et un trafic de 600 véhicules/jour dont plus de 50% de poids lourds. Rapporté à la superficie de la daïra et sa population, le taux de couverture est de 35,64 Kms de route revêtue/1000 Km<sup>2</sup> et de 1,12 Kms de route revêtue/1000 habitants. L'insuffisance de la couverture du réseau routier et l'éloignement des lieux de production du marché à bestiaux dans la région de Sougueur, mettent les éleveurs en difficulté pour se rendre au souk. Sauf ceux motorisés bien évidemment, notamment pendant les périodes hivernales pluvieuses quand les pistes sont en très mauvais état.

L'infrastructure du réseau routier peut constituer une contrainte importante dans le fonctionnement du marché des ovins dans la région.

### **II.1.2. Attitudes des acteurs vis-à-vis du réseau routier :**

De notre enquête, il ressort que 95%, 100% et 90% respectivement des éleveurs, des maquignons et des bouchers jugent moyen à mauvais l'état du réseau routier au niveau de Sougueur. Ils jugent également la couverture du réseau routier insuffisante par rapport à l'étendue de la zone. De même, 80% des éleveurs, 68% des maquignons et 50% des bouchers considèrent que l'infrastructure routière constitue une entrave au développement de la commercialisation des ovins au niveau de la région de Sougueur.

**Tableau 11 : Attitudes des acteurs vis à – vis du réseau routier.**

Indicateurs	Attitudes	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Etat du réseau routier	Bon	05 %	00 %	10 %
	Moyen	15 %	95 %	80 %
	Mauvais	80 %	05 %	10 %
Couverture/ Superficie de la région	Suffisante	40 %	45 %	80 %
	Insuffisante	60 %	55 %	20 %
Importance/ Commercialisation	Encouragement	20 %	32 %	50 %
	Entrave	80 %	68 %	50 %

Source : Enquête 2004

## **II.2. Infrastructure de commercialisation :**

### **II.2.1. Les marchés nationaux :**

Il y a quelques années, le marché de Sougueur était classé deuxième marché à bestiaux au niveau national après celui d'El-Harrach et avant celui d'El-Khroub, il était également classé premier en matière de commercialisation des ovins. Actuellement, par manque de sécurité, ce marché n'a plus ce privilège et beaucoup de chalands ont cessé de le fréquenter.

La gestion du marché est prise en charge par la commune qui est responsable de la maintenance de l'infrastructure. Mais la fonction de perception est concédée aux enchères à une personne privée, c'est-à-dire que le droit de gestion est vendu pour un an au plus offrant. Pour la gestion de l'année en cours, le marché a été cédé de gré à gré pour un montant de 35 millions de Dinars dont 3/10<sup>e</sup> sont versés au Trésor pour les interventions zoo sanitaires et les 7/10<sup>e</sup> sont versés à la commune pour la maintenance et l'aménagement du souk.

En contrepartie, l'adjudicateur a le droit de fixer et de percevoir des taxes s'adressant à tous les vendeurs sur le souk ; ces taxes varient d'un souk à l'autre et représente la seule barrière d'accès.

Le marché de Sougueur, d'une superficie de 10 Ha, est situé dans la périphérie sud de la ville, près de la route qui mène à Ain Dheb. Ce marché souffre d'une infrastructure défaillante (manque d'aménagement et ensablement de l'enceinte du souk, manque d'eau pour l'abreuvement du bétail et de la non électrification). L'ensemble de ces contraintes constitue une entrave - surtout en automne et en hiver - au bon fonctionnement de la commercialisation des ovins dans la région.

Les attitudes exprimées par les différents intervenants dans le souk de Sougueur (tableau 12) révèlent que plus de 90% de l'échantillon jugent moyen à mauvais l'état du souk. A cet effet, les acteurs commerciaux sollicitent l'intervention de la commune pour la

réalisation d'aménagements dans le but d'améliorer l'état des lieux et ils soulignent que l'attribution de la gestion du souk à un privé n'a pas donné des résultats satisfaisants.

Quant à l'étendue du souk, elle est suffisante même pendant les périodes de fêtes (Aid el kébir).

**Tableau 12 : Attitude des acteurs vis-à-vis de l'infrastructure du marché :**

Attitude des acteurs		Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Etat du souk	Bon	8 %	5 %	0 %
	Moyen	45 %	40 %	35 %
	Mauvais	47 %	55 %	65 %
Etendue du souk	Suffisante	100 %	100 %	100 %
	Insuffisante	0 %	0 %	0 %

Source : Enquête, 2004

### **II.2.2. L'abattoir :**

L'abattoir constitue non seulement le lieu de transformation des animaux vivants en carcasses, mais également, le lieu où se déroule l'inspection sanitaire des carcasses. La fonction principale des abattoirs est l'approvisionnement des bouchers en carcasses et par conséquent, le ravitaillement des consommateurs en viandes ovines fraîches.

Dans la wilaya de Tiaret, 20 à 25 milles têtes d'ovins sont abattues sous contrôle de l'Etat chaque année. La plupart des abattages s'effectuent dans les 2 abattoirs urbains (Tiaret et Frenda) et les 12 tueries situées chacune dans une commune.

Généralement, selon le volume des abattages et de l'équipement, les abattoirs sont classés en deux catégories : d'une part, les grands et moyens abattoirs urbains et d'autre part, les abattoirs ruraux, plus petits, qui sont appelés « Tueries ». Ces derniers sont généralement mal équipés puisqu'ils ne possèdent pas de chambre froide.

La « Tuerie » de Sougueur a été créée en 1980 ; sa gestion est confiée à la commune. L'abattage est confié à un égorgéur privé qui ne paie rien à l'Etat et qui perçoit 100 DA/tête abattue, versés directement par les bouchers ou les consommateurs. La tuerie de Sougueur ne dispose ni de clôtures ni de chambre froide. Par mesure de sécurité, les bêtes ne passent pas la nuit dans la salle de stabulation, chose qui devrait se faire afin d'éviter le stress et le surmenage de l'animal avant l'abattage. Les animaux sont ramenés du Souk directement à la tuerie pour l'abattage. La viande, ne pouvant pas être conservée, est distribuée immédiatement aux bouchers après le contrôle vétérinaire, transportée par des camionnettes vers les boucheries. L'abattage à la tuerie de Sougueur se fait chaque jour mais les volumes sont plus importants le samedi, jour du souk.

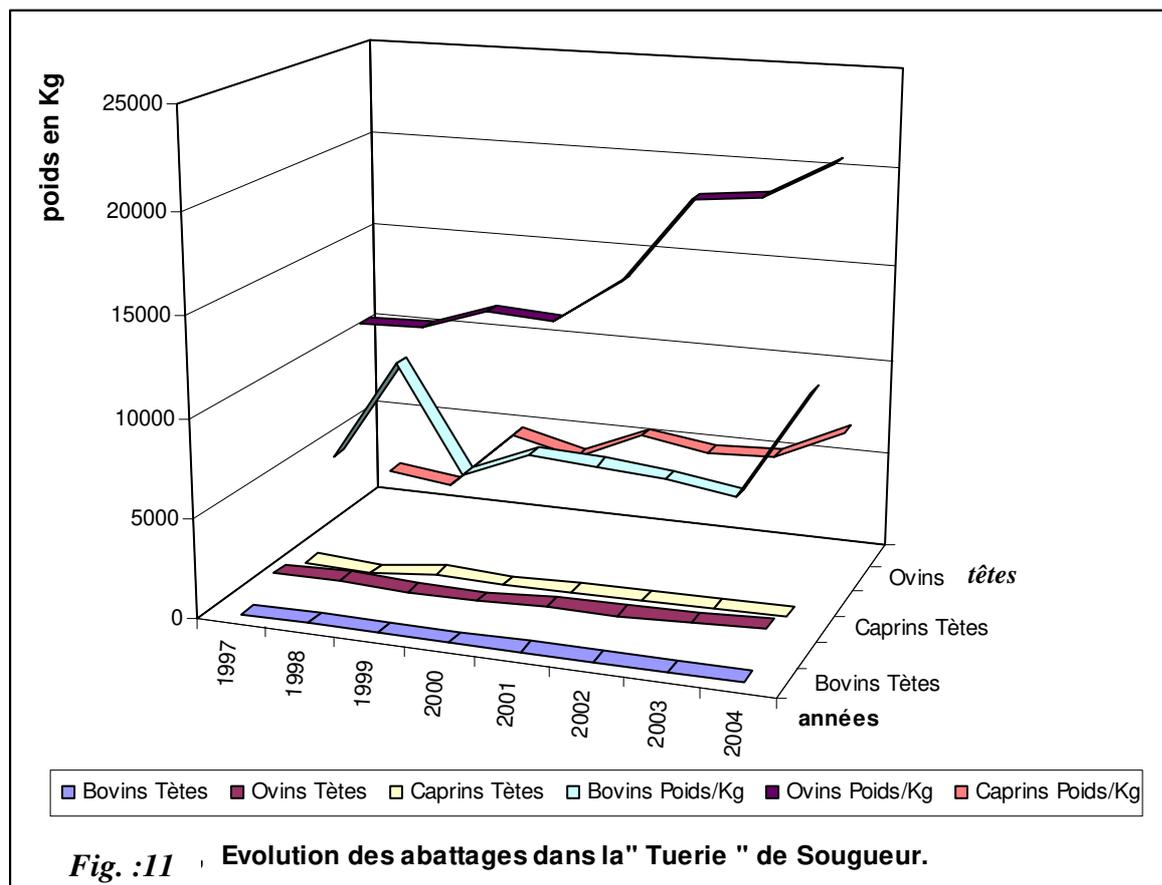
**Tableau 13 : Niveaux d'équipement de la « Tuerie » de Sougueur.**

Désignation	Equipement	Tuerie de Sougueur
Locaux de stabulation	Superficie (m <sup>2</sup> )	20
	Etat	non fonctionnelle
Salle d'abattage des ovins et des caprins	Superficie (m <sup>2</sup> )	180 (15 x 12)
	Etat	moyen
	Nombre robinets	1
	Nombre crochets	37
	Aération Eclairage	Insuffisante Moyen
Salle d'abattage	Superficie (m <sup>2</sup> )	108 (9 x 12)
	Etat	moyen
	Robinets	1
	Crochets	8
	Aération Eclairage	Insuffisante Moyen
Salle d'inspection et d'estampillage	Superficie (m <sup>2</sup> )	56 (8 x 7)
	Balance (capacité)	500 Kg
Bureau du vétérinaire	Superficie (m <sup>2</sup> )	20 (4 x 5)
	Etat	lamentable (abandonné)

Source : Commune de Sougueur, 2004

L'examen de l'état des équipements de la « Tuerie » de Sougueur montre qu'elle est mal équipée et souffre d'une infrastructure modeste.

Après l'opération d'abattage, les moutons sont dépouillés et étripés par des ouvriers qui sont considérés comme des employés chez le dit égorgueur ou sacrificateur qui les paient à raison de 30 DA/tête. Le nettoyage se fait sans l'utilisation d'aucun produit détergent. Pour ce qui est de l'évolution des abattages au niveau de la tuerie de Sougueur, les données collectées auprès du service vétérinaire de la commune supposent une consommation très faible de viande rouge ce qui est très loin de la réalité (Fig. n°11)

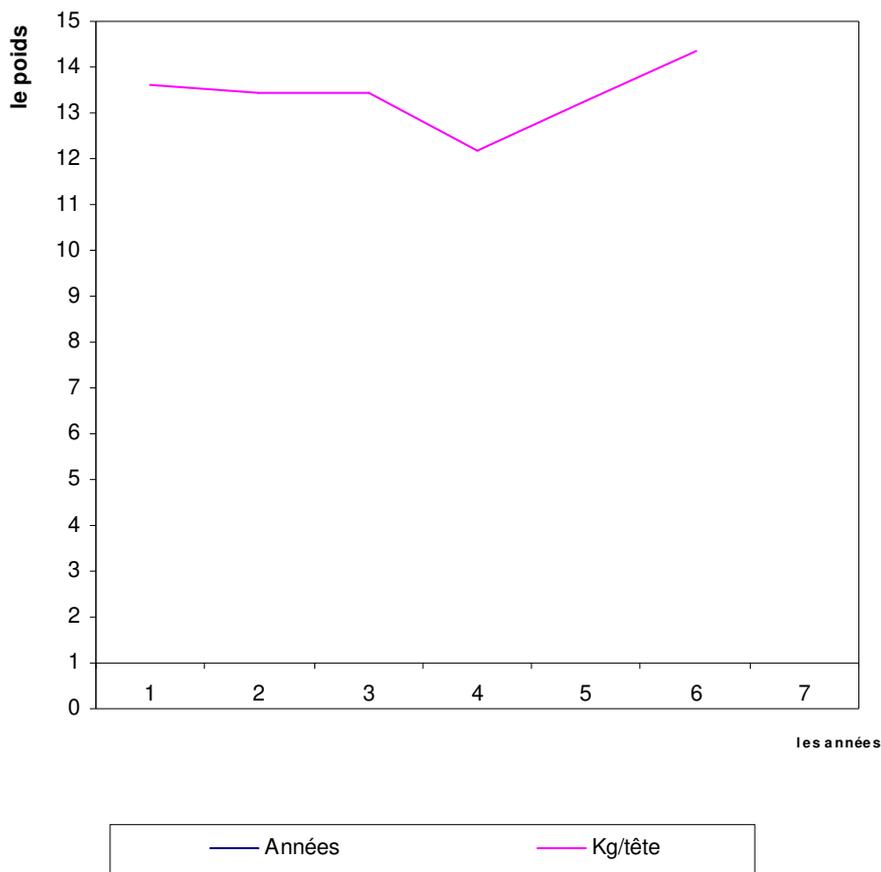


**Fig. :11 Evolution des abattages dans la " Tuerie " de Sougueur.**

La faible disponibilité (0,51 Kg/tête/an) ( voir Evolution des abattages en Annexe1) témoigne de la part considérable des abattages effectués hors du contrôle de l'Etat, à l'occasion des fêtes de familles comme les mariages, les baptêmes et le pèlerinages ou la grande fête religieuse, l'Aïd el kébir d'une part, et l'abattage clandestin que pratique la majorité des bouchers de la région afin d'éviter le contrôle vétérinaire et surtout l'abattage de la femelle qui n'est pas autorisé par les services vétérinaires, d'autre part. D'après nos entretiens avec les vétérinaires de la région d'étude, le nombre des abattages à l'abattoir s'accroît de 25% pendant les périodes où des mesures de contrôle sanitaire sont engagées.

En effet, le pourcentage des abattages clandestins est estimé à environ 50%, surtout dans les régions rurales et il peut même atteindre 75% de l'abattage total pendant la fête de l'aïd el kébir.

Le poids moyen carcasse est presque stable pendant six ans (Fig.12), ce qui peut nous informer sur la catégorie d'animaux abattus. Ce sont généralement des agneaux ou des antenais. Les brebis et les béliers réformés ne passent pas toujours par l'abattoir.



**FIG,12 Evolution du poids moyen carcasse**

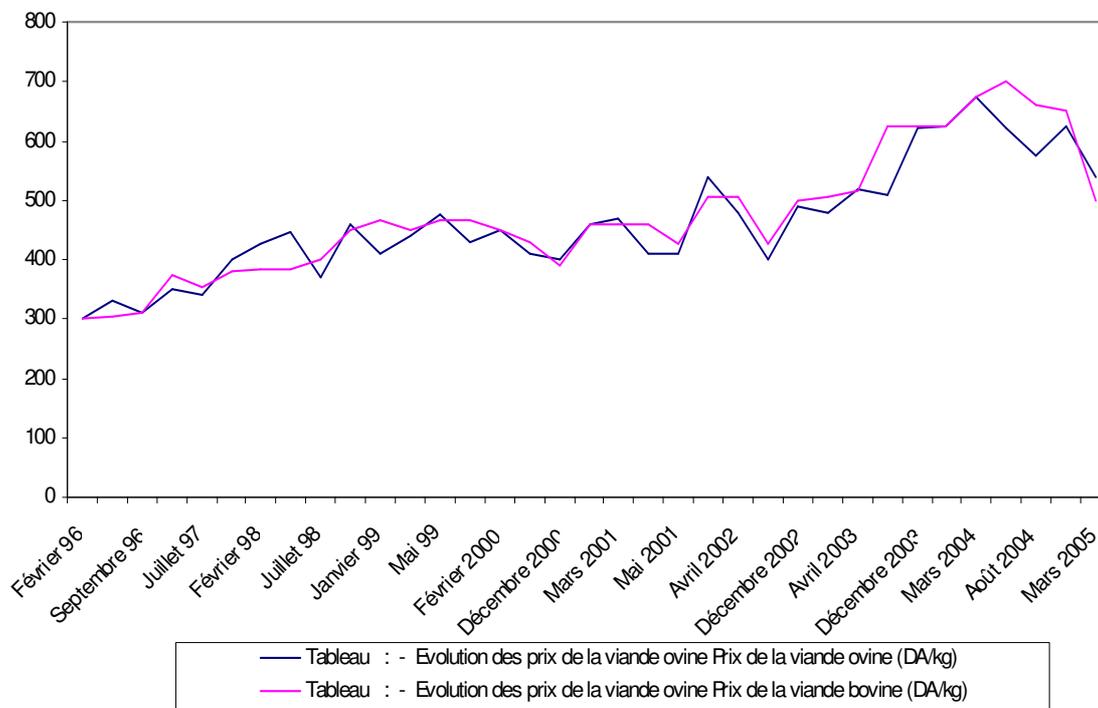
### **II.3. Niveaux des prix :**

L'efficacité du marché peut être appréciée à travers la stabilité et l'homogénéité spatiale du système des prix. Les mécanismes de stabilisation des prix dans le temps (la pratique de l'engraissement) assurent une certaine adaptation de l'offre à la demande sur différents points du marché.

Le mécanisme de formation des prix des ovins s'opère à l'échelle du marché, défini en tant qu'espace unitaire de commercialisation entre les partenaires échangistes. Le marché national est formé par un réseau hiérarchisé de marchés plus ou moins bien intégrés entre eux. Certains marchés sont dits de collecte et les prix qui s'y forment sont des prix d'offre, en général inférieurs à la moyenne nationale (cas du marché de Tiaret). D'autres sont des marchés d'approvisionnement où les prix sont des prix à la consommation (cas du marché Sougueur) en général supérieurs à la moyenne nationale.

La variabilité des prix (Dalil, 2000) peut être appréhendée à plusieurs niveaux :

- Variabilité spatiale apparente dans la différence des prix d'une région à une autre ;
- variabilité temporelle qui exprime les fluctuations des prix au cours du temps.



**Fig.13 Evolution des prix de la viande rouge dans la région de Tiaret**

L'analyse de l'attitude des acteurs vis-à-vis du système des prix (tableau 14) fait ressortir que 90% des éleveurs ne sont pas satisfaits des prix de vente pratiqués au niveau du souk de Sougueur. En effet, ils estiment que les charges engagées en matières d'aliment concentré sont de plus en plus importantes et les prix perçus ne couvrent guère les coûts de production.

Les maquignons, eux, sont en majorité mécontents à la situation des prix des ovins mais ils l'incombent aux éleveurs car ils déclarent que la pratique de la complémentation en aliment concentré est devenue une règle en année de sécheresse comme en année pluvieuse, ce qui fait que les prix des ovins ne baissent jamais. Une autre caractéristique plus importante que la disponibilité ou non de l'aliment fait que les prix de vente ne baissent pas : c'est la demande qui dépasse l'offre, déclaration faite par les acteurs enquêtés. L'offre est réduite ces derniers temps par le phénomène de la fuite des animaux à travers les frontières ; c'est un commerce informel qui s'avère d'une ampleur effrayante et selon nos interlocuteurs, c'est la cause principale de la pénurie des animaux et de toute évidence de la hausse des prix. Pour ce qui est des bouchers, le prix de la viande les satisfaits en majorité sauf que la consommation est très réduite avec la baisse du pouvoir d'achat. Les abattages sont en général échelonnés.

**Tableau 14 : Attitudes des acteurs vis-à-vis des prix des ovins sur pieds et de la viande ovine, en pourcentage du total.**

Attitude vis-à-vis	Appréciation	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Prix des ovins sur pieds	Favorable	10 %	15 %	40 %
	Défavorable	90 %	85 %	60 %
Prix de la viande	Favorable	/	/	68 %
	Défavorable	/	/	32 %

Source : enquête 2004

En ce qui concerne l'information sur les prix (tableau 15), il s'avère que les éleveurs sont relativement moins bien informés que les maquignons et les bouchers. Tous ces acteurs soulignent que les écarts entre les prix maximum et minimum enregistrés au cours de l'année sont importants.

**Tableau 15 : Degré d'information des acteurs sur les variations des prix des ovins au cours de l'année, en pourcentage par rapport au total.**

Information sur les prix		Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Disposent d'information		80 %	100 %	90 %
Ne disposent pas d'information		20 %	0 %	10 %
Ecart entre les prix au cours de l'année	Faibles	2 %	3 %	0 %
	Moyens	13 %	8 %	25 %
	Importants	85 %	89 %	75 %
Moyenne des écarts		5000 DA	8000 DA	3000 DA

Source : Enquête, 2004

Ainsi 80%, 100% et 90% respectivement des éleveurs, des maquignons et des bouchers enquêtés disposent des informations sur les fluctuations des prix et surtout les périodes de baisse et de hausse des prix.

Par ailleurs, étant donné que les bouchers font des achats d'ovins destinés à l'abattage, les écarts entre les prix sont moins élevés, de l'ordre de 3 000 DA/tête. Alors que pour les éleveurs et les maquignons qui procèdent à des achats à la fois des ovins d'élevage et de boucherie, les écarts sont plus importants et peuvent atteindre 8 000 DA/tête.

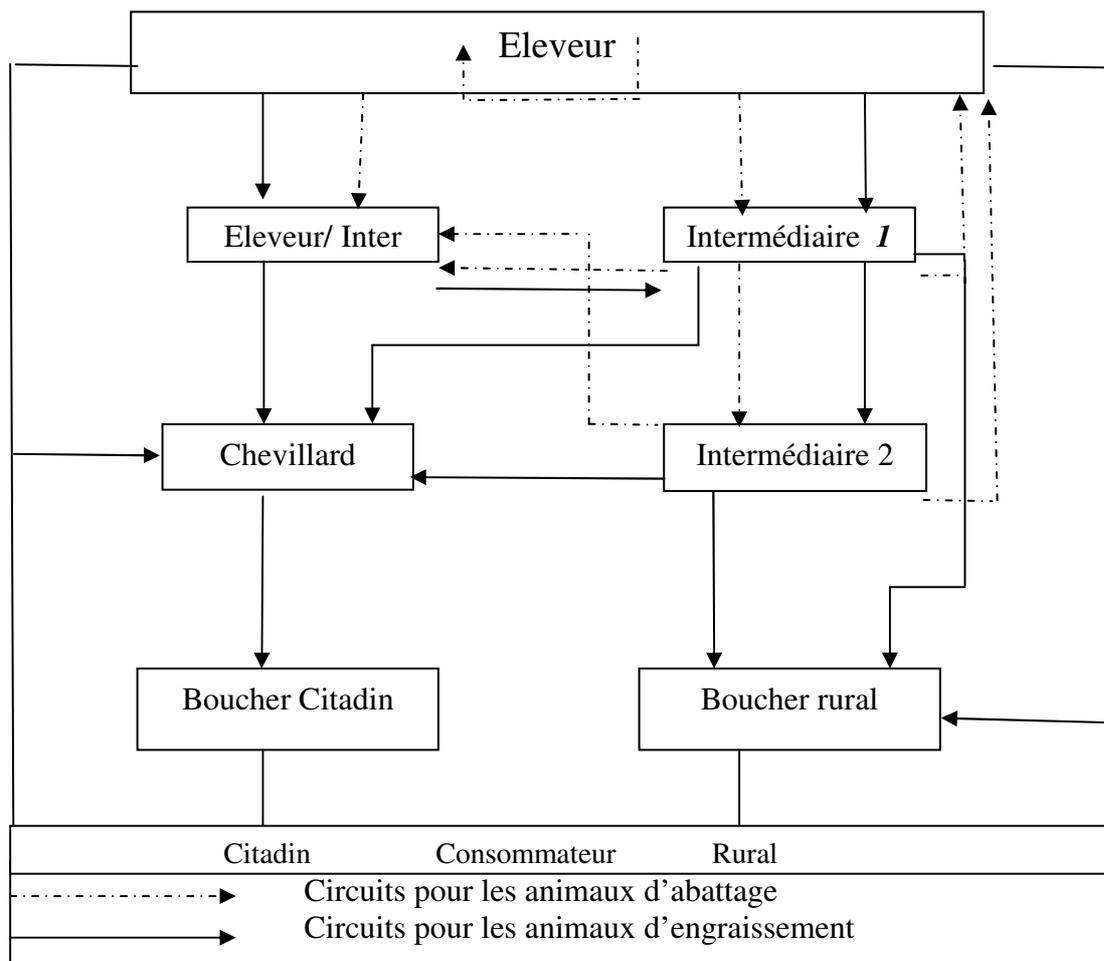
### **III. Le système de distribution :**

L'objet de ce paragraphe est l'analyse des conditions de confrontation entre l'offre et la demande des ovins et de la viande ovine. Cette confrontation s'établit principalement par le biais de l'échange marchand et par les fonctions d'intermédiation commerciale.

Le régime des prix est un produit résultant de la confrontation aux différents stades des partenaires échangistes. Ces derniers, éleveurs, maquignons et bouchers se trouvent dans des positions à la fois complémentaires et concurrentes. A ce niveau, l'analyse des circuits de

distribution constitue une étape importante pour mieux cerner les interactions entre ces différents opérateurs, les circuits sont définis théoriquement par l'ensemble des chemins possibles empruntés, entre le producteur et le consommateur. Ces chemins se distinguent entre eux par les étapes qu'ils comprennent dans le processus d'intermédiation commerciale et de transformation.

Le système de commercialisation des ovins englobe plusieurs types de circuits particuliers. La complexité du schéma général renseigne sur la complexité du système de commercialisation des ovins. Cette complexité réside dans le fait que toutes les constellations du commerce y sont représentées avec des degrés variables pour chacune d'elles. A l'échelle nationale, les flux interrégionaux des ovins sont complexes et difficiles à cerner. Ces flux sont suscités par des complémentarités interrégionales (les zones importatrices et exportatrices) et dont le fonctionnement reste tributaire des intermédiaires commerciaux et de l'infrastructure du transport.



**Fig.14 : Schéma général des systèmes de la distribution des ovins**

Dans l'objectif d'éclairer cet aspect au niveau de la région de Sougueur, nous avons mis l'accent sur l'analyse des circuits de distribution existants du point de vue information, organisation et fonctionnement.

Ainsi, il importe d'abord de noter que le degré d'information sur le système de distribution varie d'un acteur à un autre (tableau 16). En effet, 70% des éleveurs affirment connaître la destination des ovins vendus. C'est à dire, ces éleveurs savent si leurs animaux vendus vont être engraisés ou abattus à Sougueur ou dans d'autres régions.

Concernant les maquignons et les bouchers, ils sont plus informés quant aux différents circuits de commercialisation qu'empruntent les ovins produits dans la région et aux acteurs qui opèrent au niveau du souk de Sougueur.

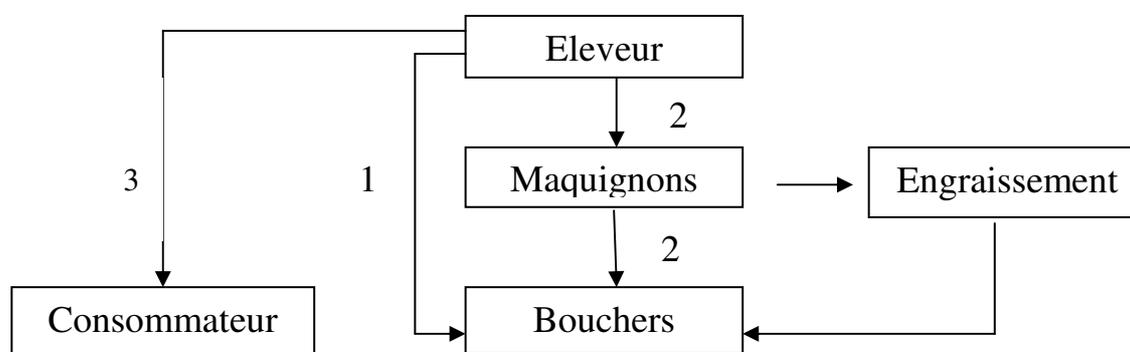
**Tableau 16 : Degré d'information des acteurs sur le système de distribution (exprimé en pourcentage par rapport au nombre total des acteurs)**

Indicateur d'information	Réponse	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Destination des ovins vendus	Oui	70 %	98 %	/
	Non	30 %	02 %	/
Différents circuits existants	Oui	50 %	76 %	90 %
	Non	50 %	24 %	10 %
Différents types d'acteurs	Oui	60 %	82 %	98 %
	Non	40 %	18 %	02 %

Source : Enquêtes, 2004

La quantification du volume total des proportions étant relative à la période de l'enquête, nous nous limitons dans cette partie à la description et la différenciation des circuits existants dans la région de Sougueur.

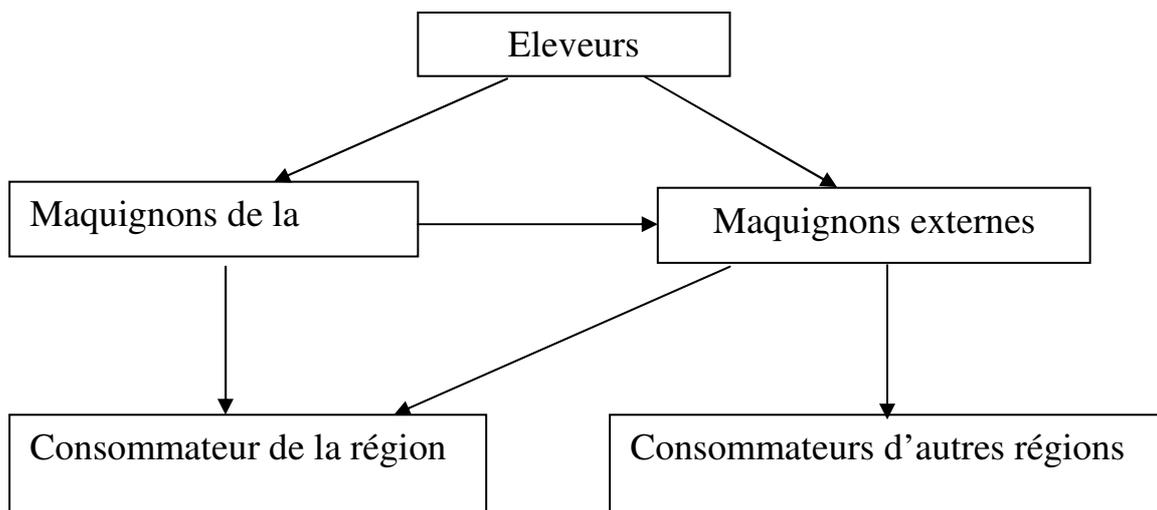
Tenant compte de la particularité du marché des ovins durant la période de la fête du mouton, on distingue deux schémas de commercialisation différents (Hors et au cours de la période de l'aïd el kébir).



**Figure 15 : Circuit de commercialisation des ovins hors période de l'aïd el kébir à Sougueur**

Le circuit n°1 est le plus court et consiste en la vente des ovins directement des éleveurs aux bouchers ; ces animaux ont reçu dans les exploitations un supplément en aliments concentrés, pour qu'ils soient vendus à des fins d'abattage dans la région de Sougueur. Ce circuit est de très grande importance pour l'approvisionnement rural en viande ovine.

Le circuit n°2 représente le chemin qu'empruntent des animaux plus ou moins engraisés par l'éleveur et dont les maquignons assurent l'intermédiation vers le boucher rural de Sougueur ou d'autres régions. Ces maquignons font des achats et des ventes dans la même journée, mais souvent font recours à l'engraissement dans l'objectif de réaliser des bénéfices. Le circuit n°3 est plus représentatif des périodes de sécheresse. C'est un circuit très court particulièrement important pendant certaines saisons ; les consommateurs achètent directement à la ferme pour s'approvisionner en ovins d'abattage.



**Fig. 16 Circuit de commercialisation des ovins en période de l'Aid el adha.**

En période de l'Aid, la commercialisation des ovins connaît à la fois une augmentation du volume transitant par le souk de Sougueur et une diversité des circuits de distribution. Ceci se traduit par une multitude d'intervenants et surtout par la présence massive d'intermédiaires venus d'autres régions.

En effet, durant cette période, l'effectif des ovins présents sur le marché est estimé entre 6 000 à 8 000 têtes par jour de souk (samedi), alors qu'en dehors de cette période de pointe, c'est juste la moitié de cet effectif qui fait l'objet de transactions chaque semaine (commune de Sougueur).

De même, pendant cette période, l'amplitude des déplacements de certains maquignons augmente. Ayant engraisé un troupeau important d'ovins, ces maquignons se dirigent vers d'autres régions (voisines) telles que Djelfa, Laghouat, M'sila et côtières telles que Oran, Alger et Annaba, et ce dans le but de vendre à des prix plus élevés et de réaliser les marges les plus grandes possible.

Le Souk de Sougueur se distingue par la forte présence de maquignons de la région et d'ailleurs qui font leurs transactions sur place. Les maquignons qui ne vendent pas leur moutons sur place et qui ne sont pas de la région, peuvent laisser leurs bêtes contre 50 DA/tête/nuit juste pour le gardiennage chez des maquignons professionnels dans cette pratique. Ces maquignons opportunistes sont au nombre de trois, ils occupent des « zribas » situées à côté du souk et qui ne sont même pas aménagées en fermes.

D'après les déclarations des vétérinaires et des responsables gérants du souk de Sougueur, ces trois maquignons font partie de la catégorie sociale la plus aisée de la région. Le marché de Sougueur joue un rôle important dans l'approvisionnement des souks de répartition et de redistribution, tels que les marchés de Tiaret, Ain Dheb, Medrissa et Mahdia. Ces marchés représentent un carrefour de commercialisation entre les régions du Sud et celles du Nord du pays.

#### **IV. Situation de la concurrence sur le marché des ovins :**

Pour étudier la situation de la concurrence, il faut examiner les trois critères suivants : la transparence du marché, l'intégration verticale et les barrières limitant l'accès au marché.

##### **IV.1. Transparence du marché :**

Une hypothèse principale de départ était l'insuffisance de transparence sur le marché ovin. Avant de discuter cette hypothèse, il faudrait d'abord définir ce terme dans le contexte de notre étude.

La transparence du marché, c'est le degré d'information des participants au marché sur les critères importants pour leurs décisions en matière de commercialisation (Schubert, 1983 cité par CFSDA, 1994).

Les besoins en information sont spécifiques à chaque type d'acheteurs. En effet, les éleveurs ont plus besoin de données sur les prix des animaux sur pieds et leur évolution au cours de l'année et même le long d'une journée au souk local.

Tandis que pour les maquignons, du fait qu'ils pratiquent, pour la plupart d'entre eux, l'engraissement et sont confrontés à des bouchers, l'information pertinente recherchée est l'évolution des prix au niveau des souks locaux et régionaux, en plus de la connaissance du

poids vif et du poids à la carcasse des ovins. Quant aux bouchers, leurs besoins en information sont multiples : prix des ovins, prix de la viande ovine, poids et qualité. Les outils ou critères indiqués pour assurer une transparence suffisante du marché ovin dans la région de Sougueur sont la fréquentation des souks par les différents acteurs, le degré d'information des acteurs sur l'évolution journalière et annuelle des prix, les différences et les normes relatives au poids vif et à la qualité des animaux échangés.

### **VI.1.2. Fréquentation des souks :**

Le niveau de fréquentation des souks est différent en fonction des divers acteurs de la commercialisation (tableau 17). Il est moins élevé pour les éleveurs qui font leurs ventes au souk local. Toutefois, pour les éleveurs qui se déplacent vers d'autres marchés, leurs rayons d'action sont importants mais réduits comparativement à ceux des maquignons. Ces derniers, en raison d'une demande importante et diversifiée, parcourent des distances plus grandes et peuvent atteindre les souks urbains de certaines grandes villes (El Harrach – El Khroub..) en période de forte demande (Aid el Adha)

**Tableau 17: Niveau de fréquentation des souks et rayons d'action selon les catégories d'acteurs**

Acteurs	Souk de Sougueur seulement		Sougueur et autres souks		Rayon d'action	
	Hors Aid	Pdt Aid	Hors Aid	Pdt Aid	Hors Aid	Pdt Aid
<b>Eleveurs</b>	92 %	54 %	8 %	46 %	40 Km	200 Km
<b>Maquignons</b>	16 %	0 %	84 %	100 %	85 Km	600 Km
<b>Bouchers</b>	95 %	100 %	5 %	0 %	40 Km	5 Km

Source : Enquête 2004.

Pour les éleveurs de Sougueur, la fréquentation d'autres marchés hors période de l'Aid est presque inexistante, vu l'importance du marché local.

Les bouchers de la région, également, y trouvent tout ce qu'ils demandent. En période de fêtes, il y a l'embarras du choix, donc ils se contentent de s'approvisionner au marché de la région puisqu'ils ont des relations d'amitié ou des liens de parenté avec les éleveurs ou les maquignons chez qui ils achètent. Cependant, hors période de l'Aid, vu les conditions de stockage des carcasses défailantes (absence de chambre froide), tous les bouchers sont contraints de visiter les souks de la région pour répondre à la demande de la semaine. A l'exception d'un seul boucher de notre échantillon de 18 individus, qui possède une boucherie équipée en chambre froide d'une capacité de 20 carcasses ovines et 6 bovines ainsi que tout l'équipement nécessaire.

Par ailleurs, pendant la fête de l'Aid et durant plus de deux semaines, 100% des maquignons enquêtés fréquentent d'autres marchés. Ils achètent, engraisent ou finissent et revendent pour satisfaire la demande du sacrifice religieux. Pour cela, les maquignons activent dans des zones très lointaines ; ils ont des rayons d'action qui peuvent atteindre 600 Kms.

Hors période de l'Aid, en général, tous les acteurs se rendent au souk chaque samedi, pour réaliser des achats ou des ventes d'animaux, pour s'approvisionner en aliment de bétail, pour avoir des nouvelles sur l'évolution des prix et des flux et surtout pour rencontrer les amis et approvisionner le foyer en ravitaillement quotidien. Cette visite hebdomadaire est sacrée.

#### **IV.1.3. Information sur les prix :**

En ce qui concerne l'estimation des prix ainsi que du niveau de l'offre et de la demande, tous les participants suivent une approche informelle. Cette approche se compose surtout d'une tournée de sondage sur le souk, d'observations et d'entretiens avec des collègues et d'autres acteurs. Il est aussi possible de collecter ces informations la veille ou le jour du souk précédent. Tous les acteurs ont accès aux informations, mêmes celles concernant les prix sur d'autres souks régionaux ou interrégionaux, par l'intermédiaire des acteurs externes ou des transporteurs.

En effet, l'information sur les prix conditionne fortement le choix des lieux de vente, les périodes d'écoulement et les quantités à commercialiser. Au niveau de la région de Sougueur, la majorité des acteurs impliqués dans la commercialisation des ovins affirme avoir une idée sur les grandes tendances des prix au cours de l'année, avec un degré de précision plus élevé en faveur des maquignons et des bouchers. Par contre, ils jugent qu'il est difficile d'anticiper la tenue des cours durant la même journée (tableau 18).

**Tableau18 : Degré d'information des acteurs sur l'évolution des prix.**

Information sur	Réponse	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Variation des prix/année	Oui	50 %	100 %	90 %
	Non	50 %	0 %	10 %
Estimation des prix/jour	Oui	30 %	45 %	50 %
	Non	70 %	55 %	50 %

Source : Enquête, 2004

Le manque d'informations sur les prix constitue pour l'ensemble des acteurs une lacune de taille qui affecte les comportements commerciaux et la transparence du marché des ovins

#### **IV.1.4. Base d'estimation de la valeur des ovins :**

Au niveau du souk, une classification objective selon la qualité des ovins existe seulement pour la catégorie et l'âge. L'estimation de la santé, de l'état physique, c'est-à-dire de l'engraissement et du poids dépend de l'expérience des acteurs.

Par ailleurs, parce qu'il n'y a pas de balances au souk, tous les acteurs sont obligés d'estimer le poids. L'importance de cette estimation diffère selon les acheteurs. Pour les bouchers et les chevillards, la précision de l'estimation est essentielle pour le calcul du rendement de la carcasse et par conséquent pour leurs bénéfices. Pour les éleveurs et surtout pour les intermédiaires, la connaissance du poids favorise les négociations avec les deux autres groupes.

Pour évaluer le savoir faire des acteurs en matière d'estimation de la valeur et du poids vif des ovins, nous nous sommes basés sur leurs déclarations lors des enquêtes (tableau 19).

**Tableau 19: Base d'estimation des acteurs de la valeur des animaux :**

<b>Base d'estimation</b>		<b>Eleveurs</b>	<b>Maquignons</b>	<b>Bouchers</b>
<b>Base d'estimation du poids vif des animaux</b>	Plus ou moins exacte	66 %	93 %	100 %
		54 %	07 %	0 %
	Moins précise			
<b>Base d'estimation de la valeur des ovins</b>	Conformation	61 %	18 %	00 %
	Poids vif	08 %	41 %	70 %
	Conf + poids vif	06 %	09 %	00 %
	Matière grasse	25 %	32 %	20 %
	MG + Poids vif	00 %	00 %	10 %

Source : Enquête 2004

Les résultats ainsi dégagés, révèlent que la quasi-totalité des maquignons (93%) et des bouchers (100%) estime le poids vif des ovins avec plus d'exactitude relativement aux éleveurs. Ceci s'explique par le fait que les gains des bouchers dépendent le plus d'une estimation du poids vif et du rendement en carcasse. Cet indicateur est privilégié par 70% de ce type d'acteur dans l'évolution de la valeur des ovins.

Quant aux éleveurs, l'estimation de la valeur des ovins repose, pour 61% d'entre eux, sur la conformation qui indique l'aptitude de l'animal à l'engraissement. Les maquignons, qui assurent l'intermédiation entre les éleveurs et les bouchers, prennent les deux indicateurs comme références pour l'évolution de la qualité des ovins.

#### **IV.2. Intégration verticale :**

L'intégration verticale signifie qu'un seul acteur de la commercialisation ou des associés assument plusieurs fonctions à différents stades. L'intérêt de cette composante est que les décisions de commercialisation prises par différents acteurs deviennent les affaires

intérieures d'un seul opérateur. Autrement dit, les acteurs avec un haut degré d'intégration verticale sont plus indépendants de la situation du marché que les acteurs agissant seulement sur un plan de commercialisation.

Pour approcher cette variable, nous nous sommes basés sur le degré des activités multifonctionnelles des acteurs de la commercialisation. Pour chaque type d'acteurs, on se réfère aux activités secondaires qu'il pratique (tableau 20)

**Tableau 20 : Degré d'intégration verticale des acteurs de la commercialisation dans la région de Sougueur**

Activités secondaires	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
<b>Pas d'autres activités secondaires</b>	80 %	57 %	78 %
<b>Elevage</b>	/	40 %	11 %
<b>Intermédiation</b>	20 %	/	11 %
<b>.Boucherie</b>	00 %	03 %	/

Source : Enquête 2004.

On note d'après ce tableau, que 20% des éleveurs pratiquent occasionnellement l'activité de commerçants intermédiaires, surtout pendant les périodes de forte animation du souk (l'Aid el Adha). Le but recherché est de tirer des marges bénéficiaires supplémentaires pour pouvoir financer la campagne agricole ou encore pour subvenir aux besoins de consommation. 40% des maquignons visent également la constitution d'un cheptel avec des régimes de complémentation et d'engraissement variables pour les différentes catégories d'animaux.

Les bouchers présentent un pourcentage de 11% qui font de l'élevage en parallèle à leur activité principale, 11% qui opèrent au niveau du souk pour faire des achats et des ventes d'ovins dans l'objectif de réaliser des bénéfices.

#### IV.3. Barrières limitant l'accès au marché :

L'accès au souk est libre pour tous les vendeurs et acheteurs potentiels. La seule réglementation officielle est la taxe d'entrée calculée en fonction du nombre de têtes ramenées sur le marché.

Dans ce paragraphe, nous présentons les différentes barrières limitant l'accès au marché des ovins pour les acteurs de la région de Sougueur, à savoir la taxe d'entrée au souk, la taxe d'abattage et les coûts de transport des ovins et de la viande ovine..

##### **IV.3.1. Taxe d'entrée au souk.**

Comme il a été déjà mentionné, ce sont les communes qui gèrent les souks par l'intermédiaire d'un adjudicataire qui fixe les taxes d'entrée pour le bétail. En effet le droit de gestion est vendu pour un an au plus offrant. La privatisation de la perception des taxes assure

des revenus sûrs à la commune, mais ne garanti pas une bonne gestion des infrastructures de commercialisation.

Pour le souk de Sougueur, la perception des taxes est confiée à un privé, pour l'année en cours, contre un fermage de 35 millions de Dinars (35.000.000 DA).

Donc, la seule forme de réglementation qui restreint l'accès des acteurs de la commercialisation au marché des ovins est bien la taxe d'entrée qui est spécifique pour chaque classe d'animaux (tableau 21)

**Tableau 21 : Taxe d'entrée du bétail appliquée au souk de Sougueur.**

Animaux	Taxes
Ovins – Caprins	60 DA /tête
Bovins - Equidés	300 DA/tête

Source : Commune de Sougueur, 2004

Cette taxe ne subit pas de variation au cours de l'année. Cependant, elle est variable d'un souk à un autre, selon l'importance des volumes commercialisés ainsi que l'offre et de la demande des ovins au niveau de chaque souk.

#### **IV.3.2. Taxe d'entrée à l'abattoir :**

La gestion des abattoirs relève aussi des attributions de la commune. De la même manière que pour les souks, le droit de gestion est vendu à un privé contre 150000 DA pour la tuerie de Sougueur et pour l'année en cours. L'alimentation en eau et en électricité ainsi que tout les travaux de nettoyage restent à la charge de la commune.

Le percepteur de taxes exige une taxe de 5 DA/Kg de viande sur toutes les bêtes abattues. L'égorgeur, lui, touche une taxe d'abattage qui varie d'une espèce à une autre.

**Tableau 22 : Taxe d'abattage appliquée au niveau de la « tuerie » de Sougueur**

Espèce	Taxe (DA/Tête)	Exemple de calcul de la taxe d'abattage (DA/Tête)
<b>Ovine</b>	100	Cas d'un ovin de 15 Kg carcasse  Taxe d'abattage = 100 + (5 x 15)= 175 DA
<b>Caprine</b>	100	
<b>Bovine</b>	500	

Source : Commune de Sougueur, 2004

Pour montrer quels sont les effets directs et indirects de ces taxes (taxes d'entrée au souk et taxe d'abattage) sur le comportement commercial des différents acteurs, nous les avons interrogés sur leurs attitudes vis-à-vis de ces taxes.

**Tableau 23 : Appréciations des acteurs vis-à-vis des taxes d'entrée et d'abattage.**

Taxes	Attitudes	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
Taxes d'entrée au souk	Elevée	63 %	68 %	/
	Raisonnable	37 %	31 %	/
Taxes d'abattage	Elevée	/	/	62 %
	Raisonnable	/	/	38 %

Source : Enquêtes, 2004

Les résultats, révèlent que près des 2/3 des éleveurs et des maquignons jugent que ces taxes sont élevées surtout que les services d'aménagement et d'entretien du souk ne sont pas à la hauteur de leurs attentes. Ils revendiquent aussi contre le fait que le percepteur de taxes les oblige à payer la taxe de 100 DA aussi bien pour un agneau avant sevrage que pour un bélier de 04 ans. Pour les bouchers, la taxe d'abattage est élevée pour plus de 60% de l'échantillon, comparée au prix de la viande qui n'est pas rémunérateur.

Les bouchers affirment qu'ils sont dans une situation économique très difficile surtout avec l'importation des viandes congelées qui sont cédées à des prix bien inférieurs.

#### **IV.3.3. Coûts de transport des ovins :**

Le transport constitue la deuxième barrière qui limite l'activité de commercialisation des ovins pour les éleveurs et les maquignons surtout ceux dont les exploitations se trouvent éloignés du souk et sur des terrains accidentés, où tout accès de véhicule est quasi impossible.

**Tableau 24: Les moyens de transport utilisés pour les principaux acteurs de la commercialisation des ovins.**

Moyens de transport	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
A pieds	10 %	35 %	60 %
Camionnettes	40 %	50 %	40 %
Camions	50 %	15 %	0 %

Source : Enquête, 2004

Il ressort de ce tableau que le moyen de transport le plus utilisé par les acteurs de la commercialisation des ovins est la camionnette, ce qui s'explique par le nombre de têtes transportées vers le souk et qui ne dépasse pas 25 à 30 têtes. Les camions sont utilisés par une grande partie des éleveurs, ceux qui ont un nombre important d'animaux à transporter.

Le déplacement pedestre reste le moyen le plus utilisé, en premier lieu, par les bouchers (60% de l'échantillon) dont les déplacements se limitent à la distance qui sépare le souk de la « tuerie » de Sougueur et, en deuxième lieu, par les maquignons qui possèdent des ateliers d'engraissement à faible distance du marché.

Le coût du transport n'est pas soumis à une réglementation. Il n'est pas fonction de la distance parcourue, ni de l'effectif d'animaux amené au souk par rapport à la capacité du

moyen de transport. Au niveau de la région de Sougueur, le coût du transport des ovins est de 40 DA/tête, quelle que soit la distance parcourue et l'effectif transporté. Cependant, dans le cas où l'effectif est très important et la distance grande, le coût de transport devient fonction du pouvoir de négociation entre l'acteur de la commercialisation des ovins et le propriétaire du moyen de transport.

#### **IV.3.4. Coût de transport de la viande ovine :**

Pour le transport des carcasses de viande de l'abattoir à la boucherie, les bouchers de Sougueur utilisent leurs propres moyens de transport quand ils en ont (camionnette). Lors de nos enquêtes au niveau de la « tuerie », on a pu constater que deux transporteurs publics ont engagé leurs véhicules (genre fourgonnette) pour le transport des carcasses. Ces véhicules sont dépourvus de conditions de froid et de toute commodité d'hygiène (voir photo en Annexe) ce qui augmente les risques de contamination.

Le coût du transport des carcasses s'élève à 30 DA/carcasse ovine.

#### **V. Conclusion :**

En guise de conclusion à ce chapitre, il se dégage que le marché des ovins dans la région de Sougueur souffre d'un certain nombre de contraintes relatives à l'infrastructure de commercialisation, au système de distribution et au degré de transparence du marché.

L'état dégradé et l'insuffisance de la couverture du réseau routier par rapport à l'étendue de la région constituent une entrave au développement de la commercialisation des ovins au niveau de la région de Sougueur. En dépit d'un fort potentiel de production, le marché de Sougueur présente une infrastructure défailante. Cette défailance est apparente également dans la « tuerie » de la région qui est caractérisée par un sous équipement et un manque d'hygiène.

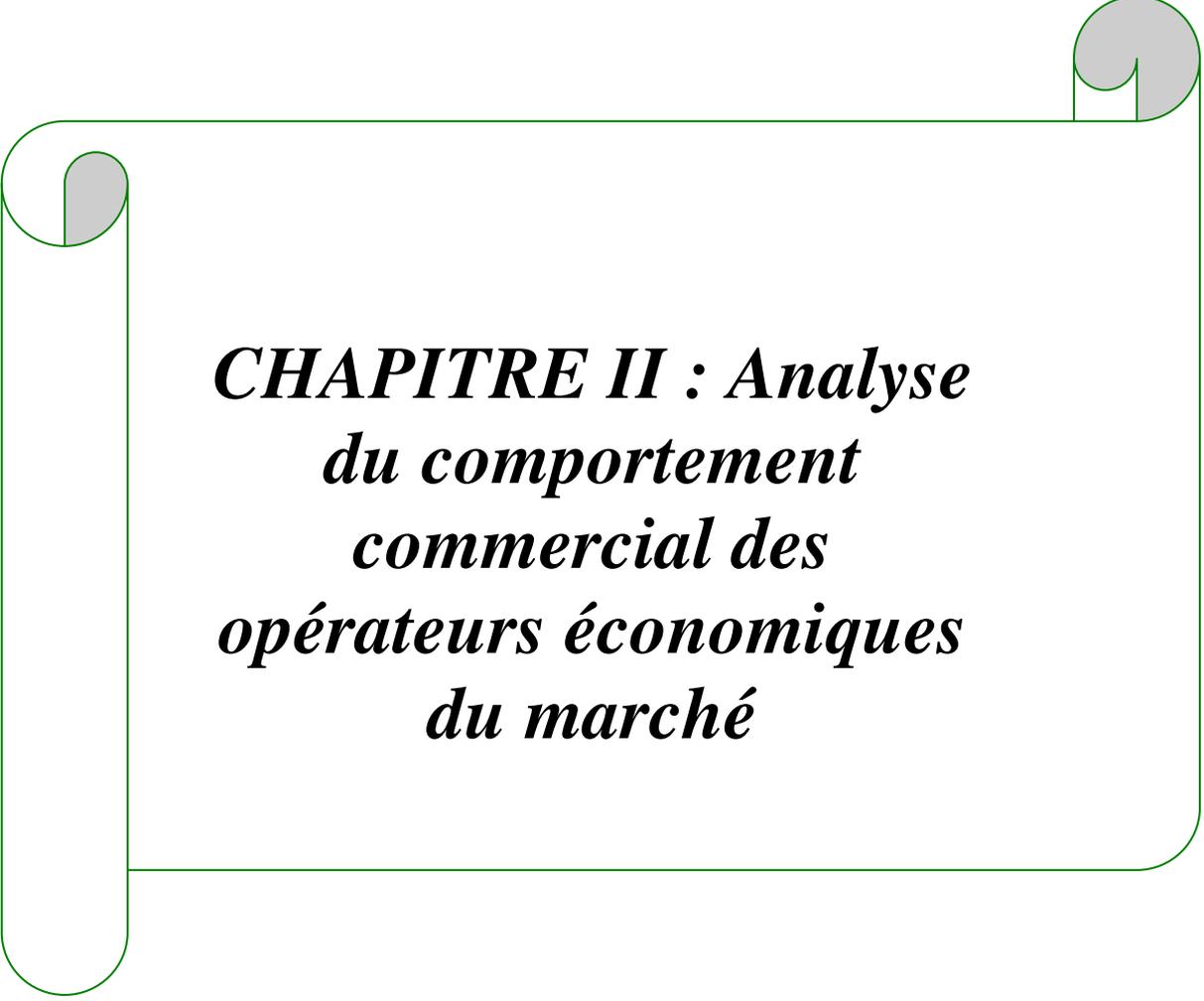
La commercialisation des ovins emprunte une multitude de circuits de distribution et par conséquent fait appel à un nombre d'opérateurs économiques très important et donne lieu à une spéculation très accentuée. Le circuit court est relativement simple : les ovins restent dans la région et il n'y a pas trop d'intermédiaires. Ce circuit concerne surtout les animaux d'engraissement et de reproduction.

La présence de plusieurs opérateurs économiques et l'existence d'une offre diversifiée font que le marché de Sougueur est intégré dans la catégorie des marchés à bestiaux nationaux.

Par ailleurs, le marché des ovins à Sougueur est caractérisé par un manque de transparence sur certains indicateurs de la filière, à savoir les variations des prix, l'estimation de la qualité et du poids des ovins.

A l'exception des bouchers, les autres acteurs n'ont pas exprimé le souhait d'une amélioration de la situation actuelle concernant la transparence du marché selon les critères décrits. Ce qui laisse supposer que cette inexactitude de l'estimation du poids et de (la qualité) l'état d'engraissement ne cause pas seulement des pertes, mais rend possible des profits en faveur des éleveurs qui vendent des lots d'ovins de différentes qualités.

Enfin, les barrières limitant l'accès au marché sont constituées des taxes d'entrée au souk, des taxes d'abattage et des coûts de transport des ovins et de la viande ovine. Pour la taxe d'entrée au souk, les attitudes des acteurs révèlent que cette taxe est raisonnable en cas de bonne campagne agricole, alors qu'en cas de sécheresse elle doit être réajustée. Les autres (taxes) coûts sont considérés comme raisonnables.

A decorative graphic of a scroll with a green outline and grey circular accents at the corners. The text is centered within the scroll.

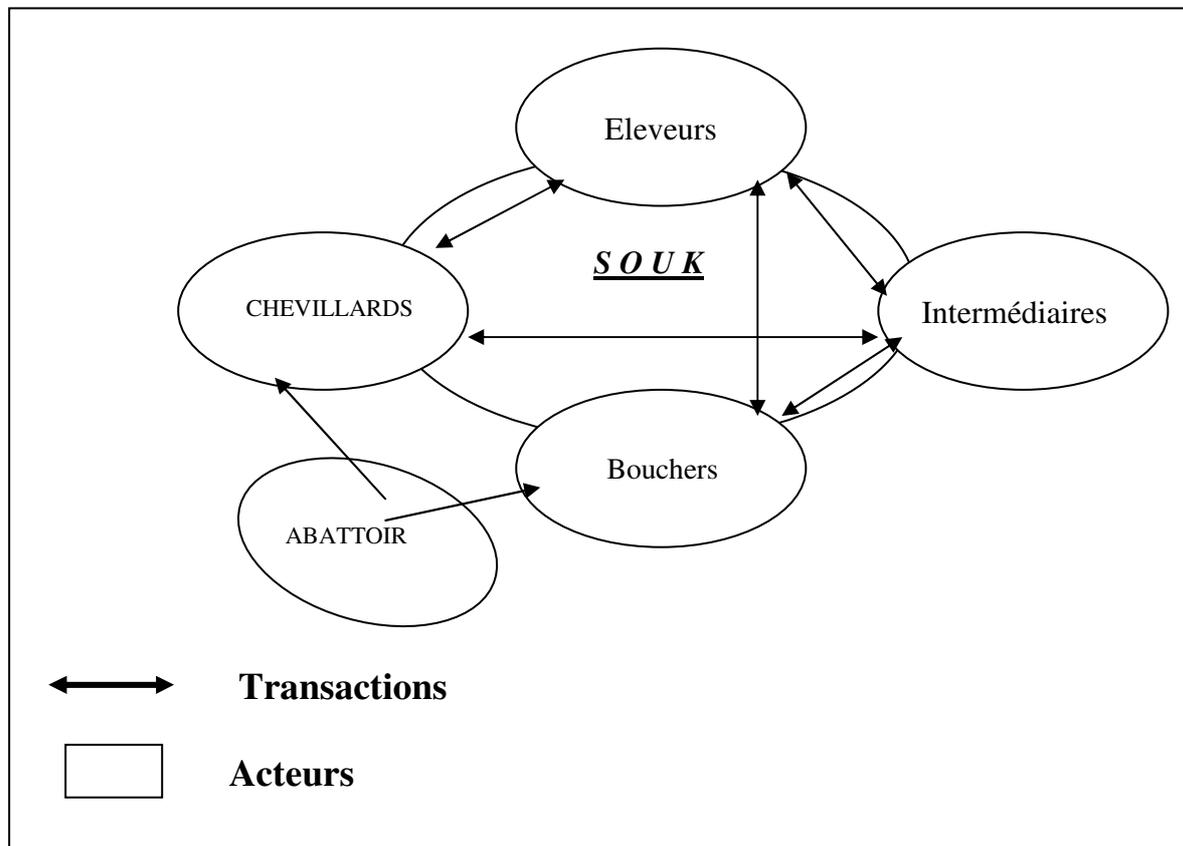
***CHAPITRE II : Analyse  
du comportement  
commercial des  
opérateurs économiques  
du marché***

## CHAPITRE 2 Analyse du comportement commercial des opérateurs économiques du marché des ovins de la région de Sougueur

### I. Introduction :

Les acteurs qui remplissent les fonctions de production, de transaction et de transformation dans le système de la commercialisation des ovins sont principalement les éleveurs. Les intermédiaires, les chevillards, les bouchers et les consommateurs ne vont pas être pris en considération explicitement dans la présente étude.

En réalisant leurs activités, selon leurs fonctions, ils entrent en contact sur les lieux de commerce déjà décrits : les souks, les abattoirs et les boucheries.



**Fig. 17 : Les acteurs de la commercialisation des ovins et leurs transactions**

L'objectif de ce chapitre est l'analyse du comportement commercial des différents opérateurs économiques du marché des ovins dans la région de Sougueur et ceci à travers l'étude des quatre principales étapes de la transaction commerciale qui aboutissent à la formation des prix sur les souks.

Dans un premier temps, nous présentons les résultats de l'échantillonnage pour les différents acteurs de la commercialisation des ovins et de la viande ovine de la zone d'étude. Ensuite, nous abordons les résultats de l'analyse du comportement commercial des différents acteurs économiques enquêtés.

Enfin nous achevons le présent chapitre par une conclusion résumant les principales tendances dégagées.

## **II . Présentation des résultats de l'échantillonnage.**

Les échantillons pris pour les trois types d'acteurs présentent des tailles de l'ordre de 60, 22 et 18 individus respectivement pour les éleveurs, les maquignons et les bouchers. Ces groupes d'opérateurs ont des taux d'échantillonnage différents selon la taille de la population mère.

**Tableau 25: Taux d'échantillonnage des types d'acteurs de la commercialisation des ovins à Sougueur**

Acteurs	Taille de l'échantillon (Individus)	Taille de la population mère (Individus)	Taux de l'échantillonnage
Eleveurs	60	800	7,5 %
Maquignons	22	/	
Bouchers	18	36	50 %

Source : Enquête, 2004.

Les données de ce tableau révèlent que les taux d'échantillonnage sont de 7,5% et de 50% pour les éleveurs et les bouchers. Pour les maquignons, ce taux ne peut être calculé en raison de l'absence d'information sur le nombre exact de ce type d'acteurs au niveau de notre zone d'étude.

### **II.1. Les éleveurs :**

Le premier maillon dans la chaîne de commercialisation des ovins est l'éleveur. Premier fournisseur du marché, il remplit la fonction de production des ovins destinés soit à la production, soit à l'engraissement ou à l'utilisation comme animaux reproducteurs. Les résultats de la présente étude ont concerné un échantillon de 60 éleveurs, répartis sur les quatre communes de la Daïra de Sougueur. Ces éleveurs présentent une caractéristique commune concernant le niveau d'instruction. En effet, 85% du total n'a aucun niveau d'instruction et le reste a un niveau primaire mis à part deux individus qui ont le certificat d'études primaires et un qui a subi une formation de technicien dans l'agriculture. Ces acteurs se caractérisent aussi par une pyramide d'âge plus élargie vers le sommet et l'ancienneté moyenne dans l'activité se situe autour de 25 ans.

**Observation :** Pour la population mère de 800 éleveurs, il s'agit des éleveurs qui possèdent 100 têtes et plus. Vu le nombre important des éleveurs dans cette classe, nous avons limité le seuil minimum dans notre étude à 100 têtes surtout que le seuil maximum va jusqu'à plus de 4 000 têtes/éleveur.

Trois groupes d'éleveurs peuvent être distingués en fonction de leurs activités principales.

**Tableau 26 : Les principales activités des éleveurs enquêtés.**

Activités principales	Nombre d'éleveurs	Pourcentage
Eleveurs/naisseurs	09	15 %
Eleveurs/engraisseurs	15	25 %
Eleveurs/naisseurs/engraisseurs	36	60 %
Total	60	100 %

Source : enquête : 2004

1- Eleveurs/naisseurs : Individus qui ne font que l'élevage ; ils acheminent de petits lots d'animaux au souk quand ils ont besoin d'argent pour acheter du fourrage pour leurs bêtes ou pour rembourser leurs dettes (crédits agricoles).

Quand ils disposent de moyens, ils achètent des brebis pour renouveler leur troupeau, c'est-à-dire pour remplacer les animaux réformés.

2- Eleveurs/ engraisseurs : Ce sont des éleveurs intermédiaires; ils possèdent en général des pâturages et pratiquent en plus de l'élevage ; ils vendent des animaux d'abattage. Ils achètent sur les souks des animaux qu'ils revendent le jour même si l'occasion se présente ; sinon, ils les ramènent chez eux pour les engraisser. Ils les gardent dans un troupeau à part pendant une période allant de quelques jours à quelques mois et les revendent quand le prix augmente.

3 - Eleveurs/naisseurs/engraisseurs : Ce sont des éleveurs qui pratiquent l'agriculture en même temps que l'élevage en cultivant, par exemple, orge et blé pour leur propre subsistance et pour la vente. Ils cultivent aussi de l'orge pour l'alimentation du bétail.

Selon l'étendue de leur exploitation, ils peuvent couvrir leurs besoins en fourrage pour l'hiver (orge/paille). Ils achètent des brebis suitées, vendent plus tard les agneaux et remplacent les brebis réformées.

Pour ce qui est de la superficie agricole utile des exploitations enquêtées, elle est fortement influencée par le caractère pastoral de la majorité de la région (les communes de Si Abdelghani et Feidja sont complètement dans la steppe et les communes de Sougueur et Tousnina sont dans le Sersou).

### **Caractéristiques du système d'élevage :**

Le système est caractérisé par un élevage extensif basé sur l'exploitation des terrains sans cultures : parcours collectifs et forêts domaniales. Comme le parcours couvre à peu près 60% des besoins des ovins (D.S.A de Tiaret), sa disponibilité influe fortement sur la composition du cheptel. La forêt est soit exploitée parallèlement au parcours pendant toute l'année, soit seulement pendant la sécheresse de l'été où les herbes et les feuilles de la forêt forment alors la base de l'alimentation du bétail.

Quant aux types d'élevage, les troupeaux vont et viennent selon des repères immuables, et ce depuis des millénaires, de l'atlas saharien vers le nord et vis versa, toujours en quête d'herbe et de points d'eau, encadrés par des bergers nomades. Il y a donc deux migrations annuelles. En octobre - novembre, ces tribus partent établir leur campement d'hiver au sud de Ain Dheb, puis au mois d'avril –Mai, aux approches de l'été, elles remontent sur les plateaux situés au nord de Ain Dheb et jusqu'aux lisières du Sersou.

En effet, 68% des éleveurs sont sédentaires, 24% sont nomades et le reste de l'échantillon, est constitué d'éleveurs ayant un type d'élevage mixte. Ce mode d'élevage concerne les gros éleveurs qui possèdent plusieurs troupeaux, les uns sont gardés sur les lieux de résidence des propriétaires, les autres se déplacent à la recherche de l'herbe avec les bergers nomades. Pour la totalité de l'échantillon étudié, la taille des troupeaux ovins varie de 100 têtes à plus de 4 000 têtes.

La limite supérieure n'est pas définie, car pour tous les éleveurs, déclarer l'effectif réel de leur cheptel est un sujet tabou sur lequel il n'est pas possible d'obtenir une information précise. A cet effet, nous avons opté pour une répartition de ces éleveurs en trois classes distinctes selon l'effectif du cheptel (Tableau 27)

**Tableau 27: Les classes d'éleveurs sur la base des effectifs :**

<b>Classes</b>	<b>Petits éleveurs (100-250 têtes)</b>	<b>Moyens éleveurs (251-500 têtes)</b>	<b>Grands éleveurs (501 et plus)</b>	<b>Total</b>
<b>Nombre d'éleveurs</b>	20	28	12	60
<b>Pourcentage</b>	33%	47%	20%	100%

Source : Enquêtes, 2004

### **II.2. : Les maquignons :**

Dans le système de commercialisation des ovins, les maquignons sont des intermédiaires qui exercent une fonction de médiateur entre les producteurs et les transformateurs. Cette fonction englobe les transactions suivantes : l'achat et la revente, la

collecte et si nécessaire le stockage, l'engraissement et la redistribution des animaux. Les maquignons enquêtés appartiennent aux communes de Tousnina, Si Abdelghani et Sougueur. La totalité de ces acteurs achètent des ovins pour les engraisser avant de les revendre, donc ils possèdent tous des bâtiments d'élevage.

Nous avons eu l'occasion de rencontrer un maquignon qui vient de Mascara et qui opère des transactions d'achat et de vente au cours de la même journée sur le souk de Sougueur. Il n'a jamais fait d'engraissement mais il lui est arrivé de faire des marges bénéficiaires négatives. Le rôle d'intermédiation que jouent les maquignons constitue une activité principale chez 57% de notre échantillon, alors que pour le reste, elle est pratiquée occasionnellement, c'est-à-dire pendant des périodes bien déterminées dans l'objectif de la hausse des prix.

L'intervention sur le marché des ovins constitue la seule source de revenu pour 82% des maquignons enquêtés, alors que 18% exercent en parallèle d'autres activités génératrices de revenu telles que le bâtiment, l'administration, l'agriculture, la boucherie.

Pour le rayon d'action, seulement 16% des maquignons se limitent dans leurs transactions au souk de Sougueur hors période de l'Aid, vu le transport qui est bon marché et la distance qui sépare le souk de Sougueur des autres souks de la région. 84% des maquignons se déplacent vers les centres de vente d'animaux toute la semaine, samedi à Sougueur, lundi à Tiaret, mardi à Medrissa et mercredi à Ain Dheb ou Mahdia.

Ces déplacements sont constatés chez 100% des maquignons durant la période de l'Aid et leur rayon d'action peut alors dépasser les 600 kms.

La fréquence d'engraissement est variable selon les maquignons. Elle se situe entre une et trois fois par an. Pour la durée d'engraissement, elle s'étend sur une durée très variable allant d'une semaine à quatre mois selon le besoin.

Pour les différentes sortes d'engraissement, il y a celui à l'orge, c'est le plus coûteux, son résultat est la bonne qualité de la viande. Celui au maïs pousse l'animal à avoir beaucoup de graisse et enfin l'engraissement à base de concentré, ne revient pas aussi cher et l'animal fait beaucoup de graisse et atteint une taille très attirante et donc même son prix est conséquent. A cet effet, nous avons pu constater que le coût d'engraissement pour les maquignons est généralement supérieur à celui des éleveurs.

Pour l'échantillon étudié, il atteint en moyenne 35 DA/tête/jour et peut même atteindre 50 DA/tête/jour.

### **II.3. Les bouchers :**

Les bouchers sont les détaillants de la commercialisation des viandes. Ils achètent les animaux vifs pour les abattre eux même dans la « tuerie ».

Etant donné que Sougueur est une zone rurale et vu l'absence d'un abattoir conforme aux normes, on a remarqué l'absence ou la disparition du chevillard qui est responsable de l'approvisionnement des bouchers en carcasses.

L'échantillon des bouchers concernés par l'étude compte 18 acteurs opérant tous dans la commune de Sougueur là où il y a la seule « tuerie » de toute la Daïra. Ils représentent 50% du total des bouchers de la commune urbaine de Sougueur. L'ancienneté moyenne de ces bouchers dans le métier varie de 6 mois à 38 ans.

Parmi les 18 bouchers enquêtés, seul l'un d'entre eux possède une chambre froide d'une capacité de 20 carcasses, trois parmi les 17 restants activent au niveau du marché couvert de la ville et n'ont même pas de réfrigérateur. Le reste de l'échantillon, c'est à dire 14 bouchers, ont des boucheries avec présentoir, une belle vitrine et des congélateurs et réfrigérateurs pour conserver la viande au moins deux à trois jours.

Quant à l'engraissement, presque 11% des bouchers de notre échantillon possèdent un atelier d'engraissement où ils mettent des animaux vifs pendant une certaine période avant l'abattage. En prévision des périodes de forte demande de la viande (Ramadan et Aïd). La période d'engraissement peut aller de 30 à 60 jours et le coût est estimé selon la saison et l'âge de démarrage entre 30 et 40DA/tête/jour. Cette opération concerne surtout des commandes pour les occasions de fête.

### **III. Comportement commercial des acteurs.**

Sur les marchés se confrontent différents opérateurs : éleveurs, maquignons, bouchers et consommateurs. Les uns et les autres, pour satisfaire leurs propres objectifs, développent des stratégies en fonction de leurs moyens financiers, de transport et d'engraissement.

A priori, tous les intervenants sont égaux. Néanmoins, cette égalité reste une condition préalable au niveau juridique. Pour les éleveurs et les maquignons, il n'existe pas de réglementation concernant la profession, mais pour le groupe des bouchers, il y a l'inscription au registre de commerce qui règle l'accès à la commercialisation de la viande. Au niveau économique, un rapport de force s'établit entre les échangistes et conditionne leurs gains et/ou leurs pertes. Ce rapport de force dépend de leur statut social, de leur pouvoir d'action dans l'espace et dans le temps et des moyens financiers mobilisés lors de l'échange.

La fixation des prix sur le marché dépend en permanence de l'état du rapport de force entre les offreurs et les demandeurs qui spéculent, selon la structure des marchés, à plusieurs niveaux :

- Avant de se rendre au marché pour écouler ou reconstituer leur cheptel.
- Pendant la période d'observation des offres et des demandes sur le marché.
- Durant la négociation proprement dite des transactions.

La possibilité de choisir les paramètres de la transaction dépend fondamentalement de la capacité de différer le moment de la transaction projetée.

La capacité de différer une transaction dépend des besoins en liquidités liés à l'importance des transactions monétaires urgentes (remboursement de dettes et achats de bien de consommation et de production), des liquidités disponibles et du gain attendu de l'activité. La spéculation sur le marché est un processus complexe et risqué. Elle consiste, dans l'objectif de maximiser le gain lié aux transactions, à stimuler le fonctionnement du marché et au bout d'un certain nombre d'intersections, compte tenu des informations disponibles à choisir un moment, un montant et un prix (éventuellement un produit et un partenaire échangeur) pour effectuer une transaction.

Le producteur ne peut spéculer que de manière marginale ; l'essentiel de ses ressources est alloué à l'activité productive. Celle-ci impose la recherche des prix rémunérateurs, ce qui constitue une contrainte à la commercialisation. Cette situation contraignante pour les éleveurs constitue un atout pour les maquignons dont la fonction est d'arbitrer dans le temps et dans l'espace pour tirer profit de l'échange même.

Dans ce qui suit nous examinons les quatre étapes de la transaction commerciale, à savoir la pré-négociation, la négociation, le transfert de propriété et la post-négociation.

### **III.1. La pré-négociation :**

Avant de décider de vendre ou d'acheter des animaux, tous les acteurs de la commercialisation des ovins ont des objectifs, des stratégies et des préférences pour le bon déroulement des transactions au niveau du marché.

Pour mieux décrire l'étape de la pré-négociation de chacun des opérateurs économiques, nous examinons successivement les motifs du comportement commercial, les préférences de lieux, des partenaires et des périodes de transactions.

#### **III.1.1. Motifs du comportement commercial :**

Le motif principal de tous les acteurs à l'égard de la commercialisation est la réalisation de revenus, les acteurs se distinguent par leurs priorités et la fréquence de leur commerce.

Dans ce paragraphe, nous présentons les motifs de vente et d'achat d'ovins pour les différents opérateurs économiques en fonction des particularités de chacun d'entre eux.

**Tableau28 : Motifs du comportement commercial.**

<i>Motifs</i>		<i>Eleveurs</i>	<i>Maquignons</i>	<i>Bouchers</i>
<b>Cas de Vente</b>	Besoins en trésorerie	86 %	2 %	/
	Equilibre des disponibilités alimentaires	5 %	0 %	/
	Besoins de trésorerie + équilibre des disponibilités alimentaires	5 %	0 %	/
	Prix élevé	4 %	98 %	/
<b>Cas D'achat</b>	Prix bas	100 %	80 %	76 %
	Animaux bien engraisés	0 %	20 %	24 %

Source : Enquêtes, 2004

De ces résultats, il ressort que les objectifs de vente et d'achat diffèrent d'un acteur à un autre, et même au sein du même groupe d'opérateurs. Ainsi, dans le cas de vente d'ovins, 86% des éleveurs écoulent leurs productions pour satisfaire les besoins de trésorerie, étant donné que l'élevage constitue leur seule source génératrice de revenus. Par conséquent, ils acheminent presque chaque samedi de petits lots d'animaux au souk de Sougueur. La valeur des animaux vendus correspond généralement à la somme d'argent nécessaire pour couvrir les achats hebdomadaires de biens de consommation pour la famille et d'aliment de bétail.

Cependant, le reste des éleveurs (4%) adoptent une stratégie commerciale différente. Généralement, ces éleveurs attendent la hausse des prix pour vendre leurs animaux. Ce motif commercial est lié au fait que ce sont des éleveurs relativement aisés financièrement et disposant de liquidités pour subvenir aux besoins immédiats en aliments.

Pour les maquignons, l'objectif de vente d'ovins est motivé par la réalisation de profits maximum pour la totalité de notre échantillon. En effet, ce type d'acteurs dispose de moyens financiers pour faire face aux besoins d'alimentation des troupeaux engraisés et à toutes les charges familiales ; la vente d'animaux se fait pendant les périodes de forte demande.

Dans le cas d'achat d'animaux, les éleveurs décident d'acquérir les ovins lorsque leurs prix enregistrent des baisses. Mais, 20% des maquignons enquêtés affirment qu'ils achètent des ovins même si les prix sont élevés ; le plus important c'est que les ovins acquis présentent de bonnes aptitudes à l'engraissement.

Enfin, pour 76% des bouchers de l'échantillon, l'achat d'animaux est opportun en cas de prix bas. Car leur situation économique est très difficile, surtout avec la demande très limitée pour les viandes rouges, alors que 24% déclarent que la hausse des prix ne constitue pas d'obstacle pour l'acquisition d'animaux à condition que les ovins bien engraisés aient un

rendement important en poids/carcasse et permettent l'enregistrement d'une marge bénéficiaire conséquente.

### **III.1.2. Préférences des acteurs.**

Dans la phase de pré-négociation et dans le but de réaliser le maximum de profits, tous les acteurs de la commercialisation des ovins ont des préférences quant au choix des lieux de vente, de partenaires échangistes et des saisons qui promettent une vente ou une revente profitable.

#### **III.1.2.1. Lieux de vente.**

Pour l'analyse des préférences des lieux de vente et d'achat (tableau 29), 70% des éleveurs affirment qu'ils préfèrent écouler leurs productions au niveau des souks, en raison de prix qui semblent être plus élevés que ceux offerts au niveau des fermes.

Par contre, 30% du total, jugeant que les coûts de commercialisation sont élevés et font barrière à l'accès des souks, préfèrent vendre au niveau de la ferme. Quant aux maquignons, les 22 individus enquêtés préfèrent opérer leurs transactions dans les souks, puisqu'il y a l'opportunité d'avoir des marges plus élevées, du fait que les ovins qu'ils mettent en vente sont généralement de bonne qualité.

**Tableau29 : Préférences des lieux de vente et d'achat des acteurs enquêtés.**

<b>Opération</b>	<b>Lieux</b>	<b>Eleveurs</b>	<b>Maquignons</b>	<b>Bouchers</b>
<b>Vente</b>	Souk	70 %	100 %	/
	Ferme	30 %	0 %	/
<b>Achat</b>	Souk	5 %	100 %	72,3 %
	Ferme	95 %	0 %	27,7 %

Source : Enquêtes, 2004

Concernant les préférences des lieux d'achat, 100% des maquignons et 3 éleveurs seulement préfèrent acquérir les ovins dans le souk puisqu'il y a des possibilités de négociation plus importantes dues à la présence d'une multitude d'opérateurs.

Cependant, 95% des éleveurs optent pour l'achat à la ferme car les prix y sont plus bas. Les bouchers, quant à eux, présentent un taux de plus de 72% qui préfèrent acheter au souk et bénéficier de la loi de l'offre et de la demande et profiter du pouvoir de négociation. Toutefois, le reste opte pour l'achat au niveau des fermes qui présentent des prix plus bas et par conséquent des marges bénéficiaire plus élevées.

#### **III.1.2.2. Partenaires échangistes.**

Pour ce qui est de l'examen des préférences des partenaires échangistes, les résultats obtenus (tableau 30) montrent que 55 % des éleveurs déclarent ne privilégier aucun type

d'opérateurs et qu'ils vendent au plus offrant. Alors que 35% de l'échantillon des éleveurs préfèrent vendre aux maquignons et/ou aux bouchers puisqu'ils offrent des prix plus élevés, 10% seulement optent pour la vente aux éleveurs en raison de la facilité de négociation.

Pour ce qui est des maquignons, plus de 90% préfèrent s'approvisionner en animaux d'élevage auprès des éleveurs, puisque les prix proposés sont relativement bas. Quant à la vente, 50 % des maquignons privilégient les bouchers puisqu'ils sont les demandeurs potentiels et réguliers pour les animaux engraisés, le reste opte pour la vente au plus offrant.

**Tableau 30 : Préférences des acteurs pour les partenaires échangistes.**

Opérations	Partenaires	Eleveurs	Maquignons	Bouchés
Achat	Eleveurs.	/	91 %	78 %
	Maquignons.	/	9 %	22 %
Vente	Eleveurs	10 %	0 %	/
	Maquignons	17 %	0 %	/
	Bouchers	18 %	50 %	/
	Autres	55 %	50 %	/

Source : Enquêtés, 2004

Les bouchers, quant à eux, à 78 %, ont affirmé préférer acheter directement chez les éleveurs parce qu'ils pensent trouver auprès d'eux un prix plus favorable.

Néanmoins, 22% préfèrent acheter aux maquignons tout simplement parce que ces derniers disposent d'animaux bien engraisés et présentant un rendement carcasse important. De plus, les maquignons offrent quelques fois des crédits aux bouchers, généralement pour une semaine et sans intérêts.

### **III 1.2.3. Période de vente ou achat.**

L'achat est surtout conditionné par le climat. Il y a quelques années, vu la sécheresse, les éleveurs et plus particulièrement les éleveurs intermédiaires ne pensaient plus à élargir la taille de leur troupeau. Alors que cette année, 55% des maquignons ont affirmé préférer acheter des ovins en automne et en hiver. Possédant un surplus de nourriture et/ou suffisamment d'argent pour se procurer du fourrage, ils préfèrent acheter des animaux maigres moins chers pour les finir, les engraisser et les revendre plus chers notamment pendant la fête du mouton (l'Aïd el kébir).

Le début du printemps est aussi une période propice pour l'achat d'animaux car il y a alors assez d'herbe sur les parcours. En effet, 45% des maquignons de notre échantillon préfèrent opérer des achats durant les saisons du printemps et de l'été. La raison principale est non seulement la possibilité d'engraisser sur chaumes, mais aussi l'offre en animaux est plus abondante et le niveau des prix très relevé.

Quant aux bouchers, ils préfèrent l'achat d'ovins pendant le printemps et l'été en raison de la forte demande en viande au cours de cette période (mariages et circoncisions) ; cela est affirmé par 78 % de l'échantillon enquêté. Cependant 22% déclarent préférer l'achat d'ovins pendant les saisons d'automne et d'hiver. Ceci est relatif à la période de notre enquête qui coïncide avec la période du Ramadhan où la consommation de la viande est forte.

Par ailleurs, l'analyse des résultats pour les préférences des périodes de vente permet de constater que 75% des éleveurs et 55% des maquignons optent pour la vente des animaux en hiver puisque les prix offerts sont bien élevés. Toutefois, le choix reste tributaire de la conjoncture climatique et de l'avènement de l'Aïd el Adha.

**Tableau 31 : Préférences des acteurs pour les périodes d'achat et de vente.**

Opération	Périodes	Eleveurs	Maquignons	Bouchers
<b>Achat</b>	Automne	/	45,45 %	11 %
	Hiver	/	9,5 %	11 %
	Printemps	/	18 %	33 %
	Été	/	27 %	45 %
<b>Vente</b>	Automne	10 %	45 %	/
	Hiver	75 %	55 %	/
	Printemps	10 %	0 %	/
	Été	5 %	0 %	/

Source : Enquêtes, 2004

Pour la vente, 10 % des éleveurs et 45 % des maquignons estiment que les prix des ovins sont plus élevés en automne et optent pour la vente en cette saison. Par contre, 10 % des éleveurs/producteurs préfèrent écouler une partie des ovins au printemps, notamment les naissances de l'hiver qui sont prêtes à être vendues en tant qu'animaux d'élevage ou en tant qu'agneaux précoces pour l'abattage.

### **III.1.3 Information sur les prix.**

En général, tous les acteurs s'informent personnellement sur la situation des prix ; ils ne se réfèrent ni aux prix, ni à l'offre et la demande de la semaine précédente car le changement est permanent. Les éleveurs, les maquignons et surtout les bouchers qui habitent la commune de Sougueur, donc à proximité du marché à bestiaux, peuvent avoir une information sur le niveau des prix et sur l'offre la veille du souk en se basant sur le nombre de camions venant d'autres régions pour animer la commercialisation des ovins.

A cet effet, 80% des éleveurs et des maquignons et 83% des bouchers s'informent le jour même du souk sur le niveau des prix et sur le degré d'animation du souk. Le reste de l'échantillon de chaque type d'acteur, soit 20%, 32% et 17% respectivement des éleveurs, des maquignons et

des bouchers puisent de l'information sur les autres souks tenus les autres jours de la semaine dans la région de Tiaret.

**Tableau 32 : Périodes d'information des acteurs sur les prix.**

<i>Désignation</i>	<b>Eleveurs</b>	<b>Maquignons</b>	<b>Bouchers</b>
<i>Jour du souk</i>	80%	68%	83%
<i>Jours précédents sur d'autres souks</i>	20%	32%	17%

Source : Enquêtes, 2004

Dans la région de Sougueur, l'information est généralement recueillie par trois bouchers qui exercent au niveau du marché couvert de la ville. Ces bouchers n'ayant pas de magasins équipés en matériel adéquat tels que réfrigérateurs, comptoir présentoir... sont contraints (vu l'inexistence de moyens de stockage des viandes) de s'approvisionner en ovins chaque jour de souk dans la région (Tiaret, Medrissa, Frenda, Ain Dheb)

#### **III.1.4. Bases de détermination du volume des animaux pour la transaction.**

Les éleveurs vendent des ovins tout on long de l'année ; ils vendent surtout les animaux d'élevage (brebis, antenais, antenaises). Les éleveurs acheminent une à deux fois par mois de petits lots au souk de Sougueur. La catégorie d'animaux, ainsi que le nombre destiné aux transactions, correspondent généralement à la somme d'argent dont a besoin l'éleveur pour les achats hebdomadaires. Il va de soi que les éleveurs ou éleveurs intermédiaires qui présentent des lots plus grands ne visitent pas le souk chaque semaine à moins qu'ils n'aient des projets importants comme c'est le cas d'un éleveur que nous avons rencontré au souk un samedi du mois de septembre 2004 avec un lot d'une centaine de têtes, toutes catégories d'animaux confondues. Interrogé sur la raison de cette importante transaction, sa réponse était : l'achat d'une maison en ville. En effet, 80% de l'échantillon des éleveurs déterminent le nombre d'ovins à commercialiser en fonction de leurs besoins de trésorerie. Cependant, 20% de l'échantillon rapportent le nombre d'animaux en transaction à la situation des prix prévalant sur les souks. Pour ce qui est des maquignons, la quasi-totalité détermine le volume à proposer à l'échange en fonction des prévisions faites sur la situation des prix au niveau du marché.

**Tableau 33 : Détermination du volume d'ovins en transaction.**

<b>Opération</b>	<b>Raison</b>	<b>Eleveurs</b>	<b>Maquignons</b>	<b>Bouchers</b>
<b>Vente</b>	<i>-Besoin de trésorerie</i>	80 %	0 %	/
	<i>-Prix intéressants</i>	20 %	86 %	/
	<i>-Disponibilité des moyens de transport</i>	0 %	0 %	/
	<i>-Equilibration de la taille du cheptel</i>	0 %	14 %	/
<b>Achat</b>	<i>-Prix intéressants</i>	/	82 %	61 %
	<i>-Disponibilité des ressources alimentaires</i>	/	18 %	0 %
	<i>-Qualité des ovins offerts</i>	/	0 %	39 %
	<i>-Disponibilité des moyens de transport</i>	/	0 %	0%

Source : Enquête,2004

En ce qui concerne l'achat d'animaux; 82% des maquignons prennent en considération le niveau des prix pour déterminer la quantité d'ovins à acheter. Alors que 18% de l'échantillon enquêté achètent même si les prix sont élevés pourvu que les ressources alimentaires du bétail soient suffisamment disponibles pour répondre aux besoins des animaux.

Enfin, pour les bouchers, l'achat d'animaux est motivé pour 61% de l'échantillon par le niveau des prix, tandis que 39% déterminent la quantité d'ovins à acheter en fonction de la qualité offerte sur le marché.

### **III.2. Négociation.**

La négociation peut être définie comme étant l'étape où se forment les prix sur les marchés entre différents opérateurs, tout en conciliant des intérêts divergents et en arrivant à un compromis qui réponde, dans la mesure du possible, aux exigences et attentes de chaque type d'acteurs (DALIL, 2000).

Chaque acteur possède sa propre stratégie de négociation. Cependant, ces stratégies restent similaires pour les opérateurs de chaque groupe, à savoir les éleveurs, les maquignons et les bouchers. Elles sont corrélées au pouvoir de négociation qui est fonction du capital de l'acteur, du volume des transactions et surtout de la disponibilité de liquidités.

Le déroulement de la négociation des prix dans les souks se fait selon le schéma suivant : les éleveurs arrivent au souk de bonne heure avec des animaux et des prix souhaités qui sont fonction des coûts de production engagés, de l'information sur la situation du prix et de la demande, mais surtout des besoins de trésorerie. Ces vendeurs attendent la première offre émise par le premier acheteur qui se présente. Cette offre est souvent inférieure au prix souhaité. Par la suite, d'autres clients manifestent leurs offres en terme monétaire. Dans le cas

où les prix offerts répondent aux attentes des vendeurs, c'est-à-dire qu'ils égalisent ou s'approchent des prix souhaités, la transaction a lieu sur une partie ou sur la totalité du lot d'animaux.

Lors de nos entretiens et de nos suivis de quelques négociations sur le souk, nous avons relevé des cas de négociations différents.

Un éleveur ayant reçu une première offre de 15 000 DA, pour un antenais, a eu recours au mensonge pour augmenter la valeur de sa production en disant qu'il a eu déjà une offre de 17 000 DA. N'ayant pas remarqué cette dernière offre, nous qui sommes en train de le suivre depuis qu'il est rentré au souk de bonne heure, nous lui avons posé la question sur la raison du mensonge. Il s'est avéré que cet éleveur et beaucoup d'autres, la veille du souk, demandent à leurs femmes de leur faire une offre. Cette offre est généralement proche ou égale au prix souhaité par l'éleveur, et elle est donc considérée comme première offre.

Une autre forme de négociation consiste à pratiquer en quelque sorte une vente aux enchères. Par exemple, pour un éleveur qui reçoit une offre pour un lot de six agneaux, de 9 000 DA/tête, peut se voir relancer par une voix qui annonce : « Je donne 9 500 DA/tête » puis par une autre qui propose 9 700 DA/tête. Les trois acheteurs se bagarrent entre eux parce que, traditionnellement, il est mal considéré d'intervenir dans le cours d'une négociation. Tout le monde autour essaye de calmer les choses et la transaction est conclue pour le lot d'agneaux au prix de 9 700 DA /tête.

Nous étions surpris que les négociations se fassent dans de si difficiles conditions mais les vétérinaires et les techniciens qui nous accompagnaient au souk nous ont confirmé que ces trois acteurs sont des maquignons de la région et qui font cette comédie avec des éleveurs qui viennent de loin, mais que, après la transaction, chacun est payé pour son rôle par l'acheteur bien évidemment.

Le prix minimum souhaité par l'éleveur équivaut plus ou moins à la somme d'argent nécessaire ce jour là. Il est d'autre part fonction de la taille et de la composition du lot à vendre. Normalement, l'éleveur n'attend pas très longtemps pour vendre ; il écoule son lot le plus vite possible pour entreprendre ce qu'il a encore à régler au souk avant de rentrer chez lui.

La stratégie de négociation des éleveurs, selon ceux que nous avons enquêtés, est la suivante : ils attendent que les offres augmentent jusqu'à ce que deux offres identiques se

suivent ; ceci constitue à leurs yeux un signe pour la vente car le risque d'une baisse de prix après ces offres similaires est trop élevé.

Au cours d'une journée de souk, les prix des ovins peuvent fluctuer en fonction de la situation de l'offre et de la demande et leur évolution dans le temps. Cet état de fait met les acteurs dans une situation difficile pour prendre la décision concernant l'heure de transaction et le prix choisi à recevoir ou à payer. Cette décision dépend généralement de la rationalité économique des opérateurs et qui est fonction de leurs capacités économiques. Ceci dit, les éleveurs éprouvent de la répugnance quant au risque commercial, argumentée par la différence entre le prix souhaité et le prix perçu qui est assez importante. Tandis que les maquignons peuvent mieux amortir le risque puisqu'ils acceptent de retourner avec leurs animaux plutôt que d'être forcés de vendre à perte.

Des différences entre les prix souhaités et les prix perçus ont été évaluées pour les éleveurs et les maquignons sur des lots d'animaux de différentes catégories d'âge et les résultats sont présentés dans le tableau suivant:

**Tableau 34 : Différences entre prix souhaités et prix perçus. (Mois d'oct. 2004)**

Catégories d'âge	Eleveurs		Maquignons	
	PP (DA)	PS -PP (DA)	PP (DA)	PS -PP (DA)
<b>Antenais</b>	15000	1500	17500	500
<b>Antenaise</b>	12500	1000	15000	1000
<b>Agneaux</b>	9000	1500	/	/
<b>Bélier</b>	25000	500	27500	0000
<b>Brebis</b>	20000	1000	/	/
<b>Moyenne</b>		1100		500

Source : enquête, 2004

PP : Prix Perçu

PS : Prix souhaité

Il ressort de cette comparaison, que les maquignons réussissent à avoir des prix pour leurs ovins proches ou égaux aux prix souhaités, vu la qualité de leur production qui est plus valorisée sur le marché (santé et engraissement) et vu leur acceptation du risque. Contrairement aux éleveurs, contraints de vendre leurs lots d'animaux pour subvenir aux

besoins de trésorerie, et qui opèrent les transactions même si les prix offerts sont largement inférieurs aux prix souhaités.

En effet, les calculs révèlent que sur cinq animaux de différentes catégories, l'éleveur perd une moyenne de 1 100 DA/tête par rapport au prix souhaité, alors que le maquignon sur les trois catégories d'animaux qu'il vend fait 500 DA/tête de perte.

Pour les maquignons acheteurs qui revendent le jour même et les bouchers, une autre analyse est faite basée sur le calcul des prix minimum espérés à payer et les prix effectivement payés. Les résultats montrent que cette différence est de 200 DA/tête et 450 DA/tête respectivement pour les maquignons acheteurs et les bouchers.

L'interprétation de ces résultats renseigne sur le pouvoir de négociation des bouchers et des maquignons. La différence entre prix espéré à l'achat et prix payé est presque nulle pour les maquignons; ceci s'explique par le fait que la plupart des maquignons font des achats auprès des éleveurs qui vendent vite et sans trop chercher à faire des profits importants, tandis que les bouchers enregistrent une différence relativement plus forte du fait qu'ils acquièrent la plupart de leur ovins auprès des maquignons. Les analyses illustrent bien les rapports de force entre les différents offreurs et demandeurs au niveau du marché des ovins.

### **III.3. Transfert de propriété.**

Après avoir conclu l'accord sur le prix d'achat ou de vente, les acteurs paient la totalité en espèces, jamais par chèque. Cependant, quand l'acheteur n'a pas assez d'argent liquide, une autre stratégie s'impose et consiste à payer seulement un acompte, par exemple 1000 DA/tête sur la somme garantie. Après l'avoir reçu, l'éleveur ne peut plus changer d'avis et vendre à quelqu'un d'autre, même si ce dernier lui offre un meilleur prix. Le reste de la somme est normalement payé le même jour ou dans des cas exceptionnels une ou deux semaines plus tard ; c'est une forme de crédit à court terme.

En effet 10 % des éleveurs et 18 % des maquignons font des ventes à crédit à des maquignons ou des bouchers qu'ils connaissent pour une durée allant d'une à deux semaines.

De même 67% des bouchers affirment pouvoir faire des achats auprès des éleveurs ou des maquignons de la région à crédit, et le remboursement se fait dans un délai d'une semaine dans la majorité des cas et sans intérêt. Par ailleurs, nous avons réalisé que tous les vendeurs, éleveurs ou maquignons préfèrent vendre au comptant plutôt que de vendre à crédit même si c'est avec une marge de plus 10% sur le prix conclu.

### **III- 4- Post- négociation.**

La phase de la post-négociation inclue les conditions du remboursement ainsi que celles de la garantie (surtout en cas de maladies). Les arrangements pour des transactions à l'avenir et l'organisation du transport sont aussi des accords qui se concluent en cette phase.

A cet effet, 15 % des éleveurs de l'échantillon étudié possèdent leurs propres moyens de transport pour les ovins constitués généralement de camionnettes genre "MAZDA", 23% des maquignons possèdent de petits camions d'une capacité de 80 à 100 têtes chacun, aménagés en deux étages et qui sont utilisés pour le transport des ovins pour les destinations plus éloignées.

Cependant, le reste de tous les acteurs, soit 85% des éleveurs, 73% des maquignons et 100 % des bouchers font recours à la location des moyens de transport pour amener les ovins au souk, les ramener aux exploitations, pour s'approvisionner en aliment de bétail, pour amener le vétérinaire à la ferme et pour transporter les animaux du souk à l'abattoir et les carcasses à la boucherie.

### **IV. CONCLUSION**

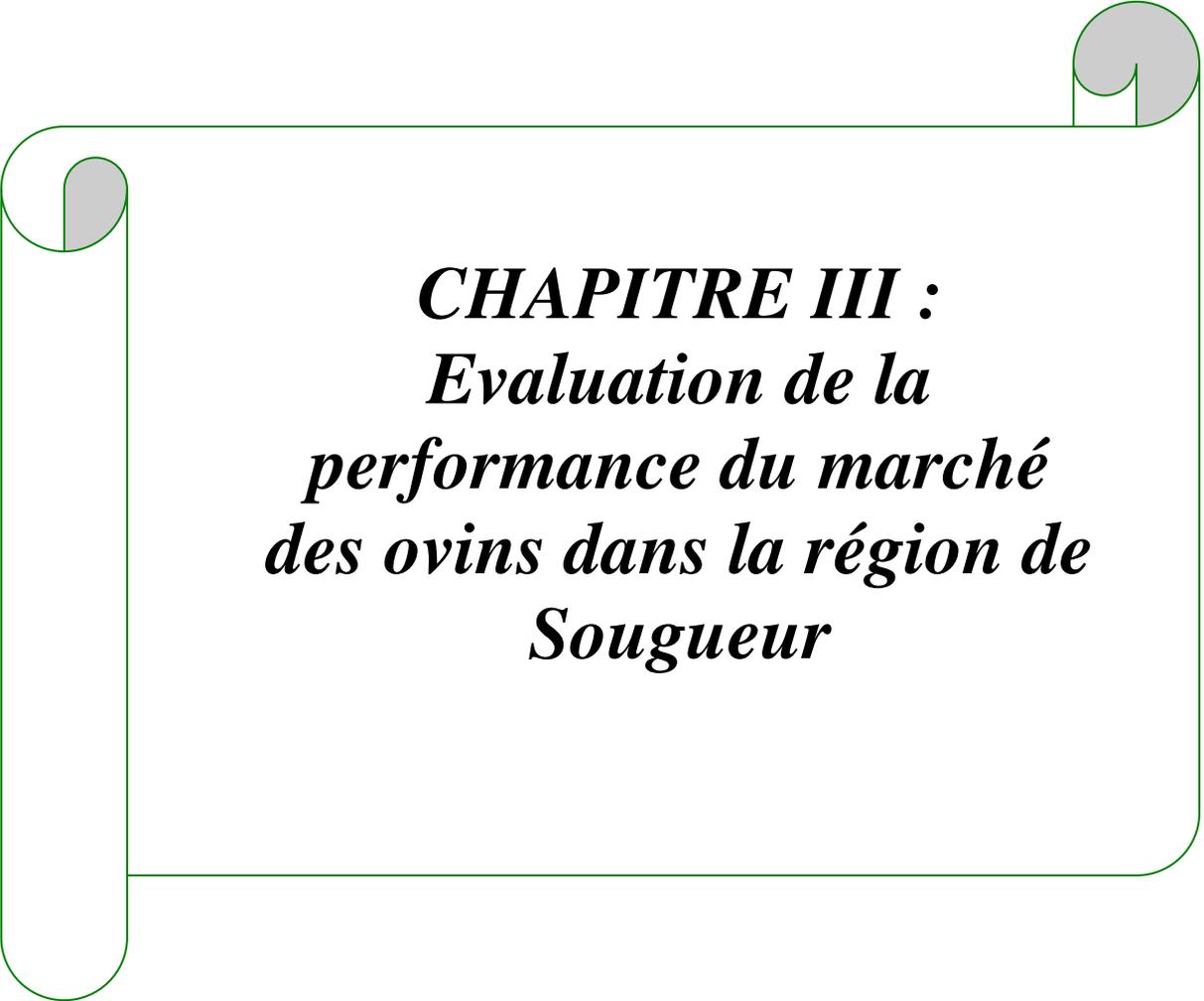
L'analyse du comportement commercial faite à travers l'étude des quatre étapes de la transaction à savoir : pré – négociation, négociation, transfert de propriété et post-négociation, a révélé que les stratégies des acteurs au niveau du marché des ovins dépendent étroitement de leurs moyens financiers. En conséquence, le comportement commercial diffère d'un type d'acteur à un autre et au sein d'une même catégorie d'opérateurs économiques. Comme l'étude le montre, le comportement de vente est orienté par les besoins de liquidité pour 86% des éleveurs et par la situation des prix pour 98% des maquignons. Cet état de fait implique une différence entre les acteurs en terme de pouvoir de négociation.

En effet, les maquignons sont bien informés par rapport à leurs besoins commerciaux. Ils connaissent les souks de la région et d'ailleurs, les prix y prévalant ainsi que la valeur qualitative et quantitative des animaux. Ils choisissent les souks selon leurs opportunités ; le transport est disponible et est relativement à bas prix. Contrairement aux éleveurs qui vendent vite, dès que l'occasion se présente et que le prix offert correspond au prix souhaité. Ils ne cherchent pas le prix maximum et s'accommodent d'une éventuelle diminution du profit. La rationalité économique des éleveurs est fonction de leur capacité économique. Plus l'éleveur est petit et plus grande est son aversion envers le risque.

On a pu observer à travers cette étude que des ovins sont achetés à bon marché à l'entrée du souk. Il s'agit d'une stratégie des intermédiaires sur place qui achètent les moutons

directement aux éleveurs pour les revendre avec un bénéfice aux autres intermédiaires ou aux bouchers. Selon les informations recueillies, ces intermédiaires font normalement deux à trois transactions par jour, et de ce fait la fluctuation des prix facilite la spéculation pour certains maquignons et engendre des manques à gagner pour les producteurs.

Enfin, pour le transfert de propriété, le règlement des transactions se fait le plus souvent en espèces et au comptant, rarement par crédit dont l'échéance ne dépasse pas deux semaines.

A decorative graphic of a scroll with a green outline and grey circular accents at the corners. The text is centered within the scroll.

***CHAPITRE III :***  
***Evaluation de la***  
***performance du marché***  
***des ovins dans la région de***  
***Sougueur***

## **CHAPITRE III : Evaluation de la performance du marché des ovins dans la région de Sougueur**

### **I. Introduction :**

L'objectif de ce chapitre est d'évaluer les marges commerciales des différents acteurs dans le contexte d'une évaluation de la marge commerciale nette.

Tous les prix et coûts inclus dans la chaîne commerciale, jusqu'au prix de détail payé par le consommateur, sont pris en compte et soumis à une analyse.

Cependant, la variation des prix au cours d'une même année, la multitude d'acteurs et la complexité des circuits de commercialisation rendent cette évaluation un peu difficile surtout que les données collectées auprès des acteurs ne sont pas très précises.

La discussion des marges commerciales sera complétée par des cas particuliers :

- Les profits spéculatifs des intermédiaires
- La fluctuation des marges commerciales pour un même groupe d'acteurs au cours d'une année.

Dans cette évaluation des marges bénéficiaires, nous nous sommes basés sur les prix d'achat et de vente déclarés par les opérateurs lors des entretiens, les coûts de production engagés dans l'activité et les charges de commercialisation.

Les marges peuvent être calculées dans le cas de l'élevage ovin par kilogramme de poids vif, par animal ou par kilogramme de poids carcasse.

Dans la présente étude, nous avons opté pour une présentation des résultats à la fois par kilogramme de poids carcasse et par animal. Ce choix est justifié par le fait que l'évaluation des marges et la comparaison entre les différents opérateurs seront plus valables.

### **II. Marges bénéficiaires des éleveurs :**

#### **II.1. Coûts de production :**

Les charges de production correspondent aux charges variables (ou opérationnelles), qui dépendent du niveau et de l'intensité de l'activité pratiquée ; ces charges sont représentées par les charges alimentaires et celles relatives aux soins vétérinaires.

Les coûts du travail des opérateurs eux-mêmes ne sont pas pris en compte dans le calcul à cause de la diversité des cas et de l'absence d'informations.

En effet, le gardiennage du cheptel est fait pour la majorité des éleveurs contre un salaire qui varie entre 5000 et 7000 DA /mois. Cependant d'autres éleveurs, notamment ceux qui possèdent des effectifs de 3000 à 4000 têtes, voire plus et qui ont plusieurs bergers sur plusieurs fermes, adoptent une méthode qui consiste à donner 20 têtes d'agneaux /agnelles/an

pour le compte du berger qui garde le troupeau. Ce dernier doit supporter toutes les charges de ses ovins (alimentation, soins vétérinaires) sans pour autant se soucier de l'habitation puisqu'il est logé chez le propriétaire.

Pendant nos recherches sur le terrain, nous avons eu l'occasion de rencontrer des bergers/éleveurs qui ont commencé tout petit avec un effectif de 20 têtes et qui se sont construits un cheptel assez important.

D'autre part, certains éleveurs recourent à la location des aires de pâturage qui coûte environ 1000 DA/ha pour 15 têtes quand il y a de l'herbe, location à laquelle s'ajoutent aussi, pour les transhumants, les coûts de déplacement. Pour les charges alimentaires, elles sont relatives aux aliments achetés et distribués aux animaux sous forme de supplément aux apports des parcours.

Selon nos calculs et avec l'aide des acteurs enquêtés les doses d'alimentation et les charges relatives à l'élevage ovin (voir Annexe2) sont évaluées à 45 DA/tête/jour et peuvent aller jusqu'à 57 DA/tête/jour, cela en fonction de la campagne agricole et de la catégorie d'âge de l'animal.

## **II.2. Prix de vente des ovins par catégorie d'animaux :**

Les prix de vente des animaux varient d'une période à une autre, et d'une catégorie d'âge à une autre. Les béliers et les antenais constituent les catégories d'âge les plus demandées pendant la période de l'Aïd el kébir.

Etant donné que presque tous les acteurs sont des consommateurs durant cette période, et qu'ils ne raisonnent pas en terme de rendement carcasse mais c'est le sacrifice qui compte avant tout, alors le prix de vente peut atteindre 800 DA/Kg carcasse dans la région. Par contre, quand les acheteurs sont des maquignons ou des bouchers, les prix de ventes sont bien inférieurs.

Pour estimer les marges commerciales des éleveurs, nous nous sommes basés sur les prix moyens de vente observés sur le marché de Sougueur pour les différentes catégories d'âge et sur les poids carcasse estimés par les éleveurs. Pour ce, nous avons choisi le mois de décembre qui ne coïncide avec aucune conjoncture de baisse ou de hausse des prix des ovins, c'est donc le prix moyen de l'année.

**Tableau 35 : Prix moyens de vente pratiqués par les éleveurs relevés au niveau du marché de Sougueur.**

Catégorie d'âge	Prix de vente DA/tête	Poids carcasse (Kg)	Prix de vente (DA/Kg)
Agneaux	5000	12	416,6
Agnelles	4800	12	400
Antenais	7500	20	375
Antenaïse	6500	18	361
Bélier	9800	28	350
Brebis	6800	22	309
<b>Moyenne</b>	<b>6733</b>	<b>18,66</b>	<b>360</b>

Source : Nos enquêtes et nos calculs.

Les prix rapportés dans le tableau 35, représentent la moyenne calculée à partir d'un échantillon d'animaux vendus par les éleveurs à différents acteurs (maquignons, bouchers et consommateurs), ce qui explique la variabilité observée au niveau des prix par kilogramme vif et même par kilogramme carcasse. Pour les catégories d'animaux largement demandées par les acteurs, telles que les agneaux, les prix sont élevés.

### **II.3. Estimation de la marge commerciale brute :**

La marge commerciale brute des éleveurs est obtenue en faisant la différence entre le prix de vente des ovins et les coûts de production engagés dans l'activité de l'élevage.

Pour l'échantillon des éleveurs, les estimations des marges commerciales brutes par catégorie d'âge sont présentées dans le tableau suivant :

**Tableau36 : Niveaux des marges brutes dégagées par les éleveurs : Cas d'une mauvaise année.**

Catégorie d'âge	Prix de vente DA/tête	Coûts de Production (DA/tête)	Marge commerciale brute DA/Tête
Agneaux	5000	4500	500
Agnelles	4800	4500	300
Antenais	7500	10500	-3000
Antenaïse	6500	10000	-3500
Béliers	9800	13800	-4000
Brebis	6800	13500	-6700
<b>Moyenne</b>	<b>6733</b>	<b>9466</b>	<b>-2733</b>

Source : nos enquêtes et nos calculs, 2004/2005.

Les coûts de production sont constitués de charges alimentaires considérées à 100% comme apport de l'éleveur pour les besoins des animaux étant donné que l'apport naturel est nul, en plus de toutes les charges nécessaires pour un tel élevage. Il est clair donc qu'en année de sécheresse la marge brute d'un éleveur pourrait bien être négative

**Tableau 37 : Niveaux des marges brutes dégagées par les éleveurs : Cas d'une année moyenne.**

Catégorie d'âge	Prix de vente DA/tête	Coûts de Production (DA/tête)	Marge commerciale brute DA/Tête
Agneaux	5000	2250	2750
Agnelles	4800	2250	2550
Antenais	7500	5250	2250
Antenaïse	6500	5000	1500
Béliers	9800	6900	2900
Brebis	6800	6750	50
<b>Moyenne</b>	6733	4733	2000

Source : nos enquêtes et nos calculs, 2004/2005.

- Il s'avère d'après le tableau 37 que la marge commerciale brute des éleveurs est en moyenne de l'ordre de 2000 DA/tête, cette marge est variable d'une catégorie d'âge à une autre et elle est fonction de la qualité de la campagne agricole qui influence les coûts de l'alimentation. En cas d'une bonne année pluviométrique, cette marge peut être multipliée par deux.

#### **II.4. Marge commerciale nette des éleveurs :**

La marge commerciale nette est obtenue en soustrayant les coûts de commercialisation de la marge commerciale brute.

Les coûts de commercialisation des ovins pour les éleveurs sont constitués des taxes d'entrée aux souks et des charges de transport.

Si la taxe d'entrée au souk est de 60 DA/tête et le transport est de 40 DA/tête donc le coût de commercialisation pour les éleveurs de notre échantillon est de 100 DA/tête. La marge commerciale nette des éleveurs est donc évaluée à 1900 DA/tête. Dans l'élevage ovin, le bénéfice est surtout constituée de la laine qui est le profit le plus important pour l'éleveur, à raison de 1,70 Kg/tête une fois par an (pendant le printemps) et à un prix de 100 DA/Kg de laine.

Pour évaluer la marge nette d'un petit éleveur (c'est à dire propriétaire de 100 têtes d'ovins), on a 170 Kg de laine qui valent 17 000 DA. Cependant la tonte se fait à 30 DA/tête, ce qui fera un coût de 3000DA. D'autre part, en ce jour, l'éleveur doit sacrifier un ovin parce que tous les voisins mangent chez lui du couscous et de la viande ; c'est une tradition de la région mais c'est une charge qui représentera environ 8000 à 10 000 DA selon la bête abattue ; généralement, c'est une brebis réformée ou, à défaut, un agneau de lait. Un simple calcul fait que l'éleveur en question ne tire qu'une marge de 4000 DA de la vente de la laine des 100 têtes.

On ajoute à ça le lait dont le beurre extrait est de meilleure qualité nutritionnelle, selon les professionnels en la matière, par rapport à celui extrait du lait de vache ou lait de chèvres. Pour calculer la production laitière, on doit prendre 20% de l'effectif brebis pour une moyenne de 0,6 l/tête sur une durée de 150 jours/an. Cependant, si la quantité de lait produite est limitée et est à usage familial, le beurre conservé peut être vendu et son prix atteint 800 à 1200 DA/Kg. Un petit éleveur pourra vendre au minimum 5 Kg de beurre/an à raison de 1000 DA/Kg en moyenne, ce qui fera un bénéfice de 5000DA/an pour les 100 têtes.

De ce fait, le calcul de la marge nette d'un éleveur fait ressortir un gain de 40DA/tête/an pour la laine et un gain de 50 DA/tête/an pour le beurre en plus des 1900DA/tête provenant de la vente des ovins. Cela fait en tout une marge d'à peu près 2000 DA/tête/an. Il faut noter que les excréments qui forment un fumier de bonne qualité pour l'agriculture sont d'une importance non négligeable. On a donc une moyenne de 1.5 m<sup>3</sup> de fumier (soit 18 brouettes) pour 20 têtes pendant une durée de un mois soit 0.9m<sup>3</sup>/tête/an. Cette quantité peut servir comme fumier pour une superficie de 0.03 ha de maraîchage ou pour une superficie de 0.05 ha de céréaliculture. Le prix d'une tonne de fumier est de 250 DA environ. Il faut noter que les prix utilisés dans le calcul des marges sont à prendre avec précaution puisqu'ils peuvent être plus bas pendant certaines périodes de l'année (beaucoup d'herbe sur parcours). Comme ils peuvent être plus élevés (sécheresse et maladies). Cependant, la part des marges de commercialisation dans la marge brute des éleveurs est très faible. Ce qui fait que les marges dégagées de l'activité de l'élevage ovin sont tributaires des prix de vente au niveau des souks ainsi que des coûts de production et non pas des coûts de commercialisation.

### **III. Marges commerciales des maquignons :**

Parmi les maquignons enquêtés, 8 sur 22, c'est-à-dire 36 %, déclarent pouvoir faire des achats et des ventes le jour même (quand le souk est bien animé). Autrement dit, ils font le commerce des ovins avec l'objectif de spéculer sans en faire un métier. Ces maquignons n'engagent aucune charge pendant ces transactions et peuvent réaliser des bénéfices nets allant de 1000 DA à 5000 DA/tête.

Cependant, d'autres maquignons achètent des lots d'animaux et les revendent généralement après 2 à 3 mois d'engraissement. Ce qui se traduit par l'engagement de coûts de production. (Voir annexe2).

### **III.1. Prix d'achat des ovins par les maquignons :**

L'achat des ovins par les maquignons se fait, dans la plupart des cas auprès des éleveurs au niveau du souk de Sougueur.

L'estimation des prix moyens et des poids carcasses par catégorie d'animaux est faite sur la base des déclarations des maquignons enquêtés.

**Tableau 38 : Prix d'achat des ovins par les maquignons au niveau du souk de Sougueur (Décembre 2004) = Prix de vente des ovins pratiqués par les éleveurs au niveau des souks.**

<b>Catégorie d'âge</b>	<b>Prix d'achat DA/tête</b>	<b>Poids carcasse (Kg)</b>	<b>Prix d'achat (DA/Kg)</b>
<b>Agneaux</b>	5000	12	416,6
<b>Agnelles</b>	4800	12	400
<b>Antenais</b>	7500	20	375
<b>Antenaïse</b>	6500	18	361
<b>Bélier</b>	9800	28	350
<b>Brebis</b>	6800	22	309
<b>Moyenne</b>	6733	18,66	360

Source : Nos enquêtes et nos calculs.

Les données du tableau 38 renseignent sur les prix moyens d'achat des ovins par les maquignons qui varient entre 4800 et 9800 DA/tête, les animaux sont maigres et/ou non finis. Elles renseignent également sur la catégorie d'animaux recherchée par les maquignons, qui achètent à bas prix les brebis et rarement les béliers.

### **III.2. Coûts de production pour les maquignons :**

Les ovins achetés par les maquignons sont gardés dans les ateliers d'engraissement pour une période d'une durée moyenne de 75 jours. Durant cette période, les ovins subissent un entretien sanitaire et une prise de poids dont le coût moyen est estimé jusqu'à 57 DA/tête/jour (voir annexe2).

La ration alimentaire fournie aux animaux est constituée d'orge, de concentré et de paille à des doses différentes (voir tableau de distribution en annexe2), le maïs est aussi donné comme aliment d'engraissement, mais dans ce cas là l'animal risque d'avoir beaucoup de graisse ce qui pourra jouer sur la qualité de la viande.

D'après nos entretiens avec les professionnels dans l'activité d'engraissement, l'orge serait le meilleur aliment, car il donne une viande très savoureuse.

Pour un échantillon d'animaux de différentes catégories, les coûts de production et les gains en poids enregistrés après un engraissement de deux mois et demi ont pu être estimés par les maquignons enquêtés et présentés dans le tableau 39.

**Tableau 39: Coûts de production et gain de poids subis après engraissement :**

Catégorie d'âge	Coût moyen de Production (DA/tête)	Gains moyens en Poids (Kg)	Coûts moyens (DA/Kg)
Agneaux	1964	10	196
Agnelles	1964	08	245
Antenais	3531	15	235
Antenaise	3531	12	294
Brebis	4720	12	393
Bélier	4720	15	314
Moyenne	3405	12	280

Source : Nos enquêtes et calculs

Les données de ce tableau nous renseignent sur la différence des coûts de production entre éleveurs et maquignons. En effet, les charges de production supportées par les maquignons sont limitées dans le temps mais sont presque les mêmes que celles engagées par l'éleveur (voir tableau des charges en annexe 2). C'est un mode d'élevage intensif qui permet de réaliser des gains en poids assez conséquents.

### **III.3. Prix de vente des ovins pratiqués par les maquignons :**

Contrairement aux éleveurs, les maquignons agissent très prudemment en ce qui concerne la vente des ovins et visent un maximum de profit tout en évitant les risques de la commercialisation.

Les prix de vente d'un lot d'ovins commercialisé par les maquignons de notre échantillon et leur poids correspondants sont enregistrés dans le tableau suivant :

**Tableau 40 : Prix moyens de vente par catégorie d'animaux pour les maquignons au niveau du marché de Sougueur.**

Catégorie d'âge	Pris moyen de vente DA/tête	Poids carcasse (Kg)	Prix moyens (DA/Kg)
Agneaux	11000	22	500
Agnelles	10000	20	500
Antenais	16000	35	457
Antenaise	13000	30	433
Brebis	12000	36	333
Bélier	18000	45	400
Moyenne	13333	31	437

Source : Nos enquêtes, 2004

Les prix de vente pratiqués par les maquignons sont bien supérieurs à ceux pratiqués par les éleveurs, mais il y a en parallèle le poids carcasse qui justifie cette hausse de prix. Ces ovins vendus sont exclusivement destinés aux bouchers ou directement aux consommateurs pour les différentes occasions et fêtes.

### **III.4. Marges commerciales brutes des maquignons :**

La marge commerciale brute des maquignons est calculée sur la base de la différence entre le prix de vente et le prix d'achat auxquels sont additionnés les coûts de production. Les principaux résultats obtenus sont présentés dans le tableau suivant :

**Tableau 41 : Marges commerciales brutes des maquignons**

<b>Catégorie d'âge</b>	<b>Prix moyen de Vente (DA/tête)</b>	<b>Prix moyen D'achat (DA/tête)</b>	<b>Coût moyen de production (DA/tête)</b>	<b>Marge Commerciale brute (DA/tête)</b>
<b>Agneaux</b>	11000	5000	1964	4036
<b>Agnelles</b>	10000	4800	1964	3236
<b>Antenais</b>	16000	7500	3531	4969
<b>Antenaises</b>	13000	6500	3531	2969
<b>Brebis</b>	12000	6800	4720	480
<b>Bélier</b>	18000	9800	4720	3480
<b>Moyenne</b>	13333	6733	3400	3195

Source : Nos enquêtes, 2004

La marge commerciale brute des maquignons est en moyenne de l'ordre de 3200 DA/tête, elle est plus élevée pour les antenais et les agneaux, car leur prix de vente est relativement important par rapport aux prix d'achat (2 fois plus). Elle est relativement très basse pour les brebis ; c'est pourquoi les maquignons n'achètent presque pas du tout cette catégorie d'ovins. Chez les bouchers de la région de Sougueur et même ceux de Tiaret, c'est la viande d'agneau qui est la plus demandée.

### **III.5. Marge commerciale nette des maquignons :**

La marge commerciale nette des maquignons est obtenue en éliminant les charges de commercialisation de la marge commerciale brute. Ces charges sont constituées du coût du transport des ovins vers le marché et de la taxe d'entrée. Elles sont évaluées à 100 DA/tête au maximum puisque les maquignons qui habitent la commune de Sougueur amènent leurs animaux au souk sans avoir recours à un moyen de transport.

De ce fait, la marge commerciale nette est d'environ 3100 DA/tête. Les coûts de transport représentent à peu près 3% de la marge commerciale nette des maquignons. Cependant, ces coûts peuvent être très élevés si la vente se fait dans d'autres souks à des distances importantes qui engendrent des coûts de transport et des frais de séjour aussi importants (cas de l'Aïd el kébir).

### **IV. Marges commerciales des bouchers :**

Les bouchers représentent l'aval du circuit de commercialisation des ovins. Ils achètent des animaux vivants, les abattent et vendent la viande ovine au détail aux

consommateurs selon des prix qu'ils fixent eux mêmes. D'après nos entretiens avec les bouchers, il s'avère qu'il y a très souvent des contrôles de qualité dans les boucheries mais jamais des contrôles de prix ce qui explique la différence des prix affichés d'une boucherie à une autre selon l'emplacement de celle-ci dans les quartiers.

Les coûts engagés dans l'activité des bouchers sont relatifs à l'achat d'animaux au niveau du souk et aux charges de commercialisation notamment les frais de transport des ovins et de la viande ainsi que les droits d'abattage.

Les prix moyens d'achat des animaux en fonction des catégories d'âge, déclarés par les bouchers lors de nos enquêtes sont rapportés dans le tableau suivant :

**Tableau.42 : Prix moyen d'achat des ovins par les bouchers au niveau de la région de Sougueur.**

<b>Catégorie d'âge</b>	<b>Prix d'achat (DA/tête)</b>	<b>Poids moyen Carcasse (Kg)</b>	<b>Prix d'achat DA/Kg carcasse</b>
<b>Agneaux</b>	7500	15	500
<b>Agnelles</b>	6000	13	461
<b>Antenais</b>	14000	30	466
<b>Antenaises</b>	11500	24	479
<b>Brebis</b>	9000	30	300
<b>Bélier</b>	18000	45	400
<b>Moyenne</b>	11000	26	434

Source : Nos enquêtes et calculs, 2004/2005

Par ailleurs, les coûts de commercialisation sont répartis dans les rubriques suivantes : le transport des ovins du souk vers l'abattoir et qui se fait pour 78 % de l'échantillon des bouchers enquêtés par des camionnettes à un coût de 30 DA/tête, les 22% restants ont leurs propres véhicules pour transporter les ovins à l'abattoir ainsi que les carcasses à la boucherie. Le transport des carcasses se fait par la location des voitures (genre fourgonnette) privées à un coût de 20 DA/carcasse. Ces véhicules ne répondent à aucune norme d'hygiène et de sécurité alimentaire (voir photo en annexe). Pour ce qui est des taxes d'abattage, il y a le droit d'abattage payé par les bouchers au gérant privé de l'abattoir ; cette taxe est fonction du rendement carcasse des ovins, elle est de 5 DA/Kg carcasse ; il y a en plus la taxe d'abattage qu'il faut payer à l'égorgeur ; celle-ci est de 100 DA/tête.

Les coûts de commercialisation des bouchers peuvent être résumés dans le tableau suivant :

**Tableau 43 : Les coûts de commercialisation chez les bouchers.**

Rubriques	Coûts
Transport ovin	30 DA/tête
Transport viande	20 DA/carcasse
Taxe d'abattage	100 DA/tête
Droit d'abattage	5 DA/Kg carcasse

Source : Tuerie de Sougueur : 2004/2005

Il faut noter, que dans la boucherie, on peut vendre de la viande, des abats et des têtes d'ovins, par contre la peau de chaque animal abattu est vendue au niveau de la « tuerie » de Sougueur. Il y a deux clients pour ce marché, l'ex SONIPEC d'Oran et un commerçant de Mahdia ; la destination exclusive de ces peaux, d'après nos entretiens avec les deux acheteurs, est la confection de la chaussure. A titre indicatif, le prix des peaux des ovins et des caprins, au niveau de la « tuerie » de Sougueur est de 300 DA chacune. Celle des bovins est vendue au poids, au tarif de 30 DA/Kg de peau.

**Tableau 44 : Prix moyens de vente des produits d'abattage au niveau de la « Tuerie » de Sougueur.**

Produit d'abattage	Prix de vente (DA)
<b>Viande</b>	1 <sup>ère</sup> qualité : 500 à 550 2 <sup>e</sup> qualité : 400 à 450
<b>Abats complets (foie, cœur)</b>	1200 à 1500
<b>Tête</b>	250 à 450
<b>Peaux</b>	300 DA

Source : Tuerie de Sougueur, 2004/2005

En ce qui concerne les marges commerciales brutes des bouchers, elles sont variables d'une catégorie d'ovins à une autre et d'une période de l'année à une autre. Par exemple, pendant le printemps, les agneaux, qui sont les plus demandés par les consommateurs, sont très abondants sur le souk et, pendant le reste de l'année, la catégorie la plus importante est celle des antenais ; l'offre est importante mais le prix de leur viande est inférieur à celui de la viande des agneaux.

**Tableau 45 : Prix de vente de la viande opérés par les bouchés.**

Catégorie d'âge	Prix de vente (DA/Kg carcasse)	Poids carcasse (Kg/tête)	Prix de vente (DA/tête)
<b>Agneaux</b>	550	15	8250
<b>Agnelles</b>	511	13	6643
<b>Antenais</b>	516	30	15480
<b>Antenaises</b>	529	24	12696
<b>Brebis</b>	350	30	10500
<b>Bélier</b>	450	45	20250
<b>Moyenne</b>	484	26	12303

Source : nos enquêtes et nos calculs, 2004/2005

Ce tableau nous révèle les prix de vente des différentes catégories de viandes au niveau des boucheries de la région, c'est le prix d'achat des consommateurs. Nous remarquons bien que le prix du kilogramme de viande de l'agneau est supérieur à celui des autres catégories pour sa saveur, la brebis fournit la viande la moins bien appréciée, son prix de vente reflète bien cette réalité.

**Tableau 46 : marges commerciales brutes des bouchers de Sougueur**

<b>Catégorie d'âge</b>	<b>Prix de vente (DA/tête)</b>	<b>Prix d'achat (DA/tête)</b>	<b>Marge commerciale brute DA/tête</b>
<b>Agneaux</b>	8250	7500	750
<b>Agnelles</b>	6643	6000	643
<b>Antenais</b>	15480	14000	1480
<b>Antenaises</b>	12696	11500	1196
<b>Brebis</b>	10500	9000	1500
<b>Bélier</b>	20250	18000	2250
<b>Moyenne</b>	12303	11000	1303

Source : nos enquêtes et nos calculs, 2004/2005

La marge commerciale des bouchers est influencée par le rendement carcasse qui est de 48 à 50 % du poids vif de l'animal ; elle est surtout influencée par les prix des moutons sur le souk. La chose la plus évidente, est qu'une source importante de revenus supplémentaire est la vente du 5<sup>e</sup> quartier : les abats et la tête. Chose que nous allons démontrer ci dessous.

Lors de nos entretiens avec les différents acteurs de la commercialisation des ovins et de la viande ovine, nous avons appris que la totalité des bouchers mélange quelques morceaux de viande caprine avec la viande ovine et qu'ils vendent les carcasses juste après l'abattage sans respect du temps nécessaire pour la rigidité cadavérique, et là il peu y avoir des erreurs sur le poids qui peuvent aller jusqu'à 300 gr/Kg. Par ailleurs, tous les bouchers de notre échantillon reconnaissent le recours à l'abattage clandestin pour pouvoir faire une marge, sinon, selon eux la rentabilité dans cette activité est nulle.

#### IV.1- Frais divers du fonctionnement d'une boucherie.

**Tableau 47 : Charges fixes et variables d'un boucher (DA).**

Désignation des charges fixes	Montant global	Cote part ovin 60 %	Cote part bovin 10%	Cote part volaille 30 %
Présentoir mobile;	110000.			
Présentoir mural;	130000			
Hachoir;	150000			
Bloc;	24000			
Balance ;	11000			
Poussoir;	60000			
Armoire ;	140000			
Plateaux en Aluminium; (10)	5000			
Couteaux et Lames	5000			
<b>Total des charges</b>	<b>635000</b>			
<b>Amortissement annuel</b>	<b>42333</b>			
<b>Amortissement mensuel</b>	<b>3528</b>			
Location boucherie mensuelle	10000			
Salaire des ouvriers mensuel	8000			
Impôts et Taxes (Casnos)	18400/an = 1533/ mois			
<b>Total des charges fixes / mois</b>	<b>23 061</b>	<b>13 836</b>	<b>2306</b>	<b>6918</b>
Désignation des charges variables				
Electricité	5000DA/mois			
Frais d'entretien et réparation froid	4166DA/mois			
Frais d'emballage	8400DA/mois			
<b>Total des charges variables / mois</b>	<b>17566 DA</b>	<b>10 539DA/mois</b>	<b>1756.6</b>	<b>5269.8</b>
<b>Total des charges variables et fixes</b>	<b>40627DA/mois</b> <b>1354DA/jour</b>	<b>24375DA/mois</b> <b>812DA/mois</b>		

Source : Nos enquêtes et nos calculs, 2005

**Remarque :** Les cotes part des bovins et des volailles sont données à titre indicatif, ce qui nous intéresse dans le calcul c'est la cote part des ovins.

#### **Observations :**

\* Les frais d'entretien et de réparation du froid sont d'une valeur d'environ 50000DA/an.

\* Les frais d'emballage sont calculées comme suit :

- Papier kraft : 30 DA le Kg. Pour une moyenne de 3 rames de 60 Kg/mois et donc une valeur de 1800DA/mois.

- Papier glacé : 120 DA le Kg. Pour une moyenne de 5 Kg/mois et donc une valeur de 600 DA/mois.

- Sachets spécial boucherie : 50 DA le paquet. Pour une moyenne de 120 paquets/mois et donc une valeur de 6000DA/mois

#### **4.2- Calcul de la marge nette d'un boucher.**

Pour calculer la marge nette d'un boucher, on se base sur la méthode de calcul ou de fixation du prix de vente du kilogramme de viande ovine opéré par les bouchers dans notre zone d'étude. En effet, ils prennent le prix d'achat de l'animal sur pied, auquel ils ajoutent les frais de déplacement du souk à l'abattoir, le droit d'abattage et les frais de transport de la carcasse à la boucherie. Le montant obtenu est divisé par le poids carcasse de l'animal plus une marge de 50 DA/Kg. Cela donnera le prix de vente de la viande. Cependant, tous les bouchers de notre échantillon ne vendent pas plus d'une moyenne d'un ovin par jour. Alors, si nous prenons le poids moyen carcasse d'un ovin abattu à la tuerie de Sougueur de 13 Kg, avec une marge de 50 DA/Kg, le boucher en question réalisera une marge de 650 DA/jour. Or, ses dépenses sont de l'ordre de 812 DA/jour.

Par ailleurs ce boucher vend pendant cette journée une tête de mouton au prix moyen de 300 DA, une peau au prix de 300 DA et des abats complets avec foie et cœur à un prix moyen de 1200 DA, ce qui fera une marge brute de 1800 DA/jour. En ajoutant la marge gagnée sur la vente de la viande et en retranchant les dépenses, le boucher fera une marge nette d'environ 1640 DA/Tête. Et là, nous venons de montrer que le boucher fait bien sa marge bénéficiaire sur le 5<sup>ème</sup> quartier, sinon il vendra à perte.

Observation : Le prix moyen de vente du Kg de viande ovine chez l'éleveur est de 360 DA. Le prix moyen du Kg de viande chez le maquignon est de 437 DA. Le prix moyen du Kg de viande chez le boucher est de 484 DA.

La marge commerciale du maquignon est de  $(437-360) = 77$  DA/Kg.

La marge commerciale du boucher est de  $(484 - 437) = 47$  DA/Kg s'il achète chez le maquignon ; elle est de  $(484 - 360) = 124$  DA/Kg s'il achète chez l'éleveur.

Très souvent les bouchers paient une commission de 100 DA/tête aux maquignons pour qu'ils fassent pour eux l'achat des ovins au souk.

A partir de ces résultats, il s'avère que les coûts moyens de commercialisation représentent à peu près 10% des marges commerciales brutes des bouchers dans la région de Sougueur. Quant à la marge commerciale nette, elle est de l'ordre de plus de 1640 DA/tête. Cependant, il faut noter que ces résultats dépendent de plusieurs facteurs à savoir les importations de viandes congelées, les prix des ovins sur pieds et leur évolution en fonction du vendeur, du lieu d'achat et du temps.

## **V. Conclusion :**

L'analyse menée dans ce chapitre avait pour fin, l'étude de la performance du marché des ovins dans la région de Sougueur. Les indicateurs utilisés pour mesurer cette performance sont les marges commerciales brutes et nettes des différents opérateurs économiques.

Les résultats dégagés révèlent que les marges commerciales brutes et nettes moyennes sont estimées à 2000, 3100 et 1640 DA/tête respectivement pour les éleveurs, les maquignons et les bouchers. Ces marges dépendent entre autres des charges de production et des prix de vente des ovins, qui varient d'une campagne agricole à une autre en fonction de la pluviométrie.

Les résultats obtenus confirment le poids important des conditions climatiques dans la formation des marges des différents acteurs de la commercialisation.

A la différence des maquignons et encore plus des bouchers, la marge bénéficiaire nette des éleveurs est étroitement liée à l'acte productif puisqu'elle provient de l'agneau, de la laine, du lait et de ses dérivés et, enfin, du fumier

Si le cheptel dans la région de Sougueur est constitué à plus de 60 % de femelles reproductrices qu'on appelle communément dans la région « banque familiale », cela peut nous renseigner sur le taux de marge des éleveurs, mais également sur les dépenses à supporter surtout en cas de mauvaise année. Les maquignons méritent une attention particulière quant à la formation des marges car, dans ce groupe d'acteurs, nous avons rencontré ceux qui font le commerce des ovins dans le but de spéculer sans remplir une fonction reconnaissable. Les maquignons « spéculateurs » réalisent des profits situés entre 2 500 à 3 500 DA/tête, voire plus, en quelques minutes, sans aucun changement du produit.

Pour les bouchers, la meilleure source de profit, c'est bien le 5<sup>e</sup> quartier ; on a montré que la marge brute par tête est de l'ordre de 736 DA sans compter les abats et la tête. La situation économique est un peu difficile pour ce groupe d'acteurs dans toute la chaîne de commercialisation des ovins et de la viande ovine dans la région de Sougueur, ce qui explique leur recours à l'abattage clandestin.

Enfin, la part de l'éleveur dans le prix payé par le consommateur peut varier en fonction du type de circuit de commercialisation et du nombre d'acteurs intervenant. En effet, dans le cas où la vente d'animaux s'effectue entre l'éleveur et le boucher, cette part est de l'ordre de 80%. Par contre, lorsqu'il y a intervention des maquignons cette part diminue pour permettre à ces acteurs de tirer profit. Le fait que des profits spéculatifs soient possibles influe

considérablement, non seulement sur la part de l'éleveur mais aussi sur le prix au détail de la viande.

### Etudes de cas

**Tableau 48 : Marges commerciales pour deux types d'intermédiaires**

Désignation	Maquignon externe Grand rayon d'action		Maquignon sur place	
-Catégorie et nombre d'animaux - Lieu d'achat - Lieu de vente	Un lot de 12 agneaux  Souk de Sougueur. Souk de Tiaret.		Un lot de 4 antenais  Souk de Sougueur. Souk de Sougueur.	
- Prix d'achat (DA/tête) - Prix de vente (DA/tête)		7000 8500		15000 17000
- Recettes totales (DA)	12 x 8500	102000	4 x 17000	68000
- Marge commerciale brute (DA/tête)	8500-7000	1500	17000-15000	2000
- Marge commerciale brute totale	12 x 1500	18000	4 x 2000	8000
Coûts (DA)				
- Prix d'achat du lot	12 x 7000	84000	4 x 15000	60000
- Transport du bétail	12 x 40	480	/	/
- Alimentation du bétail	25 x 12 x 2 j	600	/	/
- Frais de séjour.	50 x 12 x 2j	1200	/	/
-Taxe d'entrée au souk de Tiaret-	12 x 60	720		
- Coûts totaux (DA)		87000		60000
- Marge commerciale nette totale (DA)	102000- 85800	15000	68000-60000	8000
- Marge commerciale nette DA/ tête	15000/12	1250	8000/4	2000

Source : nos enquêtes, 2004/2005

Le premier marchand, est un maquignon extérieur/grand rayon, sans véhicule. Il a acheté, le samedi, douze agneaux à Sougueur et les a vendus le lundi d'après sur le souk de Tiaret. Le deuxième est un maquignon sur place ; il a vendu les quatre antenais achetés à Sougueur tôt le matin, deux heures plus tard sur le même souk.

Pour les maquignons sur place qui vendent les animaux achetés le même jour au souk, les coûts sont constitués seulement des coûts d'achat du bétail. Cependant les maquignons avec un rayon d'action plus grand ont beaucoup de frais à supporter tels que le coût du transport et le coût de l'alimentation ainsi que les frais d'hébergement. Il faut souligner, par

ailleurs, que le profit réalisé par les maquignons sur place dépend fondamentalement du développement des prix pendant la journée au souk.

D'après les déclarations faites par les acteurs enquêtés, le niveau des prix peut aussi bien augmenter que diminuer pendant la même journée de souk.

En effet, les maquignons sur place sont contraints de vendre, même si c'est sans réaliser de profit ; ce groupe d'acteurs a une flexibilité de décision de vente limitée et est, par conséquent, forcé d'accepter le risque commercial.

Concernant les maquignons à grand rayon d'action, leur flexibilité de vente augmente en fonction de leur possibilité de loger le bétail acheté pendant un certain temps, de leur capacité de l'engraisser et de leurs propres moyens de transport et de là, le risque d'être forcé de vendre à perte diminue.

**Tableau 49 : marges commerciales d'un maquignons dans deux périodes différentes de l'année.**

	1er Cas	2 <sup>e</sup> Cas
- Catégorie d'âge et poids	Un antenais 18 Kg carcasse	Un antenais 18 Kg carcasse
- Date et prix d'achat	Novembre 2004 : 16000 DA	Décembre 2004 : 16500 DA
- Transport – bétail (ferme)	40 DA	40 DA
- Coût de production	2000 DA	3000 DA
- Transport – bétail (souk)	40 DA	40 DA
- Taxe d'entrée au souk	60 DA	60 DA
- Total des charges	18140 DA	19640 DA
- Prix de vente (à l'Aïd)	21000 DA	/
- Prix de vente (Mars 2005)	/	19000 DA
- Marge commerciale nette	2860 DA	- 640 DA

Source : Nos enquêtes et calculs, 2004/2005

Le premier cas d'étude concerne l'achat d'un antenais de 18 Kg carcasse au mois de novembre 2004, pendant le mois de ramadhan par un maquignon qui avait assez d'aliment pour l'engraissement de l'animal.

Deux mois et demi après, l'antenais est vendu pour le sacrifice de l'Aïd el kébir ; son propriétaire a fait une marge conséquente (16% par rapport au total de ses charges). Le deuxième cas d'étude concerne l'achat d'un antenais de même poids carcasse, juste un mois avant l'aïd el kébir. Après un mois d'engraissement, l'antenais n'a pas été vendu pour le sacrifice de l'aïd (offre très importante) et le maquignon engage encore des frais pour l'alimentation de l'animal, surtout que la campagne agricole 2004/2005 dans la région de Sougueur s'avère médiocre. Les éleveurs, ainsi que les intermédiaires, sont confrontés à la

cherté de l'orge et de la paille et à la pénurie du son ; de ce fait, les prix des animaux baissent et le maquignon pris en étude réalise une perte de 640 DA pour l'anténais. Les marges commerciales dans ces deux cas ont été calculées à partir des prix maximums et minimums d'un anténais pendant une année et pour le même opérateur. La commercialisation des ovins dans la région de Sougueur est tributaire de la campagne agricole. Le facteur climatique devint alors facteur limitant dans la réalisation de profits.

A decorative graphic of a scroll with a green outline and grey circular accents at the corners. The text is centered within the scroll.

***CONCLUSIONS  
ET  
RECOMMANDATIONS***

## **CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS**

Au niveau des souks, on a pu constater des lacunes en matière de gestion et d'infrastructure. Concernant le mode de gestion privé (vente des droits annuels aux enchères et récupération des taxes par le locataire), les déclarations faites par les employés de l'assemblée populaire communale ainsi que les vétérinaires de Sougueur renseignent sur des différences d'efficacité. En effet, le nombre de têtes sortant dépassait de 10 à 25% le nombre de têtes taxées. Ceci entraîne des recettes étatiques non réalisées. Il faut souligner, par ailleurs que les travaux nécessaires à l'entretien, à l'aménagement et au contrôle du souk sont effectués par les employés de l'Assemblée populaire et communale. Il y a donc lieu de suggérer l'analyse comparative des deux modes de gestion pour identifier les réserves éventuelles d'efficacité et de taxes qui pourraient être mobilisées en cas de besoin par la suite par des adaptations correspondantes. Concernant l'infrastructure du marché, on a constaté une insuffisance de la couverture du réseau routier, une insuffisance des aménagements et des équipements ainsi que l'insuffisance du contrôle aux quatre entrées du souk et donc un manque de sécurité. Toutes ces défaillances entravent le bon fonctionnement des transactions commerciales des ovins au niveau de la région de Sougueur.

L'unité de la transformation et de la commercialisation des viandes se trouve confrontée à une infrastructure vétuste et ne répondant à aucune norme d'hygiène.

Un système de distribution caractérisé par la multitude des circuits de commercialisation : court, moyen et long. Cet état de fait est dû à un fort potentiel (10000 têtes ovines en moyenne par semaine avec un poids moyen de 13 kg ce qui fait un volume de 6 240 tonnes/an, soit 2% de la production nationale) et une consommation locale en viande ovine relativement faible, de l'ordre de 21 tonnes/an, soit 0,3% de la production locale (abattage contrôlé dans la « tuerie » de Sougueur pour l'année 2004). Cet écart important trouve son explication dans l'expédition massive d'animaux sur pieds vers d'autres régions du pays. Le marché de Sougueur est un marché de collecte, de répartition et de distribution.

Ce sont les intermédiaires extérieurs qui assurent l'équilibre spatial et temporel entre l'offre et la demande. Ils sont indispensables pour le fonctionnement flexible et efficace de la commercialisation des ovins. Les résultats de l'étude ont permis de conclure qu'un système informel d'information existe au niveau des souks ; les acteurs s'informent d'une manière rapide, approximative mais fiable sur les prix des animaux. Mais l'absence de standard de qualité et de poids rend l'évaluation objective des animaux impossible, ce qui défavorise l'intégration entre le segment de production et celui de la commercialisation. Il est donc

vivement recommandé d'améliorer les conditions de commercialisation pour une meilleure transparence au niveau des souks par la disponibilité de bascules et par l'équipement nécessaire pour une meilleure hygiène (transport frigorifique) au niveau de la « tuerie ».

Il est recommandé, par ailleurs de revoir les taxes d'entrée au souk en fonction des conditions climatiques qui sont plus mauvaises que bonnes, ainsi qu'en fonction de l'âge de l'animal. Les opérateurs jugent inadmissible de payer la même taxe d'entrée au souk pour un agneau avant sevrage que pour un bélier réformé. Enfin, le fort potentiel de production engendre des prix relativement bas par rapport à d'autres régions et constitue le point fort de la filière de la viande ovine dans la zone. Par conséquent le souk ressemble à une bourse ; de nombreux opérateurs interviennent à différents niveaux de cette filière, des opérateurs externes en plus des maquignons locaux, la spéculation est donc un phénomène normal.

**Pour ce qui est des résultats relatifs au « comportement commercial » des acteurs, les conclusions dégagées se résument comme suit :**

Le coût élevé des aliments et l'accès difficile au crédit sont des facteurs qui augmentent les besoins de trésorerie des éleveurs et par conséquent leur pouvoir de négociation dépend fortement de leurs moyens financiers.

Les maquignons, acheteurs ou vendeurs, négocient avec plus d'insistance, comparativement aux éleveurs ; ceci renforce leur position de négociation et s'exprime par l'acceptation de la notion de risque.

Enfin, l'absence de standard de qualité et la fluctuation journalière des prix facilitent la spéculation et engendrent des manques à gagner pour les producteurs et des surcoûts pour les consommateurs.

**En ce qui concerne la « Performance du marché », trois conclusions peuvent être dégagées :**

Le mode de conduite extensif largement tributaire des conditions climatiques engendre, dans le cas de sécheresse, des coûts de production excessifs ce qui entraîne des marges bénéficiaires non conséquentes pour les producteurs (Éleveurs et Éleveurs/Intermédiaires, voir annexe 2).

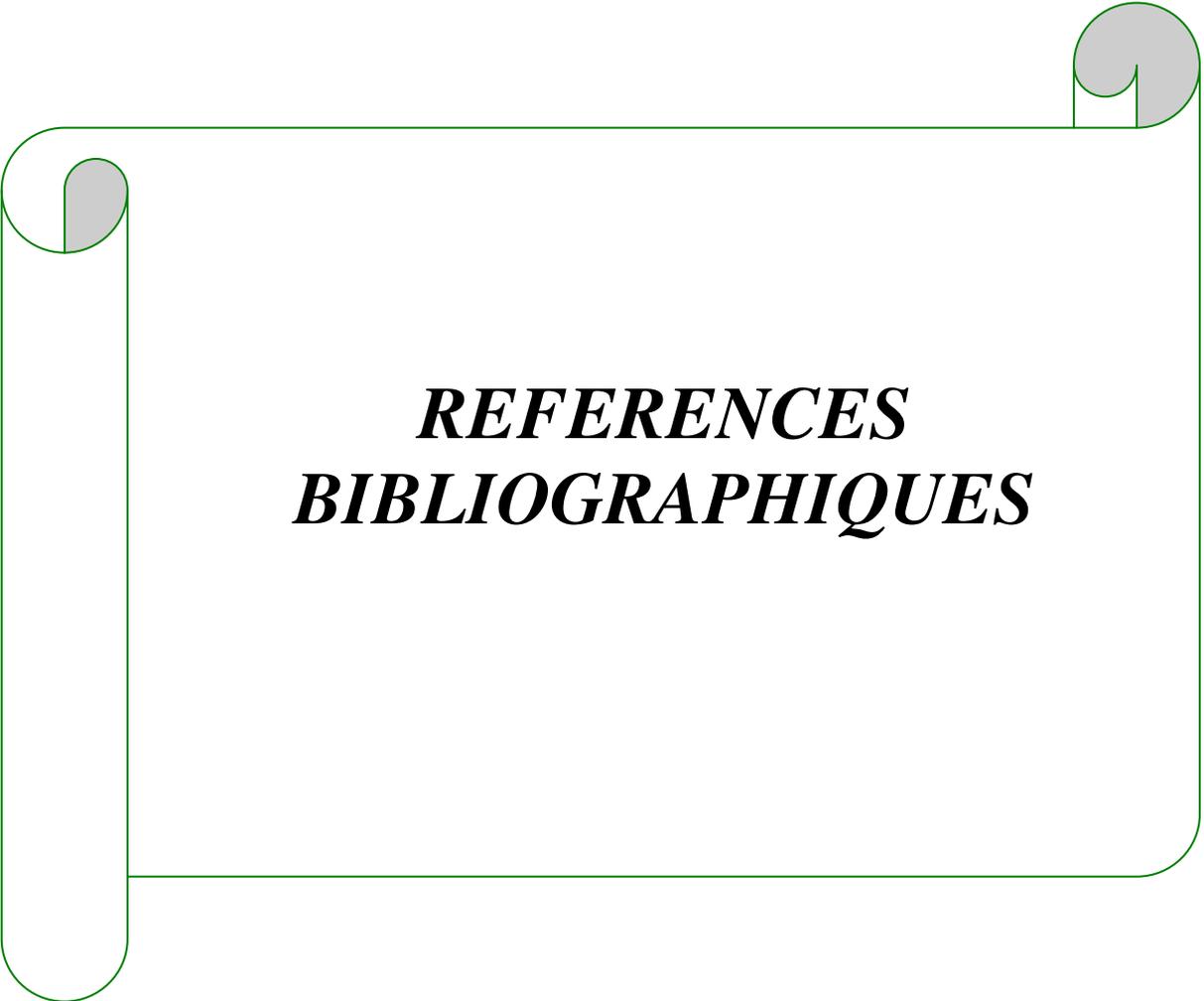
Les fluctuations saisonnières des prix des animaux sur pieds affectent beaucoup les marges bénéficiaires des différents opérateurs au niveau de la région au cours d'une même année.

L'absence de « chevillards » dans la région ne pose pas de problème ; au contraire, tous les bouchers de notre échantillon sont hostiles à la présence de ce genre d'opérateur

économique sur le marché. Ils jugent inutile de partager leurs marges commerciales avec le chevillard même si cela devrait leur épargner plusieurs coûts de commercialisation (transport des ovins, taxes d'abattage...). Ce groupe d'opérateurs « chevillard » est presque inexistant dans toute la wilaya de Tiaret. On en trouve un seul qui opère au niveau du chef lieu de wilaya, un deuxième, au niveau de la daïra de Rahouia et un troisième au niveau de Mahdia. Ces trois chevillards commercialisent des quantités de viande dérisoires à raison d'une seule fois par semaine mais ils profitent d'une très haute intégration verticale car ils sont, en même temps maquignons/chevillards et bouchers.

### **Conclusions et recommandations concernant la méthodologie**

L'application de l'approche méthodologique a fourni des résultats assez différenciés permettant de conclure que les instruments utilisés sont bien adaptés pour analyser un système de commercialisation très complexe. Cependant, d'autres investigations doivent être menées pour clarifier d'avantage le fonctionnement du marché des ovins en Algérie, à travers des études dans différentes régions du pays tout en utilisant la même approche « SCP ». Une difficulté considérable de l'approche réside dans le fait que la recherche exige un temps relativement long pour évaluer la performance du marché à travers plusieurs campagnes bénéficiant de pluviométries différentes (bonne, moyenne et mauvaise année). Cela permettrait de mieux cerner les dépenses et les bénéfices des divers opérateurs de la filière viande ovine.



***REFERENCES***  
***BIBLIOGRAPHIQUES***

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

### Les ouvrages

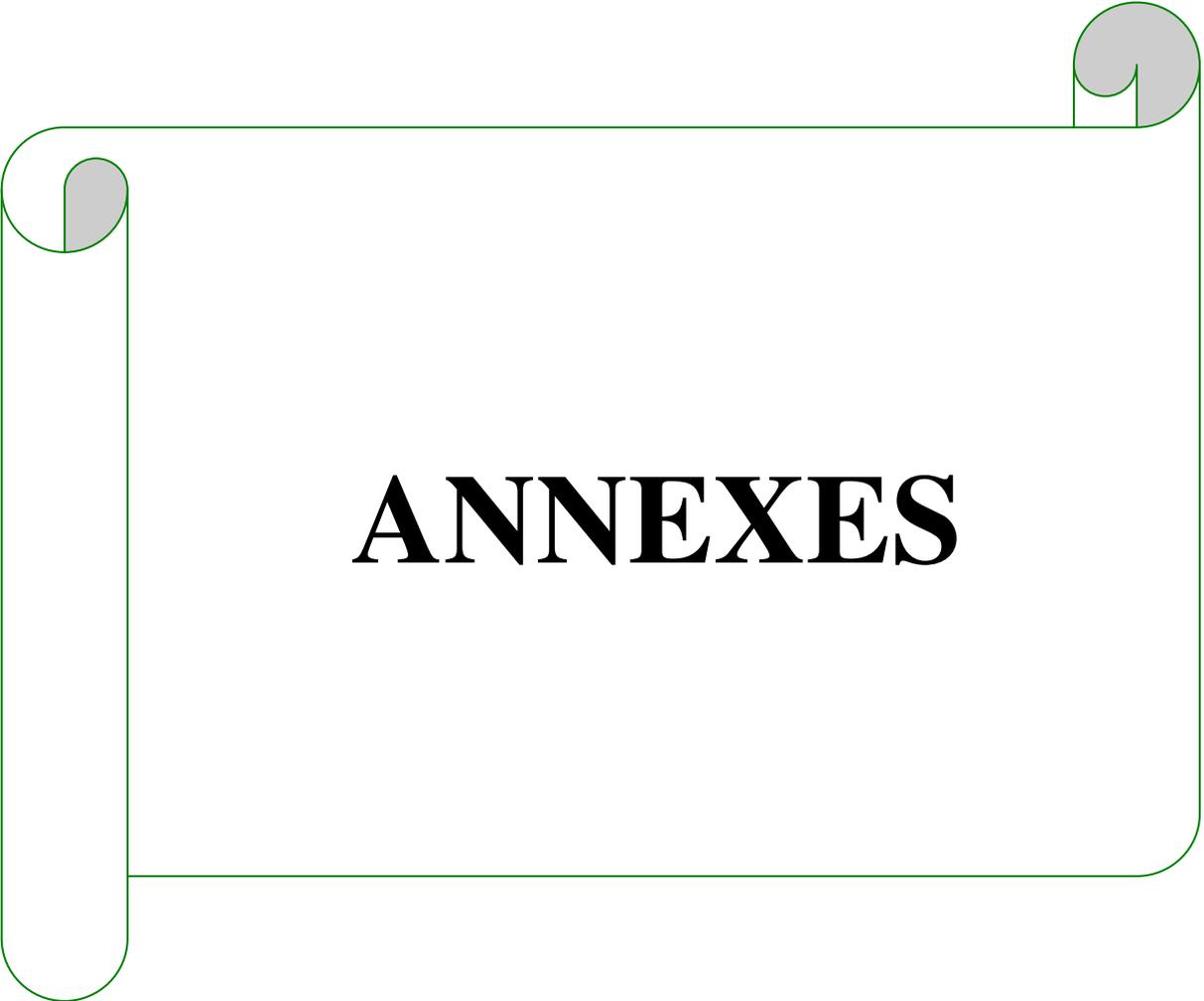
- **Boutonnet. J P. 1995.** Les viandes. Economica. Paris. 110p.
- **Chalmin. P. Cyclope.** Les marchés mondiaux. Economica. Paris. 521p.
- **Dalil. S. 1997** Etude du marché des ovins dans la région de Missour : Structure, Comportement commercial et Performance. Mémoire de 3<sup>ème</sup> cycle en Agronomie. Ecole nationale d'agriculture Meknès. Octobre. 166p
- **Khalil. M. 1997** La filière viande ovine sur les hauts plateaux de l'oriental au Maroc. Thèse de Master. IAM Montpellier. Octobre. 166p.
- **Robin. P. 1987.** Analyse de la diversité des systèmes d'élevage ovin dans le tell oranais. Thèse de DEA. ENSA Montpellier..
- **Robin. P. 1986.** Contribution à l'étude de l'économie ovine dans l'Ouest Algérien. Etude : INRA/ENSA/I.A.M. Montpellier.

### Les articles

- **Benfrid. M. 1997.** La commercialisation du bétail et de la viande rouge en Algérie Montpellier : IAM, -253p. (Option Méditerranéen, Série A/N°35)
- **Bourbouz. A, A, Abab, S. Bedrani et al. 1995.** Les politiques agricoles et la dynamique des systèmes agro-pastoraux au Maghreb. – Montpellier : IAM, –165p. (Option Méditerranéenne, Série B/N° 14)
- **Boutonnet. J P. 1994.** Marché- Filière – Opérateurs : Les échanges de bétail et de viande dans la wilaya de Sidi Bel Abbas. –Montpellier : INRA, - 12p (communication au séminaire « Programme intensification céréales – élevage dans la wilaya de Sidi Bel Abbas).
- **Boutonnet. J P. 1999.** La spéculation ovine en Algérie : Un produit clé de la céréaliculture. Notes et documents, No. 90, INRA, Montpellier.
- **Direction des statistiques agricoles et des systèmes d'information. Juillet 2003 :** Rapport sur la situation du secteur agricole 2002.

## LES SITES INTERNET

- **Abdelguerfi.A et M. Laouar. 2003.** Conséquences des changements sur les ressources génétiques du Maghreb. [http// www.bondy.ird.fr](http://www.bondy.ird.fr)
- **Boukhobza. M. 2003 :** Société nomade et Etat en Algérie. [http//www.politique-africaine.com](http://www.politique-africaine.com)
- **Boubouze. A. 2003.** Pastoralisme au Maghreb : La révolution silencieuse [http//www.pastoralisme.org](http://www.pastoralisme.org)
- **Boutonnet. J P. 2003.** Intensification de la production des petits ruminants : Pièges et promesses. [http//www.fao.org](http://www.fao.org)
- **Hajji.A. 2003.** La mutation du système d'élevage ovin en zone aride tunisienne. Cas de Gafsa. [http//www.ressources.ciheam.org](http://www.ressources.ciheam.org).
- **Jouve. AM. 2003.** Evolution des structures de production et modernisation du secteur agricole au Maghreb. [http//www.ressources.ciheam.org](http://www.ressources.ciheam.org).
- **Nedjraoui.D. 2003.** Country Pasture /Forage Ressource Profiles. Algérie. [http//www.fao.org](http://www.fao.org).
- **Organisation (M E A) 2003.** Mouvement écologique algérien. Algérie. [http//www.enda/energie/desertif/algerie.htm](http://www.enda/energie/desertif/algerie.htm).



# **ANNEXES**



Annexe 2 : Coût de production d'un animal.

Age CHARGES (DA /Tête)	ANTENAIS – ANTENAISE																TOTAL	
	9 <sup>EME</sup> MOIS		10 <sup>EME</sup> MOIS		11 <sup>EME</sup> MOIS		12 <sup>EME</sup> MOIS		13 <sup>EME</sup> MOIS		14 <sup>EME</sup> MOIS		15 <sup>EME</sup> MOIS		16 <sup>EME</sup> MOIS			
	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS		
Aména/Réfect Bergerie	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	400	
Salaire Ouvrier	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	1200	
Désinfection Loc.	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	28.80	
Eclairage	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	19.20	
Eau	0.40	12	0.50	15	0.50	15	0.50	15	0.50	15	0.60	18	0.60	18	0.60	18	126	
Orge + concentré	18	540	18	540	18	540	21.6	648	21.6	648	23.4	702	23.4	702	25.2	756	5076	
Paille	10	300	10	300	10	300	15	450	15	450	15	450	15	450	15	450	3150	
Transport aliment	0.30	9	0.30	9	0.30	9	0.36	10.8	0.36	10.8	0.39	11.7	0.39	11.7	0.42	12.6	84.6	
Transport Paille	0.40	12	0.40	12	0.40	12	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	126	
Soins vétérinaires	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	240	
Total des charges en DA/tête	Assurance cheptel 700 DA/tête/an										1377.8		1435.7		1435.7/2			10450.60
											3531							
											Charges d'un maquignon							

Observation : Les charges alimentaires représentent environ 79% des charges totales.

- Si l'alimentation du cheptel est assurée à 50 % par le pâturage naturel et 50 % par la complémentation , le coût de production d'un antenais/antenaïse revient à environ 6000 DA/tête
- Si l'on élimine la charge alimentaire, le coût est estimé à 2300 DA/tête.

Annexe2 : Coût de production d'un animal.

AGE CHARGES (DA/Tête)	BREBIS – BELIER																TOTAL
	17 <sup>EME</sup> MOIS		18 <sup>EME</sup> MOIS		19 <sup>EME</sup> MOIS		20 <sup>EME</sup> MOIS		21 <sup>EME</sup> MOIS		22 <sup>EME</sup> MOIS		23 <sup>EME</sup> MOIS		24 <sup>EME</sup> MOIS		
	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	
Aména/Réfect Bergerie	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	400
Salaire Ouvrier	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	1200
Désinfection Locaux.	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	28.80
Eclairage	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	19.20
Eau	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	144
Orge + concentré	27	810	27	810	27	810	27	810	32.4	972	32.4	972	36	1080	36	1080	7344
Paille	15	450	15	450	15	450	15	450	20	600	20	600	20	600	20	600	4200
Transport aliment	0.45	13.5	0.45	13.5	0.45	13.5	0.45	13.5	0.54	16.2	0.54	16.2	0.60	18	0.60	18	122.4
Transport Paille	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.60	18	0.80	24	0.80	24	0.80	24	0.80	24	168
Soins vétérinaires	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	240
Total des charges en DA/tête	Assurance cheptel 700 DA/tête/an									1866		1866		1976/2			13866.40
										4720							
										Charges d'un maquignon							

Observation : Les charges alimentaires représentent 83% des charges totales

- Si l'on considère que l'apport alimentaire est assuré à 50 % par le pâturage naturel, le coût de production d'une brebis ou d'un bélier est estimé à environ 8000 DA/tête.

## ANNEXE 1

### III – Les produits de l'élevage

#### 3.1- Evolution des produits de l'élevage :

Unité : Tonne sauf précision

Espèces	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Viandes rouges	235 100	244 500	260 000	290 000	295 200	295 200	299 600	309 000	298 000	300 000	312 000	306 000	256 000
Viandes blanches	231 000	211 000	222 800	189 000	199 000	219 000	190 000	93 400	105 000	160 000	106 572	120 256	121 050
Lait (10 <sup>3</sup> L)	97 000	110 000	115 600	122 900	101 600	105 700	105 000	110 000	105 000	120 000	155 873	158 359	163 721
Œufs (10 <sup>6</sup> U)	280	278	254	207	210	230	264	171	190	220	272	283	216
Miel	1 200	500	2 000	1 132	1 800	2 800	1 800	2 500	1 100	1 500	1 183	1 054	1 639
Laine	20 000	19 400	20 100	20 200	21 900	22 000	21 000	22 000	20 000	21 600	17 131	17 709	18 146

#### 3.3- Evolution de la production des viandes rouges

##### 3.3.1- Abattages contrôlés :

Unité : Tonne

Type de viandes	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne
Bovines	46 335	42 740	29 763	32 306	35 540	37 694	43 047	41 927	45 637	43 889	44 042	44 198	54 743	41 682
Ovines	34 634	31 784	25 483	28 557	35 222	31 216	30 542	33 209	36 216	34 143	32 188	28 546	28 962	31 592
Caprines	3 163	2 864	2 798	3 349	4 170	3 817	3 912	4 555	4 248	4 403	4 080	4 392	4 297	3 850
Camelines	867	1 093	1 262	1 440	1 416	1 660	1 908	2 154	2 531	3 278	3 850	3 362	3 582	2 185
Equines	1 421	1 350	730	763	654	956	836	781	656	724	671	544	643	825
Total	65 420	79 831	60 036	66 415	77 002	75 343	80 245	82 626	89 288	86 437	84 831	81 042	92 227	80 134

##### 3.3.2- Abattages contrôlés et non contrôlés (estimations \*)

Type de viandes	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne
Bovines	84 900	86 000	90 000	96 500	98 200	107 200	90 000	99 000	102 000	103 000	107 000	122 000	104 000	99 215
Ovines	129 200	130 000	140 500	155 000	169 000	170 000	180 000	178 000	167 000	167 000	172 000	153 000	115 000	155 823
Caprines	17 000	24 500	25 000	34 500	24 000	14 000	25 600	27 500	24 000	24 500	26 900	25 000	26 000	24 500
Camelines	2 000	2 000	2 500	2 000	2 000	2 000	2 000	2 500	3 000	3 500	4 000	4 000	8 000	3 038
Equines	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 100	2 000	3 000	2 085
Total	235 100	244 500	260 000	290 000	295 200	295 200	299 600	309 000	298 000	300 000	312 000	306 000	256 000	284 662

Source : MADR

## Annexe2 : Coût de production d'un animal.

AGE CHARGES (DA/Tête)	AGNEAUX – AGNELLES																TOTAL
	1 <sup>ER</sup> MOIS		2 <sup>EME</sup> MOIS		3 <sup>EME</sup> MOIS		4 <sup>EME</sup> MOIS		5 <sup>EME</sup> MOIS		6 <sup>EME</sup> MOIS		7 <sup>EME</sup> MOIS		8 <sup>EME</sup> MOIS		
	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	JOUR	MOIS	
Aména/Réfect Bergerie	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	1.67	50	400
Salaire Ouvrier	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	5	150	1200
Désinfection Locaux	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	0.12	3.60	28.80
Eclairage	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	0.08	2.40	19.20
Eau	0.10	3	0.16	4.80	0.16	4.80	0.20	6	0.20	6	0.30	9	0.30	9	0.40	12	54.60
Orge + concentré	09	27	1.8	54	3.6	108	5.4	162	7.2	216	9	270	11.7	351	14.4	432	1620
Paille	//	//	1	30	2	60	3	90	5	150	5	150	7	210	8	240	930
Transport aliment	0.015	0.45	0.030	0.9	0.060	1.8	0.090	2.7	0.12	3.6	0.15	4.5	0.195	5.85	0.24	7.2	27
Transport Paille	//	//	0.04	1.2	0.08	2.4	0.12	3.6	0.20	6	0.20	6	0.28	8.4	0.32	9.6	37.2
Soins vétérinaires	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30	240
Total des Charges en DA/tête	Assurance cheptel : 500 DA / tête/an										675.5		820.25		936.8/2	4556.80	
											1964			Charge d un maquignon			

Observation : Les charges alimentaires (orge + concentré + paille) représentent à peu près 56 % des charges totales (1620 + 930)/4556.8, elles diminuent de 50 % pendant une année moyenne et sont quasiment éliminées en année de bonne pluviométrie. Donc en année moyenne le coût de production d'un agneau est estimé à environ 2200 DA/tête



## Annexe 2 : Coût de production d'un animal.

### Base de calcul pour un cheptel de 100 têtes

#### 1- Aménagement et réfection bergerie :

60 000 DA/ an / 100 têtes  $\Rightarrow$  5000 DA/ mois /100 têtes  $\Rightarrow$  167 DA / jour / 100 têtes  
 $\Rightarrow$  1,67 DA/ jour/tête

#### 2- Alimentation :

A	}	Orge	1 600 DA le quintal
		Concentré	2 000 DA le quintal
		Mélange orge + concentré	= 18 DA le Kg
B		Paille	250 DA la botte de 25 Kg = 10 DA le Kg

#### 3- Salaires ouvriers :

}	Ouvrier :	10 000 DA pour 100 têtes / mois
	Aide :	5 000 DA pour 100 têtes/mois
		100 DA + 50 DA = 150 DA/mois/tête

#### 4- Désinfection locale:

Chaux :	1000 DA/an
Produit désinfectant	<u>3320 DA/an</u>
Tête mois = 3,60 DA	4320 DA/an/100 têtes
Tête jour = 0.12 DA	

#### 5- Eclairage:

12 bouteilles de Gaz butane / an à 200 DA = 2 400 DA  
24 torches / an à 20 DA = 480 DA

240 DA par mois pour 100 têtes  
2,40 DA par mois par tête  
0.08 DA par jour par tête

#### 6- Eau :

600 DA la citerne de 3000 Litres  
Prix de revient du litre = 0.20 DA

7- Frais de transport et manutention aliment orge et concentré

30 DA le quintal selon quantité consommée soit 0.30 DA le Kg

8- Frais de transport et manutention paille (volume)

10 DA la botte de 25 Kg selon la quantité consommée soit 0.40 DA le Kg

9- Soins – couverture sanitaire :

1 vaccin 1°		60 DA
3 injections R6	11 DA	33 DA
5 injections BL	15 DA	75 DA
4 injections NAG	13 DA	52 DA
4 rayeb R	10 DA	40 DA
5 rayeb B	20 DA	100 DA
		<hr/>
		360 DA

30 DA / tête / mois

1 DA /tête / mois

*Annexe 1*

*Fig. 11 page 37 : Abattage dans la « Tuerie » de sougueur année 2004.*

<i>Désignation</i>	<i>Bovins</i>		<i>Ovins</i>		<i>Caprins</i>	
	<i>Têtes</i>	<i>Poids/Kg</i>	<i>Têtes</i>	<i>Poids/Kg</i>	<i>Têtes</i>	<i>Poids/Kg</i>
<i>1997</i>	<b>48</b>	<b>4810</b>	<b>876</b>	<b>11010</b>	<b>238</b>	<b>1885</b>
<i>1998</i>	<b>65</b>	<b>10140</b>	<b>949</b>	<b>11158</b>	<b>120</b>	<b>1422</b>
<i>1999</i>	<b>46</b>	<b>4630</b>	<b>819</b>	<b>12314</b>	<b>484</b>	<b>4690</b>
<i>2000</i>	<b>45</b>	<b>6075</b>	<b>804</b>	<b>12060</b>	<b>376</b>	<b>3820</b>
<i>2001</i>	<b>52</b>	<b>5876</b>	<b>998</b>	<b>14471</b>	<b>468</b>	<b>5382</b>
<i>2002</i>	<b>56</b>	<b>5612</b>	<b>1028</b>	<b>18920</b>	<b>520</b>	<b>4784</b>
<i>2003</i>	<b>52</b>	<b>5040</b>	<b>1140</b>	<b>19300</b>	<b>576</b>	<b>4952</b>
<i>2004</i>	<b>89</b>	<b>10680</b>	<b>1340</b>	<b>21210</b>	<b>630</b>	<b>6615</b>
<i>Total viande rouge en 2004</i>	<b>38505Kg</b>					
<i>Population de la commune de Sougueur en 2004</i>	<b>75389</b>					
<i>Consommation Kg/hab./an</i>	<b>0.51</b>					

*Source : APC de Sougueur + nos calculs.*



Dépouillement des animaux abattus



Les peaux d'animaux après dépouillement



Les peaux d'animaux après dépouillement



Les abats transportés vers les boucheries



Les carcasses estampillées



Les carcasses avant estampillage



Des caprins abattus



Carcasses de bovins





Les ovins dans la salle de stabulation



Des ovins prêts pour l'abattage



Quelques ovins abattus



Préparation des ovins pour l'abattage



Abattage des animaux



Abattage des animaux



Les animaux après abattage



Les animaux après abattage

## ENQUETE ELEVEUR SUR LES MARCHES

### I. Identification de l'éleveur / mode d'élevage dominant :

Nom : \_\_\_\_\_

Prénoms : \_\_\_\_\_

Tribu : \_\_\_\_\_

Niveau d'instruction : \_\_\_\_\_

1. Analphabète 2. Kuttab 3. Primaire 4. Secondaire 5. Supérieur 6. Autres \_\_\_\_\_

Lieu de résidence :

Nom de la communauté / village: \_\_\_\_\_

Nom du Douar : \_\_\_\_\_

Non de la wilaya : \_\_\_\_\_

Ancienneté dans le domaine :

Surface Agricole Utile (S.A.U)

- Melk : \_\_\_\_\_ ha
- Collective : \_\_\_\_\_ ha
- Prise en location : \_\_\_\_\_ ha
- Pris en association : \_\_\_\_\_ ha
- Donne en location : \_\_\_\_\_ ha
- Donne en association : \_\_\_\_\_ ha

Activité principale :

1) E1. Naisseur : 1. oui 2.non /\_\_\_\_\_/

2) E1. Engraisseur : 1. oui 2.non /\_\_\_\_\_/

3) E1. Nais.Engr : 1. oui 2.non /\_\_\_\_\_/

Utilisez – vous des parcours collectif : 1. oui 2.non /\_\_\_\_\_/

Si oui, combien de mois par an : \_\_\_\_\_ Mois

Est-ce que vous pratiquez d'autres activités dans le secteur :

a) Intermédiaire

b) Chevillard

c) Boucher

Est-ce que vous disposer de moyen de transport ? 1. oui 2. non

Si oui, décrivez le : \_\_\_\_\_ combien d'agneaux (capacité)

## II. Mouvement / destination / origine des animaux :

### II.1. Variation du cheptel : (Automne 2002 – Automne 2003 )

Catég. D'âge	Effectifs Automne 2002	Naissance	Achats	Ventes	Autocons	Mortalité	Bilan Automne 2003
Agneaux							
Agnelles							
Antenais							
Antenaises							
Béliers							
Brebis							
Total							

### II.2. Achats (automne 2002 à automne 2003 ) :

Saison	Type animaux (1)	Catég.âge	Nombre	Prix	Chez qui ? (2)	Lieu (3)	Raisons
Automne							
Hiver							
Printemps							
Eté							

(1) Type animaux : 1. brebis 2. bélier 3. antenais 4. antenaise 5. agneaux 6. agnelle  
7. autres, précisez \_\_\_\_\_

(2) Chez qui ? 1. Eleveur de la communauté, 2. autre éleveur sur le marché, 3. intermédiaire/commerçants sur le marché, 4. Intermédiaire venu à domicile, 5. Autres

(3) Lieu : 1. Village/communauté, 2. Souk, Précisez lequel : \_\_\_\_\_3. Autres précisez \_\_\_\_\_

(4) Raison : 1. agrandir le troupeau, 2. pour vendre au Ramadan 3. pour vendre pour le grand l'Aid4.Argent disponible 5. prix faible sue le marché 5. autres, précisez \_\_\_\_\_

Avant d'acheter, vous informez- vous des prix des animaux ? 1. oui 2. non : /\_\_\_\_\_/

Si oui, auprès de qui ? /\_\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/

1. Voisin de la communauté

2. En faisant des courses dans les souks

3. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Combien de temps avant d'acheter, collectez vous l'information ? \_\_\_\_\_

Utilisez vous l'information des prix que vous vous souvenez de l'année passée ?

1. oui 2. non / \_\_\_\_\_/

Utilisez vous l'information des prix en fonction du type d'année (bonne, moyenne, mauvaise) et de l'année en cours ?

1. oui 2. non / \_\_\_\_\_/

D'après vous, quand vous faites vos estimations de prix, combien d'années auparavant remontez vous ? \_\_\_\_\_ans

Pour une brebis de 2 ans d'âge, à quel prix l'achèteriez vous ? \_\_\_\_\_ DA/tête

A quel prix seuil (maximum), vous ne l'achèteriez plus ? \_\_\_\_\_ DA/tête

En règle générale, quelles marge en DA/tête vous accordez vous par rapport au prix que vous fixé ? \_\_\_\_\_ DA/tête

Avez-vous des relations avec les personnes à qui vous achetez ? 1. oui 2. non / \_\_\_\_\_/

Si oui quel type de relation :

/ \_\_\_\_\_/ / \_\_\_\_\_/

1. Familiale, amicale
2. De confiance
3. de fidélité (achat toujours au même)
4. d'avance ou crédit

Quel est le lieu d'achat que vous préférez ?

Nom du souk : \_\_\_\_\_

Précisez pourquoi ?

1. Distance séparant la ferme et le souk
2. Disponibilité des moyens de transport
3. Coûts de commercialisation faibles
4. Connaissance sur ce souk

II.3. Ventes (automne 2002 à automne 2003) :

Saison	Type animaux (1)	Carég.âge	Nombre	Prix	A qui ? (2)	Lieu (3)	Raisons
Automne							
Hiver							
Printemps							
Eté							

(5) Type animaux : 1. brebis 2. bélier 3. antenais 4. antenaise 5. agneaux 6. agnelle  
7. autres. Précisez \_\_\_\_\_

(6) A qui ? : 1. Eleveur de la communauté, 2. autre éleveur sur le marché, 3. Intermédiaire/commerçants sur le marché, 4. Intermédiaire venu à domicile, 5. autres

(7) Lieu : 1. Village/communauté, 2. Souk. Précisez lequel : \_\_\_\_\_ 3. Autres. Précisez \_\_\_\_\_

(8) Raison : 1. Période fête, les prix sont plus élevés, 2. Besoin d'argent pour la famille, 3. Besoin d'argent pour la campagne agricole, 4. Les agneaux sont beaux (éviter le risque de maladie, mortalité), 5. Prix élevé sur le marché, 6. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Avant de vendre, vous informez-vous des prix d'achat des animaux ? 1. oui 2. non /\_\_\_/

Si oui, auprès de qui ? /\_\_\_/ /\_\_\_/ /\_\_\_/

1. Voisin de la communauté
2. En faisant des courses dans le souk
3. Radio
4. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Combien de temps avant d'acheter, collectez vous l'information ? \_\_\_\_\_

Utilisez vous l'information des prix en fonction du type d'année (bonne, moyenne, mauvaise) et de l'année en cours ? 1. oui 2. non /\_\_\_/

D'après vous, quand vous faites vos estimations de prix, combien d'années auparavant remontez vous ? \_\_\_\_\_ ans

Pour un antenais de 1 ans d'âge, à quel prix espérez vous le vendre ? \_\_\_\_\_ DA/tête  
A quel prix seuil (maximum), vous ne le vendriez plus ? \_\_\_\_\_ DA/tête

En règle générale, quelles marge en DA/tête vous accordez vous par rapport au prix que vous fixé ? \_\_\_\_\_ DA/tête

Avez-vous des relations avec les personnes à qui vous vendez ? 1. oui 2. non /\_\_\_/

Si oui, quel type de relation ; /\_\_\_/ /\_\_\_/

- 1.Familiale , amicale
- 2.De confiance
- 3.De fidélité (Achat toujours au même)
- 4.d'avance ou crédit
- 5.Facilité de négociation
- 6.Paiement comptant.

Quel est le lieu de vente que vous préférez ?

Nom du souk : \_\_\_\_\_

Précisez pourquoi ?

1. Distance séparant la ferme et le souk
2. Disponibilité des moyens de transport
3. Coûts de commercialisation faibles
4. Connaissance sur ce souk

II.4. Autoconsomation /don (automne 2002 à automne 2003)

Période	Catégorie d'âge	Nombre	Raisons

(1) raison : 1. animal fragile 2. fête 3.don 4. autre \_\_\_\_\_

II.5. Mortalité (automne 2002 à automne 2003) :

Période	Catégorie d'âge	Nombre	Raisons

(1)raison : 1. maladie, 2. vieillesse, 3. manque d'aliments, 4. autre \_\_\_\_\_

### III. Engraissement :

Est-ce que pratiquez l'engraissement : 1. Oui 2. Non /\_\_\_/

Depuis quand faites vous de l'engraissement : \_\_\_\_\_ (année)

Si vous faites de l'engraissement :

Période de l'année	Effectif	Age démarrage de l'engraissement	Durée d'engraissement	Destination des animaux engraisés

Avant de faire de l'engraissement, avez-vous des contrats de vente ? 1 oui 2 non /\_\_\_/

Si oui avec qui : /\_\_\_/ /\_\_\_/

- 1- Commerçants/ maquignon
- 2- Bouchers
- 3- Consommateurs

Quel type de relation avec la personne : /\_\_\_/ /\_\_\_/

- 1- Relation de crédit/avance
- 2- Confiance
- 3- Famille/ami
- 4- Autres précisez \_\_\_\_\_

Si vous n'avez pas de contrat, à qui vendez vous les animaux engraisés ? /\_\_\_/

- 1- Commerçants/ maquignon
- 2- Bouchers
- 3- Consommateurs

Avez-vous des relations avec ces personnes : /\_\_\_/ /\_\_\_/

- 1- Relation de crédit/avance
- 2- Confiance
- 3- Fidélité
- 4- Famille/ami
- 5- Autres précisez \_\_\_\_\_

### IV – Structure du marché :

Réseau routier :

Dans quel état est le réseau routier depuis votre exploitation jusqu'au marché ? /\_\_\_/

- 1- Bon
- 2- Moyen
- 3- Mauvais

Si mauvais, expliquez :

- 1- Insuffisante couverture
- 2- Pistes accidentées
- 3- Cherté du transport
- 4- Autres \_\_\_\_\_

Que suggérez vous comme amélioration ? \_\_\_\_\_

L'espace du souk, est il suffisant ? 1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

La disponibilité de l'eau, est il suffisant ? 1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

Barrières limitant l'accès au marché :

Taxes d'entrée au souk : \_\_\_\_\_ DA/tête

Pensez vous que cette taxe est élevé ? 1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

Est-ce qu'il a des variations des taxes au cours de l'année ? 1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

Si oui, décrivez \_\_\_\_\_

Quels sont les autres coûts liés à la consommation :

Type 1 : _____	Coût 1 : _____	DA/tête
Type 2 : _____	Coût 2 : _____	DA/tête
Type 3 : _____	Coût 3 : _____	DA/tête
Type 4 : _____	Coût 4 : _____	DA/tête

V – Mode de négociation des prix :

Organisez vous votre production d'ovin en fonction de la destination des animaux ?  
1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

Si oui quels sont les critères que vous utilisez pour satisfaire la demande :

- 1- Race
- 2- Poids
- 3- Belle laine, pas de marque
- 4- Garde les cornes
- 5- Autres, expliquez

Décrivez le type d'agneau le plus demandé sur le marche ?

---



---

## Transparence au marché

Souks fréquentés :

Non du souk	Jours	Distance/exp	Fréq. Visite	Avantage du souk	Inconvénient du souk

Quelle est d'après vous la marge d'erreur sur le poids quand vous estimez le prix ? \_\_\_\_\_ Kg

Quand vous commencez à négocier le prix, quelle est la différence d'estimation de poids entre vous et l'acheteur ? \_\_\_\_\_ Kg

Pour négocier le prix sur quel critères vous basez vous ? (Classer les par ordres d'importance)

1. Couleur de la robe : /\_\_\_\_\_/
2. Robe : /\_\_\_\_\_/
3. Race : /\_\_\_\_\_/
4. Corpulence /confirmation : /\_\_\_\_\_/
5. Sexe de l'animal : /\_\_\_\_\_/
6. Autres : /\_\_\_\_\_/

Quels sont les critères qui sont le plus importants dans la négociation ? /\_\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/

1. Paiement comptant
2. Prix élevé
3. Avances /crédit
4. Autres

Entre quelqu'un qui vous offre de vous payer comptant mais avec un prix inférieur de 10 % à celui qui vous offre de vous acheter avec une avance seulement, qui choisissez vous ?

1. Celui qui paie comptant et 10 % moins cher
2. Celui qui paie avec avance mais 10% plus cher

### Planification de la négociation :

Comparez vous les prix entre souks avant de décider de vendre à un souk donné ?

1. Oui    2. Non    /\_\_\_\_\_/

déterminez de la quantité de bétail amené au souk :

- Besoin de trésorerie
- Information sur le prix
- Disponibilité de moyen de transport

Détermination des prix sur le marché d'aujourd'hui ou la dernière vente (exemple (concret)) :

Animal vendu	Nombre d'offre avant la vente	Heure de la transaction	Prix souhaité	Prix perçu

Transfert de propriété :

Modalités de paiement les plus fréquentes :

a/ Comptant espèce

b/ Comptant chèque

c/ Crédit

Durée :

Contraintes et attitudes :

Pour vous quelles sont les éléments qui vous désavantagent ?

(Classer par ordre d'importance)

1- Difficulté de l'estimation du poids vif /\_\_\_\_/

2- Absence d'information sur les prix /\_\_\_\_/

3- Difficulté d'évaluer la qualité des ovins /\_\_\_\_/

4- Autres /\_\_\_\_/

Quelles sont les barrières limitant l'accès au marché

1- Taxes d'entrée au souk élevé

2- Coûts de transport élevés

3- Manque de savoir – faire (expérience)

4- Autres

Quelles sont les contraintes :

Prix de vente des ovins non rémunérateur

Coûts de production élevés

Coûts de commercialisation élevés

Marge commercial faible

# QUESTIONNAIRE INTERMEDIAIRE

## *I. Information générale*

Quel âge avez-vous ? \_\_\_\_\_ ans

Depuis quand faites-vous le commerce des animaux ?

Quelle est votre principale motivation pour cette activité ?

1. Rapporte beaucoup
2. Son père pratiquait cette activité
3. Pas de capital pour être éleveur donc il s'est lancé dans le commerce
4. Autres \_\_\_\_\_

Avez-vous une autre activité ? 1. oui 2. non

/\_\_\_\_/

Si oui, laquelle ? \_\_\_\_\_

/\_\_\_\_/

1. Eleveur /agriculteur
2. Artisan
3. Fonctionnaire
4. Salarié / industrie
5. Salarié / tourisme
6. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Où l'exercez vous ?

Nom du village /ville : \_\_\_\_\_

Nom du Douar : \_\_\_\_\_

Nom de la Wilaya : \_\_\_\_\_

Etes vous installé là où vous exercez cette activité ? 1. oui 2. Non

Si non, où êtes vous installé ?

Nom du village /ville : \_\_\_\_\_

Nom du Douar : \_\_\_\_\_

Nom de la Wilaya : \_\_\_\_\_

### **Structure de l'activité :**

Etes vous seul ou en groupe pour le commerce des animaux ? Seul Groupe

Si vous êtes en groupe,

Combien êtes-vous ?

Comment vous êtes vous connus ?

1. Liens familiaux
2. Lien de voisinage, amitiés
3. Activité commune
4. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Avez-vous chacun des tâches différentes ? Oui non  
Si oui, expliquez les différentes tâches ?

Qui (1)	Responsabilité	Capital investi de la personne	Type de contrat avec la personne	Réparation/an (en DA°)
Voiture /camion 1				
Voiture /camion 2				
Bergerie				

Si vous avez une bergerie :

Est-ce que pratiquez l'engraissement ? 1. oui 2. Non /\_\_\_/

Localisation de la bergerie :

Nom du village : \_\_\_\_\_

Nom du douar : \_\_\_\_\_

Nom de la wilaya : \_\_\_\_\_

Quelle est la durée d'engraissement ? \_\_\_\_\_ Semaines

Pouvez vous estimé le coût d'engraissement par tête ? \_\_\_\_\_ DA/ tête

Distance du marché le plus proche : \_\_\_\_\_ Km

Distance du marché le plus loin : \_\_\_\_\_ Km

La capacité d'engraissement :

Capacité	Catégorie d'âge	Durée	Raisons

**Evolution des prix d'achat et de vente durant l'année :**

Catégorie d'ovin	Période de prix élevés (mois)	Prix en période haute (DA/tête)	Période basse (mois)	Prix en période basse (DA/tête)
Animaux achetés brebis agneau > 9 mois agneau 6-9 mois agneau < 6 mois				
Animaux vendus - brebis - agneau > 9 mois - agneau 6-9 mois agneau < 6 mois				

### **Utilisation du crédit**

Année	Source de crédit (Banque, ami/famille)	Durée du crédit (mois)	Montant du crédit (en DA)	Taux d'intérêt	Destination (pour quel financement) (1)
2001					
2002					
2003					

- (1) destination : 1. investissement matériel (camion, voiture) 2. investissement bergerie 3. payé Salarié 4. Capital pour achat animal 5. Autres.

### **Source d'information sur les prix**

Qui vous informe sur les prix	Type d'information	Observations

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur l'offre des animaux depuis 5 ans (qualité, quantité) ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur les prix d'achat des animaux depuis 5 ans ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur la demande des animaux depuis 5 ans (qualité, quantité) ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés dans les formes de négociations des animaux 5 ans ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **II. Quel type d'agneaux recherchez vous et achetez- vous ?**

Quel est le poids des agneaux que vous recherchez (Kg) ?

Avez-vous une préférence sur la race ? 1. oui 2. Non

Si oui, quelle race préférez vous ? \_\_\_\_\_

Si « indifférent », est ce en fonction de la destination (c'est-à-dire des clients) des animaux ?  
1. oui 2. Non /\_\_\_\_\_/

Expliquez : \_\_\_\_\_

Souks fréquentés pour l'achat :

Souk (lieu)	Jours	Distance/résidence	Fréquence (1)	Raisons

(1) Fréquence de vente : 1. toutes les semaines 2. Tous les mois 3. Autres. Précisez

Décrivez les agneaux recherchés durant l'année :

Période	Modèle d'agneau	Prix recherché (en DA/tête)	Prix maximum que vous vous fixez (en DA/tête)	Prix moyen d'achat (en DA/tête)	Nombre d'animaux achetés par période (ou capital investi par période)	Marché/ souk Les plus approvisionnés Pour ce type d'agneaux
Ramadan						
Aid						
Printemps						
Eté						
Autres						

Pour les différents marchés, précisez la fréquence :

Type de marché	Ramadan (1)	Aïd (1)	Printemps (1)	Eté (1)

(1) Fréquence marché : 1. Toutes les semaines, 2. Une fois par mois, 3. Occasionnellement, 4. Autres. Précisez \_\_\_\_\_

Combien de moutons, commercialisez vous pour l'Aid ? / \_\_\_\_\_ /

Pour cela, quel est approximativement le capital que vous y mettez (période l'Aid) ?  
/ \_\_\_\_\_ /

Achetez vous régulièrement aux mêmes producteurs ? 1. oui 2. non / \_\_\_\_\_ /

Si oui, pourquoi ? / \_\_\_\_\_ /

1. Bon rapport qualité prix
2. Excellente qualité
3. Rapport familiaux/ amicaux
4. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Généralement, quand vous arrivez sur le marché, où vous dirigez vous en premier ? / \_\_\_\_\_ /

1. Vers des éleveurs à qui vous avez l'habitude d'acheter
2. Au hasard pour voir les prix demandés par les éleveurs
3. Vers les intermédiaires pour discuter d'un prix moyen d'achat sur le marché
4. Autres \_\_\_\_\_

D'habitude, avec combien d'éleveurs vous discutez les prix avant de prendre votre décision d'achat ? / \_\_\_\_\_ /

Quels sont les critères de qualité pour négocier le prix ? / \_\_\_ / / \_\_\_\_\_ /

1. Conformation
2. Couleur
3. Race
4. Avec corne
5. Autres

Si vous ne trouvez pas d'agneaux à votre convenance, que faites vous ? / \_\_\_\_\_ /

1. Pas d'achat
2. Achat pour revendre sur le marché et faire une marge directe

Mode de paiement des éleveurs : / \_\_\_\_\_ /

1. Paiement comptant
2. Avance puis paiement une semaine après
3. Crédit

Faites vous des avances à certains éleveurs : 1. oui 2. non / \_\_\_\_\_ /

Est-ce que vous achetez parfois directement à la ferme : / \_\_\_\_\_ /

1. Jamais
2. Occasionnellement, Précisez
3. Régulièrement. Précisez la fréquence

Quels sont les problèmes rencontrés à l'achat ?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Si vous faites le transport des animaux, pouvez vous estimer le coût du transport des animaux entre l'achat et la vente des animaux ? \_\_\_\_\_ DA/tête

Si vous louez un moyen de transport, quel est le coût / mois ou par tête ? \_\_\_\_\_

### III. Vente des agneaux

A qui vendez vous les agneaux ?

A qui ?	Où se passe la transaction ? (1)	Relation avec les acheteurs (2)	Période de vente (3)	% du total des ventes	Fréquence de vente (4)
Autres Intermédiaires					
Gros clients après abattage (restaurateur...)					
Bouchers					
Eleveurs					
Consommateurs					

(1) lieu de transaction : 1. souk. Précisez lequel \_\_\_\_\_ 2. Abattoir. Précisez lequel ? \_\_\_\_\_ 3. Chez le client 4. A son domicile 5. Autres \_\_\_\_\_

(2) Relation avec les acheteurs : 1. Amis/familles 2. Même village /communauté 3. Juste une relation clientèle 4. Avance/crédit 5. Facilité de paiement 6. Fidélité 7. Confiance 8. Autres \_\_\_\_\_

(3) Période de vente : 1. Toute l'année 2. Ramadan/Aid 3. Hors Ramadan/Aid 4. Autres. Précisez \_\_\_\_\_

(4) Fréquence de vente : 1. Toutes les semaines 2. Tous les mois 3. Autres. Précisez \_\_\_\_\_

Pour les différents destinataires. Précisez les prix et coûts de transactions

A qui ?	Prix Ramadan (2003)	Prix Aid (2002)	Printemps	Eté	Coût moyen de transaction (en DA/tête)	Modalité de paiement (1)
Autres Intermédiaires						
Gros clients après abattage (restaurateur...)						
Bouchers						
Eleveurs						
Consommateurs						

(1) modalités de paiement : 1. Avance /crédit 2. Paiement comptant 3. Autres

Comment vous informez vous des prix d'achat ? / \_\_\_\_\_ /

1. En discutant avec d'autres intermédiaires
2. Sur les marchés
3. Autres \_\_\_\_\_

Adaptez vous l'achat des agneaux en fonction de la qualité recherché des acheteurs ?

1. oui 2. Non / \_\_\_ /

Avez-vous de la compétition à la vente des agneaux ? 1. oui 2. Non

/ \_\_\_ /

Quel type de compétition ? \_\_\_\_\_

## IV. Opinion sur le marché

### Réseau routier :

Dans quel état est le réseau routier depuis votre exploitation jusqu'au marché ? /\_\_\_\_\_/

1. Bon
2. Moyen
3. Mauvais

Si mauvais, expliquez ? \_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_/

1. Insuffisante couverture
2. Pistes accidentées
3. Cherté du transport
4. Autres \_\_\_\_\_

Que suggérez vous comme amélioration ? \_\_\_\_\_

L'espace du souk, est il suffisant ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_/

La disponibilité de l'eau, est elle suffisante ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_/

### Barrières limitant l'accès au marché

Taxes d'entrée au souk : /\_\_\_\_\_/ DA/tête

Pensez vous que cette taxe est élevé ? 1. oui 2. Non /\_\_\_\_/

Est-ce qu'il y a des variations des taxes au cours de l'année ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_/

Si oui décrivez \_\_\_\_\_

Pouvez vous estimer le coût du transport d'un animal, \_\_\_\_\_ DA/tête

Quels sont les autres coûts liés à la commercialisation :

Type 1 : \_\_\_\_\_ Coût 1 : \_\_\_\_\_ DA/tête

Type 2 : \_\_\_\_\_ Coût 2 : \_\_\_\_\_ DA/tête

Type 3 : \_\_\_\_\_ Coût 3 : \_\_\_\_\_ DA/tête

Type 4 : \_\_\_\_\_ Coût 4 : \_\_\_\_\_ DA/tête

### Comportement commercial :

Quels sont les principaux handicaps à l'achat : /\_\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/

1. Indisponibilité des animaux
2. Mauvaise qualité des agneaux
3. Coût de commercialisation élevé
4. Difficulté d'estimer le poids vif
5. Absences d'information sur les prix
6. Autres \_\_\_\_\_

Quels sont les principaux handicaps à l'achat : /\_\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/

1. Offre trop importante
2. Compétition sur les prix
3. Coût de commercialisation élevé
4. Absence d'information sur les prix
5. Autres \_\_\_\_\_

Quelles sont les barrières limitant l'accès au marché

1. Taxes d'entrée au souk élevée
2. Coûts de transport élevés
3. Manque de savoir faire (expérience)
4. Autres

Quelles sont les contraintes : /\_\_\_\_\_/

- Coûts de gardiennage des animaux avant la vente trop élevés
- Coûts de commercialisation élevés
- Marge commerciale faible

# QUESTIONNAIRE BOUCHER

## I. CARACTERISTIQUES GENERALES

Quel âge avez-vous ? \_\_\_\_\_ ans

Depuis quand est vous boucher ? /\_\_\_\_\_/

Quelle est votre principale motivation pour cette activité ? /\_\_\_\_\_/

1. Rapporte beaucoup
2. Son père pratiquait cette activité
3. Autres \_\_\_\_\_

Avez-vous une autre activité ? .oui .non

Si oui, laquelle ? \_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_/

1. Eleveur /agriculteur
2. Artisan
3. Fonctionnaire
4. Salarié / industrie
5. Salarié / tourisme
6. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Où l'exercez vous ?

Nom du village /ville : \_\_\_\_\_

Nom du Douar : \_\_\_\_\_

Nom de la Wilaya : \_\_\_\_\_

Etes vous installé là où vous exercez cette activité ? oui non

Si non, où êtes vous installé ?

Nom du village /ville : \_\_\_\_\_

Nom du Douar : \_\_\_\_\_

Nom de la Wilaya : \_\_\_\_\_

**Structure de l'activité :**

Etes vous seul ou plusieurs pour l'activité de boucherie ? Seul Groupe

Si vous êtes en groupe,

Combien êtes-vous ? /\_\_\_\_/

Comment vous êtes vous connus ? /\_\_\_\_/

- 5. Liens familiaux
- 6. Lien de voisinage, amitié
- 7. Activité commune
- 8. Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Avez-vous chacun des tâches différentes ? oui non

Si oui, expliquez les différentes tâches ?

Qui (1)	Responsabilité	Capital investi de la personne	Type de contrat avec la personne	Salariat / mois

(1) Qui : 1. membre de famille 2.ami 3.salarié permanent 4. occasionnel 5. autres

**Matériel / investissement**

Type de matériel	Prix d'achat (en DA)	Date D'acquisition	% autofinancé	% crédit	Réparation/an (en DA)
Voiture/camion 1					
Voiture/camion 2					
Réfrigérateur 1					
Réfrigérateur 2					
Bâtiment					
Foncier					
Etc.					

**Si vous avez une bergerie**

Est-ce que vous pratiquez l'engraissement ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_/

Localisation de la bergerie :

Nom du village : \_\_\_\_\_

Nom du douar : \_\_\_\_\_

Nom Wilaya : \_\_\_\_\_

Quelle est la durée moyenne d'engraissement ? \_\_\_\_\_ semaines

Pouvez vous estimé le coût d'engraissement par tête ? \_\_\_\_\_ DA/tête

Distance du marché le plus proche : \_\_\_\_\_ Km

Distance du marché le plus loin : \_\_\_\_\_ Km

**Evolution des prix d'achat et de vente durant l'année :**

Catégorie d'ovin	Période de prix élevés (mois)	Prix en période haute (DA/tête ou DA/Kg)	Période basse (mois)	Prix en période basse (DA/tête ou DA/Kg)
Animaux achetés (tête) brebis agneau > 9 mois agneau 6-9 mois agneau < 6 mois				
Animaux vendus (Kg) Poids vif brebis agneau > 9 mois agneau 6-9 mois agneau < 6 mois				

**Utilisation du crédit**

Année	Source de crédit (Banque, ami/famille)	Durée du crédit (mois)	Montant du crédit (en DA)	Taux d'intérêt	Destination (pour quel financement) (1)
2001					
2002					
2003					

(1) destination : 1. investissement matériel 2. payé salarié 3. capital pour achat animaux 4. autres.

### Source d'information sur les prix

Qui vous informe sur les prix	Type d'information	Observations

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur l'offre des animaux depuis 5 ans (qualité , quantité) ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur les prix d'achat des animaux depuis 5 ans ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés la demande des animaux depuis 5 ans (qualité , quantité) ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés sur les prix de vente animaux depuis 5 ans ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quels sont d'après vous les changements qui se sont opérés dans les formes de négociations des animaux 5 ans ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## **II. RELATION AVEC L'INTERMEDIAIRE**

Quel est le poids des agneaux que vous recherchez (Kg) ? / \_\_\_\_/

Avez-vous une préférence sur la race ? 1. oui 2. non / \_\_\_\_/

Si oui, quel race préférez vous ? \_\_\_\_\_

Si « indifférent », est ce en fonction de la destination (c'est-à-dire des clients) des animaux ?

1. oui 2. non / \_\_\_\_/

Expliquez : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Souks/ abattoir fréquentés pour l'achat :

Souk/abattoir (lieu)	Jours	Distance/résidence	Fréquence (1)	Raisons

(1) Fréquence de vente : 1. toutes les semaines 2. Tous les mois 3. Autres. Précisez

Décrivez les agneaux recherchés durant l'année :

Période	Modèle d'agneau	Prix recherché (en DA/tête)	Prix maximum que vous vous fixez (en DA/tête)	Prix moyen d'achat (en DA/tête)	Nombre d'animaux achetés par période (ou capital investi par période)	Marché/ abattoirs Les plus approvisionnés Pour ce type d'agneaux
Ramadan						
Aid						
Printemps						
Eté						
Autres						

Achetez vous régulièrement aux mêmes producteurs ? 1. oui 2.non /\_\_\_\_/

Si oui, pourquoi ? /\_\_\_\_\_/

1 Bon rapport qualité prix

2 Excellente qualité

3 Rapport familiaux/ amicaux

4 Autres. Expliquez \_\_\_\_\_

Avez-vous négocié des prix avec les intermédiaires sur une période ? 1. oui 2.non /\_\_\_\_/

Si non négociez vous les prix à chaque achat ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_/

Quels sont les critères de qualité pour négocier le prix ? /\_\_\_\_/ /\_\_\_\_\_/

1. Conformation
2. Couleur
3. Race
4. Avec corne
5. Autres

Mode de paiement des intermédiaires : /\_\_\_\_\_/

1. Paiement comptant
2. Avance puis paiement une semaine après
3. Crédit

Est-ce que vous achetez parfois directement à la ferme : /\_\_\_\_\_/

1. Jamais
2. Occasionnellement, Précisez
3. Régulièrement. Précisez la fréquence

Quels sont les problèmes rencontrés à l'achat ?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Si vous faites le transport des animaux, pouvez vous estimer le coût du transport des animaux jusqu'à la boucherie ? \_\_\_\_\_ DA/tête

Si vous louez un moyen de transport, quel est le coût / mois ou par tête ? \_\_\_\_\_

### III. APPROCHE DE LA DEMANDE

Y a-t-il des différences de la demande de qualité entre l'Aid et le reste de l'année ?  
oui non

Si oui laquelle ? \_\_\_\_\_

Combien de boucherie avez-vous ?

Précisez pour chacune le lieu, combien d'agneau par semaine, type d'agneau demandé

Nom de la boucherie	Lieu de la boucherie	Combien d'agneau pour l'Aid	Combien d'agneau par semaine hors l'Aid	Type d'agneaux demandés (qualité viande)	Prix Moyen l'Aid DA/Kg	Prix moyen hors l'Aid (DA/Kg)

Est-ce un abattage 1.échelonné ou 2.direct ? /\_\_\_\_\_/

Combien payez vous par abattage (par tête) ? /\_\_\_\_\_/

Comment fixez vous les prix de vente ? /\_\_\_\_\_/

1. En fonction de règlement au niveau Wilaya. Si oui lesquels \_\_\_\_\_
2. En fonction d'un accord avec les autres boucheries
3. En jouant la concurrence avec les autres boucheries
4. Autres

Y a-t-il des contrôles de qualité dans la boucherie ? 1. oui 2. non /\_\_\_\_\_/

Si oui par qui ? tous les combien ? \_\_\_\_\_

Y a-t-il des contrôles de prix dans la boucherie ? 1.oui 2. non /\_\_\_\_\_/

Si oui par qui ? tous les combien ? \_\_\_\_\_

## RESUME

Le présent travail a pour objectif d'étudier le fonctionnement du marché des ovins dans la région de Sougueur (Tiaret). L'approche méthodologique utilisée est basée sur l'étude de la structure du marché des ovins et de la viande ovine, l'analyse du comportement commercial des différents opérateurs économiques, et enfin l'évolution de la performance économique du marché (Structure –Comportement - Performance).

Le choix des groupes d'éleveurs, de maquignons et de bouchers est effectué selon un échantillonnage stratifié en fonction des spécificités de chaque type d'acteurs. Les lieux de commerce les plus importants sont les souks avec la fonction de collection, de répartition et de distribution du bétail et les abattoirs avec la fonction d'approvisionnement en viande.

Les principaux résultats dégagés révèlent que l'infrastructure du souk de Sousceyrac est modeste. La « tuerie » de la zone se caractérise par un sous équipement et un état de délabrement marqué par un manque d'hygiène.

La forte production ovine de la zone fait du souk de Sougueur un lieu important de collection locale. La confrontation de l'offre régionale avec une demande interrégionale, est marquée par l'intervention de plusieurs acteurs et l'existence de plusieurs circuits. La quantité de la production ovine acheminée vers d'autres régions importatrices concerne 99 % de la production locale.

Par ailleurs, l'analyse du comportement commercial a montré l'existence des distorsions dans les rapports de force entre les différents acteurs. Le fonctionnement actuel fait profiter amplement les maquignons et les bouchers. Ces derniers disposants d'une assiette financière plus importante que celle des éleveurs tirent l'essentiel du profit dans les processus de négociation des prix au niveau du marché.

Les résultats obtenus témoignent aussi, de l'existence d'un manque de transparence qui s'opère au niveau du souk et concerne surtout l'information sur les prix et leurs variations journalières et annuelles ainsi que le poids et la quantité des animaux.

Enfin, l'analyse de la performance du marché, à travers l'examen des marges commerciales des acteurs, a révélé une répartition inégale des gains entre les différents acteurs.

Les niveaux sont estimés en moyenne à 2000, 3100 et 1640 DA/tête respectivement pour les éleveurs, les maquignons et les bouchers. Cependant, ces niveaux restent soumis à plusieurs facteurs tels que, la saison en relation avec les conditions climatiques, la qualité des ovins ainsi que l'événement de l'Aid el adha.

## الملخص

إن هذا العمل يهدف إلى دراسة سير سوق الأغنام بمنطقة سوق (تيارت). المقاربة المنهجية المستعملة تعتمد على دراسة بنية سوق الأغنام و لحومها، تحليل التصرفات التجارية لمختلف الفاعلين الإقتصاديين. و أخيرا تقييم الإنجاز الإقتصادي للسوق (بنية – تصرف تجاري – إنجاز).

إن إختيار المربون، الوسطاء و الجزائرون، تم حسب عينة مركبة إعتبارا لخصوصيات كل فاعل على حدة. النتائج المتحصل عليها بينت أن البنية التحتية للسوق سوق تبقى متواضعة، و المجزرة المتوفرة بالناحية تفتقر إلى أدنى التجهيزات الضرورية و تتميز بحالة إنحطاط و كذا غياب الوقاية.

إن الإنتاج المهم للمنطقة يجعل سوق سوق مكانا مهما لإستقطاب الأغنام المنتجة محليا. إن مقابلة العرض الجهوي مع الطلب الوطني يتميز بتدجخل عدد من الفاعلين و تعدد سلسلات التسويق. كمية الأغنام المصدرة إلى جهات أخرى تمثل 99 % من الإنتاج المحلي.

إن تحليل التصرفات التجارية بين وجود إختلالات في ميزان القوى بين مختلف الفاعلين. إن السير الحالي يعطي إستفادة أكثر للوسطاء و الجزائرين لكون هؤلاء يتوفرون على غلاف مالي مهم مقارنة مع المرابين مما يؤهلهم للحصول على القسط الأوفر من الربح خلال مفاوضة الأسعار في السوق.

النتائج المتحصل عليها تبين أيضا، ضعف الشفافية على مستوى السوق فيما يتعلق بالمعطيات حول الأثمان، التغيرات الومية و السنوية كذلك وزن و جودة الأغنام.

و أخيرا، تحليل إنجاز السوق عبر دراسة هوامش الربح عند الفاعلين بين تقسيم غير متساوي للربح بين مختلف الفاعلين. المستويات قدرات كما يلي 2000، 3100 و 1640 دج للرأس على التوالي لكل من المرابين، الوسطاء و الجزائرين. لكن هذه المستويات تبقى خاضعة لعوامل عديدة كجودة الأغنام، الظروف المناخية و خصوصيات موسم العبد البأضحى

This work aims to study the functioning of the sheep market in the region of Sougueur (Tiaret). The methodological approach used is based on studying the structure of the sheep and the ovine meat markets, the analysis of the behaviour of the different economic operators and the economic evaluation of the market (Structure – Behaviour – Performance).

The choice of stockbreeders, brokers and butchers was carried out according to a stratified sampling taking into account specificities of each actor.

The principal results reveal that the infrastructure of the souk of Sougueur is modest. The « Slaughter » of the region is under – equipped and shows a state of deterioration and a lack of hygiene. The strong ovine production of the zone makes souk of Sougueur an important place of local collection. The confrontation of the regional offer with interregional demand is marked by the intervention of several actors and the existence of several circuits. The quantity of the ovine production forwarded to other importing areas relates to 99% out of the local production. The analysis of the economic behaviour showed, also, the existence of distortions in power balance between the various actors. Current functioning makes ample profits for brokers and butchers. These have a wider financial plate than the one of stockbreeders, so that they draw the main profits generated by prices negotiation at the local market.

The result obtained show a lack of transparency especially with regards to information on prices, their daily and annual variation as well as the weight and the quality of animals.

Finally, the analysis of the market performance resorting to examination of the commercial margins of the actors, revealed an unequal distribution of profits between the various actors. The levels are estimated in 2000, 3100 and 1640DA/ head respectively for the stockbreeders, brokers and butchers. However, these levels remain subjected to several factors such as the quality of the sheep, the seasoning relation to the climatic conditions as well as the event of « Aid el Adha ».