



Compte-rendu de mission à Dakar (Sénégal)

du 18 au 25 février 2009

Appui à la thèse de Tiguidanké Gassama
« *Qualité des viandes rouges et les nouvelles formes de commerce de
la viande à Dakar* »

par Emmanuelle CHEYNS

CIRAD/ UMR Moisa, Montpellier



Projet ICARE



Projet PDMAS

Avril 2009

Résumé

Une mission a été conduite par Emmanuelle CHEYNS, agro-économiste du Cirad, en appui à la thèse de Tiguidanké GASSAMA, allocataire de recherche de l'ISRA-BAME. Cette mission s'est déroulée à Dakar du 18 au 25 février 2009. Elle a été financée par le projet ICARE. Elle s'inscrit dans le cadre d'un partenariat entre le BAME, le CIRAD et le PDMAS qui prévoit plusieurs activités d'encadrement futures. Lors de la mission, des entretiens de terrain ont été conduits auprès des ménages consommateurs de viande à Dakar, et auprès des acteurs de la distribution : abattoir, chevillards, bouchers des marchés, boutiques. Un certain nombre de visites ont aussi été menées auprès de personnes ressources : chercheurs, décideurs et acteurs de développement. Ces entretiens ont confirmé la dynamique de développement des nouvelles formes de distribution de la viande à Dakar qui a déjà été mise en évidence par les études du projet PDMAS. Les résultats des entretiens ont permis de mieux comprendre les logiques de gestion de la qualité dans la filière. Le présent compte-rendu permet d'affiner la problématique de la thèse et propose un programme de travail.

Contacts

Emmanuelle CHEYNS (cheyns@cirad.fr), UMR Moisa, CIRAD, Montpellier
Tiguidanké GASSAMA (bebetina55@gmail.com), UCAD / BAME / PDMAS Dakar
Guillaume DUTEURTRE (duteurtre@cirad.fr), CIRAD/ISRA Dakar, Coord. projet ICARE
Bassirou SALL (bassirou_sall@yahoo.fr), Unité Gestion Projet PDMAS Dakar

Rappel des Objectifs de la mission

Conformément aux Termes de Références de la mission, il était prévu de préciser avec Tiguidanké Gassama la problématique et le programme de travail de sa thèse, à partir d'un premier travail d'enquête qualitatif à Dakar et d'une rencontre des personnes impliquées dans l'encadrement et le financement de la thèse.

Programme de travail

- 19 février : Rencontre de chercheurs du programme PPZS
Réunion de cadrage à l'ISRA-BAM, Papa Nouhine Dieye et G. Duteurtre
Réunion avec Tiguidanké Gassama et Guillaume Duteurtre
Réunion avec Adrien Mankor à l'école Vétérinaire de Dakar
- 20 février : Réunion de travail et préparation des guides d'entretien avec Tiguidanké Gassama
- 21 février : Enquête : bouchers au marché « Tilène », bouchers de la « rue 5 x 6 », Ménages
- 22 février : Enquête au marché des grands ruminants de Dakar
- 23 février : Enquête auprès du gérant de la chaîne « Belle Viande », Ménages
Réunion au PDMAS avec Bassirou Sall
- 23 février : Enquêtes ménages
- 24 février : Restitution

Restitution de l'enquête de terrain

Questions posées au démarrage

La thèse est menée sous la direction du Prof. Birahim Bouna Niang, Professeur d'économie à l'UCAD¹ et elle est accueillie au sein de l'ISRA-BAME², qui joue le rôle de laboratoire d'accueil. La thèse s'inscrit dans un double ancrage thématique : celui du projet ICARE³, qui fournit les moyens de recherche de terrain, et celui du PDMAS⁴, qui prend en charge le financement de la bourse.

La problématique du projet ICARE conduit à s'interroger sur l'impact de l'évolution des habitudes alimentaires ou des nouvelles pratiques de distribution des viandes à Dakar sur l'élevage, ainsi que l'impact potentiel des politiques (embargo sanitaire, etc.). Ce qui est en jeu ici est le « boom » de la croissance des « boucheries modernes ou semi-modernes » dans les années 2000, qui se développent de façon autonome, hors des supermarchés. Ces nouvelles formes ont-elles un impact sur l'élevage local ?

Le PDMAS a pour but d'améliorer les conditions de mise en marché des viandes au Sénégal, et se donne deux lignes d'action : « améliorer la qualité sanitaire » afin de « protéger les

¹ UCAD/ FASEG : Faculté de Sciences économiques et de Gestion de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar.

² ISRA-BAME : Institut Sénégalais de Recherches Agricoles, Bureau d'Analyses Macro économiques.

³ ICARE : Projet de recherche sur le thème « Impact de l'ouverture des marchés sur le développement territorial des régions d'élevage dans les pays du Sud » financé par le Cirad.

⁴ PDMAS : Programme de Développement des Marchés agricoles et ruraux, financé par la Banque Mondiale.

populations » et « moderniser les chaînes d’approvisionnement des viandes rouges et volailles », par le soutien à la création de « mini chaînes de qualité », qui se substitueront aux tonnages de viandes importées. Dans ce cadre, la thèse doit conduire à des propositions pour orienter les actions du PDMAS dans l’appui à la mise en place de « filières de qualité » (sanitaires et modernes) et développer un outil d’analyse et de suivi des filières de qualité accessible aux opérateurs.

Ces deux ancrages ont en commun de s’interroger sur les conséquences des nouvelles exigences des consommateurs en matière de qualité (sur les pratiques d’élevage, sur les pratiques de distribution des viandes).

Le projet de l’étudiante est de mener un travail de recherche sur la « construction sociale » de la qualité des viandes.

Personnes rencontrées

Nous avons rencontré, au cours de ce premier travail de terrain, des bouchers sur le marché de détail de Tilène, des bouchers sur le marché de la « rue 5 x 6 », des ‘intermédiaires’ dans la vente sur le Forail de Dakar (marché de gros de bétail vif), notamment le Président du Forail et trois revendeurs ‘Téfanké’, le gérant de la chaîne de distribution de viande « Belle viande », 7 ménages dans les quartiers Médina, SICAP Liberté I, Grand Yoff et Scatt Urbam, un chevillard et le directeur de production des abattoirs de Dakar (SOGAS).

Il ne s’agit pas d’un travail visant à rechercher une représentativité statistique, ni même de la diversité sociale ou économique des personnes et des situations, compte tenu du temps très court de l’enquête (4 jours). Ce travail ne visait pas à construire une base de données directement utilisable, mais à bien préciser la problématique et les questionnements et outils qui pourront être déployés dans la thèse.

Préparation de l’enquête, entretiens

Les entretiens auprès des ménages se sont déroulés sur le mode de « causeries » (entretiens ouverts individuels ou de groupe), en suivant le guide d’entretien suivant :

- Types de viandes consommées et occasions de consommation (et plats) ?
- Modes d’approvisionnements en viandes :
 - les lieux d’achats, fréquences, raisons de ces lieux, moyens de conservation etc.
 - La relation au vendeur (dans chaque lieu). Contraintes et avantages de la fidélisation
 - Choix du boucher, si un jour sa viande n’est pas bonne, que se passe t il ? Avez-vous déjà changé de boucher ?
- Caractéristiques d’une bonne viande ?
- Est-ce que certaines viandes sont de meilleure qualité ? pourquoi ?
- Caractéristiques d’une mauvaise viande ? Qu’est ce qui en est la cause ?
- Vous arrive t il de douter de la qualité ? Etes- vous déjà tombée sur une viande de mauvaise qualité ? Qu’est ce qui n’allait pas ?

- Quels sont les risques à consommer une mauvaise viande ?
- Choisissez vous la viande ? les morceaux ? Comment ? de qui tenez -vous cette manière de faire ?
- Est-ce que certaines viandes coûtent plus cher ? pourquoi ? leur qualité est elle meilleure ?
- Est-ce que dans certains lieux de vente, la viande est de meilleure qualité ? Y a il des lieux ou vous n'avez pas confiance dans la qualité ? Quels sont les lieux où vous n'iriez jamais à cause de la qualité ? Pourquoi ?
- Au marché, est ce que certains bouchers se distinguent par une meilleure viande ?
- La qualité est –elle liée à l'origine ?
- Perception du signe « TAMPON », est-ce ça change la qualité ? Est-ce que le tampon est un signe qui rassure ? S'il n'y a pas de tampon, est-ce que la ménagère peut être rassurée autrement ?

Les entretiens auprès des bouchers se sont aussi déroulés sur un mode ouvert, en abordant les points suivants :

- Le métier : comment est il venu dans le secteur/l'activité ?
- Est-il dans une organisation ? laquelle, pourquoi, depuis quand.
- En quoi consiste son métier ? est ce différent d'avant ?
- Emploi de personnel, apprentis ? comment, pourquoi ?
- Modes d'approvisionnement ? comment, pourquoi ? quels changements a-t-il repéré ?
- Caractéristiques d'une viande de bonne / mauvaise qualité ? Qu'est ce qui en est la cause ?
- Sur quels critères choisit il ?
- Quelles compétences se reconnaît il ?
- Qu'est ce qui fait la différence avec les autres acteurs concurrents ?
- Quels sont les produits qu'il estime concurrents au sien ?
- Se sent il concurrencé par d'autres vendeurs ?
- Comment capte t il l'attention de la clientèle ?
- Peut on entrer dans le métier comme ça ?

Premières orientations tirées de ces rencontres

Les résultats des entretiens réalisés par E. Cheyns et T. Gassama ont été analysés puis restitués lors d'une réunion de fin de mission qui s'est tenue au BAME le mercredi 25 février 2009. Cette réunion s'est tenue de 14 :45 à 17 :00 en présence de Bassirou SALL (Pdmas), Adrien MANKOR (Eismv), Adbrahmane WANE (Cirad/Ppzs), Véronique ANCEY (Cirad/Ppzs), Guillaume DUTEURTRE (Cirad/Bame), Djiby DIA (Bame), Adama GUEYE (Bame), Oumar DIOP (Bame), Alioune DIENG (Bame), Adama MBAYE (Bame), Waoundé DIOP (Bame).

Les éléments présentés lors de la réunion ont été les suivants.

- 1. La qualité peut se décomposer en plusieurs caractéristiques ; les consommateurs arbitrent entre plusieurs caractéristiques**

La qualité sanitaire n'est pas la seule dimension de la qualité évoquée par les ménages ou opérateurs professionnels de la filière.

On note aussi l'importance de la qualité organoleptique, la qualité nutritive, la qualité de commodité d'usage dans certains cas (rapidité de préparation, cf. le mouton), ou encore de la qualité « économique » c'est-à-dire la « divisibilité » à un grand nombre de convives : « *une viande fraîche a plus d'éléments liquides et se diffuse dans la sauce ; si on met peu de viande parce qu'on est trop nombreux, au moins le goût et les 'vitamines' se diffusent dans la sauce* ».

Plusieurs ménages évoquent une qualité de la viande liée à sa consommation directe après abattage : « *si tu dois conserver la viande, le maximum c'est deux à trois jours* » ; « *une viande fraîchement abattue a plus de goût* ». Très peu de ménages aiment congeler la viande même s'ils en ont les moyens.

Cela dit, les ménages réalisent des sortes **d'arbitrage entre ces caractéristiques**⁵. Par exemple une femme dont le mari part très souvent en France pour son commerce nous explique, qu'à la demande de son mari, elle achète sa viande une fois par mois à la SERAS (abattoirs) à Dakar, pour être le plus possible sûre de la qualité hygiénique et sanitaire de la viande, quitte à perdre un peu en « goût » car elle doit alors congeler sa viande pour la conserver durant le mois.

La perception de la qualité par les autres acteurs de la filière n'est pas abordée ici mais devrait faire l'objet d'un questionnaire aussi.

2. Les consommateurs sont-ils « insatisfait » des conditions hygiéniques de vente ?

La question de la perception du risque sanitaire est délicate à aborder dans la mesure où de nombreux programmes de sensibilisation grand public (spot TV, pièces de théâtre, etc.) mettent l'accent sur cette dimension, et qu'il est « socialement » attendu des personnes qu'elles manifestent une préoccupation quant à cette dimension de la qualité. Le biais lié à l'identité de l'enquêteur, souvent assimilé à une « élite » académique ou sociale d'où provient ce discours, est donc très grand.

Une femme que nous avons enquêtée, après avoir mis en avant ses préoccupations par rapport au risque sanitaire ou hygiénique, s'est ensuite ravisée au fur et à mesure que nous insistions sur ce sujet : « *mais si tu achètes, tu prépares, la température tue les microbes. Nos ancêtres avaient quand même une bonne espérance de vie. Ils conservaient avec le sel. Tout ça [le discours autour de l'hygiène] c'est psychologique. Si tu te mets dans la tête que la viande congelée n'est pas bonne par exemple et qu'il y aurait des risques à la consommer, alors si tu la consommes il y aura forcément des risques* ».

Ou une autre qui précise et relativise ainsi : « *oui, le risque de maladies, les indigestions, les diarrhées...Mais ça ne m'est jamais arrivé. J'entends ça à la télé (publicité, pièce de théâtre, séances de cuisines)* ».

Des études récentes ont aussi conduit à relativiser cette exigence supposée de la part des consommateurs. L'étude auprès des consommateurs réalisée par le PDMAS⁶ montre par

⁵ Lancaster K., 1966. « A new approach to consumer theory ». *Journal of Political Economy*

⁶ PDMAS, Août 2008. « Etude du marché de la viande: Consommateurs Individuels »

exemple que l'hygiène arrive seulement en 3^e position des critères de choix. Adrien Mankor⁷ montre aussi que les critères de qualité spontanément cités pour la viande sont d'un autre ordre : la fraîcheur, le peu de graisse, la tendreté.

Enfin, malgré le risque évoqué, certains ménages mettent en avant les procédures qu'ils mobilisent pour réduire ce risque : la cuisson de la viande, la confiance auprès d'un vendeur (j'ai mon boucher au marché, je vois les voitures qui livrent la viande de l'abattoir, etc.).

Ainsi, même si nous avons effectivement rencontré au cours des entretiens des ménages soucieux (voire très soucieux) du risque sanitaire ou des conditions hygiéniques, l'enquête sur cette question demande une grande prudence, voire de déployer des méthodes d'enquête différentes de celles classiques, et il faudra y réfléchir.

3. La perception de la qualité est liée aux styles alimentaires

La perception de la qualité d'un produit est rarement détachée de son contexte d'usage, il s'agit notamment des pratiques d'approvisionnement, de préparation, de consommation, et des situations d'usage : qui fait les achats, à quelle fréquence, y a-t-il des moyens de conservation des aliments dans le ménage, dans quels plats est consommée la viande, à quelle occasion ?

Par exemple une femme nous a expliqué que pour les plats du soir, elle va chercher des morceaux plus tendres comme l'ailou ou le gigot (plats accompagnés de salade ou juste de sauce accompagné de friture de pomme de terre ou encore avec de pâte alimentaire etc.) mais pour les plats du midi en général en *niary thin* (« une marmite ») ou *béne thin*, tous les morceaux sont bons.

L'enquête sur la perception de la qualité d'un produit doit alors s'étendre non seulement au produit (nature du produit, dépense alimentaire, représentation du produit, etc.) mais aussi à son usage. Les caractéristiques de qualité recherchées vont dépendre des plats, des moments de consommation, ou être intimement liées aux pratiques d'approvisionnement, de conservation, etc.

4. Préférences origine locale / viande importées

Tous les ménages rencontrés mentionnent une nette préférence pour la viande locale par rapport à la viande importée (on ne parle pas ici de bétail). La viande locale dont ils parlent est généralement importée d'Inde. La viande dite « locale » renvoie par contre à des animaux abattus au Sénégal, même s'ils ont été élevés et importés de Mauritanie ou du Mali.

Le risque de concurrence avec les viandes importées (à l'exclusion des hauts de gamme⁸) est donc faible au regard des préférences alimentaires. Si risque il y a, c'est à partir d'un certain différentiel de prix entre les deux types de viandes. A prix équivalent, les ménages se détournent de la viande importée (bas et moyenne gamme).

5. Incertitude sur la qualité

⁷ Mankor A., 2001. « Etude des déterminants de la consommation urbaine en viandes en Afrique de l'Ouest : l'exemple de Dakar », thèse en Agro-économie, ENSAM, 242 p.

⁸ Ces viandes haut de gamme n'entrent pas en concurrence avec la viande locale sur les marchés. Importées d'Europe (environ 1200 tn/an) elles partent directement dans la restauration de luxe.

Au moment de l'achat, les consommateurs peuvent être en situation d'incertitude sur la qualité du produit. Cela est lié au fait que certaines caractéristiques ne sont pas visibles et au décalage entre les perceptions et les propriétés intrinsèques du produit⁹.

On peut expliquer ce décalage pour deux raisons, qui ne sont pas de même nature.

La première tient à une asymétrie d'information entre le vendeur et l'acheteur, introduite par Akerlof (1970) et largement documentée dans la littérature. Cette situation d'asymétrie peut conduire les acheteurs à un comportement opportuniste en trompant le client sur la qualité de façon à augmenter ses gains.

La deuxième tient aux compétences cognitives des acteurs, qui d'une part sont limitées (tant pour l'offreur quant à sa compétence à faire un bon produit que pour l'acheteur quant à sa compétence à qualifier un produit). D'autre part ces compétences cognitives sont différentes (par exemple, au Burkina Faso, les compétences pour faire un bon *soumbala* (*netétu*) dans la région de Bobo ne sont pas forcément les compétences recherchées et attendues par une consommatrice ouagalaise qui préférera le *soumbala* de Ouaga).

Face à cette situation d'incertitude, les consommateurs cherchent non seulement à évaluer les caractéristiques physiques du produit, mais aussi les conditions de production et/ou la provenance.

Le manque d'information sur la provenance par exemple peut conduire à des suspicions sur la qualité : « *je doute de la viande congelée, les fois congelés ; je ne connais pas la provenance, et en plus le prix est bas !* » ; « *j'achète de la volaille vivante, car je suis sûre alors de ne pas consommer un poulet tué parce qu'il était malade* » ; « *je n'achète pas chez les vendeurs ambulants car on ne sait pas bien d'où vient leur viande* » ; « *j'achète là où je vois le tampon de l'abattoir sur la carcasse, car je sais que ça vient de l'abattoir, que c'est contrôlé* ».

Pour évaluer la qualité des produits, les consommateurs le plus souvent évaluent donc aussi la structure de l'offre : origine, compétence des offreurs, leur loyauté (vis-à-vis du problème d'opportunisme), etc.

6. Procédures de qualification

Comment les consommateurs qualifient-ils ces différents objets liés à la structure de l'offre ? Ils le font notamment en repérant (et le plus souvent cela est devenu une routine plus qu'une procédure particulière) des indices, des objets, des relations qui entourent le produit et sa distribution. Mais ces indices sont de différente nature.

Les consommateurs peuvent par exemple s'appuyer sur des éléments de proximité sociale (convention domestique) : « *je fais confiance à mon vendeur attiré (mon cliane) car je vais chez lui depuis longtemps, il me connaît, je le connais, je suis fidélisée* » ; « *je m'approvisionne auprès de parents au village* », etc.

Ils peuvent aussi s'appuyer sur le comportement de l'opinion générale : « *tel boucher a énormément de clientes, il doit vendre de la bonne qualité* ».

Ils peuvent se référer au prix : « *une viande très peu chère est suspecte si elle est importée* ».

Ils peuvent se référer à un équipement technique outillé : la présence de normes, telles que le tampon de l'abattoir, portées par des professionnels vétérinaires.

⁹ Sylvander B.

Dans l'échange de produits artisanaux, « dédiés », non stabilisés, la négociation sur la qualité se fait le plus souvent au cas par cas, elle est conditionnée par les compétences et la loyauté du vendeur, et les acheteurs sont amenés à rechercher une relation directe, de proximité avec le vendeur. C'est le cas de l'échange de viande au marché, qui lui se distingue par ex. de la viande au supermarché, où les relations sont plus distanciées et le produit proposé de format plus standard.

Les institutions professionnelles peuvent jouer un rôle très important dans l'établissement de cette qualité des produits dédiés ou non standards (tels que la viande échangée dans les filières de distribution dites « traditionnelles »). Elles produisent tout un tas d'objet ou d'indices particuliers quant à leurs compétences par exemple qui rassurent les consommateurs. Par exemple, elles sont garantes de la transmission d'un apprentissage, qui peut instituer la compétence des bouchers (à offrir une viande fraîche par exemple ou une bonne découpe).

Dans les entretiens auprès des ménages, certaines femmes expliquent : « *mon boucher [au marché] il vend une bonne viande, il pèse très bien la viande. Il est aimable, il nous accueille bien. Même si tu es énervée, tu vas chez lui et tu oublies tout* ». « *Mon vendeur il quitte directement l'abattoir avec une viande fraîche, à plusieurs reprises j'ai vu mon boucher se faire livrer de la viande qui a un tampon, c'est ce qui me rassure* ».

Par ailleurs, cette relation fidélisée permet aux ménages en situation plus précaire de garantir un approvisionnement : « *oui il peut te réduire le coût, il t'ajoute un morceau, il cherche les bonnes parties pour toi ou parfois il te fait crédit* ».

Les ménages soulignent qu'avec leur boucher au marché, ils vont pouvoir négocier le contenu de l'achat : « *mets moins d'os, enlèves de la graisse, ajoutes un morceau, etc.* ».

Au Burkina Faso, où nous avons approfondi cette relation particulière de l'échange fidélisé auprès des bouchers de marché, les femmes ont mis en avant l'établissement d'une confiance personnifiée : le boucher attiré « salue » ses clientes, « *il a de bonnes manières* », il les « respecte », leur accorde des faveurs, les « comprend » si elles sont dans une situation difficile, etc¹⁰.

Nous avons aussi enquêté sur la perception de la nouvelle chaîne de distribution dite « semi-moderne » de la marque « Belle Viande ».

L'appréciation par les ménages est très enthousiaste.

Cette chaîne de distribution a su opérer un compromis entre la mise en valeur de formes locales de distribution et de consommation de la viande, tout en y intégrant un dispositif « industriel » de prise en charge des risques hygiéniques. En ce qui concerne la mise en valeur des formes locales de distribution, les magasins Belle Viande écoulent uniquement de la viande qui vient d'être abattue (après 24h), dite viande « du jour », « fraîchement abattue », ce qui est recherché par les ménages ; la découpe est relativement similaire à celle au marché (« viande sans os », « avec os », faux filet, etc.) et faite par des bouchers issus de l'apprentissage chez les bouchers du marché. Mais à la différence de la vente au marché, la vente ici a lieu dans des lieux fermés, à l'abri de la poussière, les murs et étals sont carrelés, les carcasses sont visibles mais protégées par des vitrines. Enfin, et c'est un critère non négligeable, les magasins Belle Viande vendent la viande moins cher qu'au marché !¹¹

Les femmes enquêtés soulignent des qualités de service : « *tu es obligée d'attendre ton tour par ce qu'on te donne un ticket, mais quand ton tour arrive, il te sert tranquillement* », « *tu*

¹⁰ Cheyns E., 1998. « Identification et construction sociale de la qualité de produits agro-alimentaires : le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso », Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier

¹¹ 1700 FCFA contre 2000 FCFA au marché pour la viande avec os.

peux demander de découper en petits morceaux et il va prendre tout son temps », le gain en terme de coût d'achat, les caractéristiques hygiéniques : *« on voit les vitrines, les voitures arrivant de l'abattoir sont propres »*, la proximité (ceux enquêtés résident près d'un magasin). Elles sont rassurées par l'affluence : *« ils écoulent vite leur viande, et s'ils doivent conserver pour le lendemain, certains ont des chambres froides »*.

Les relations sont de nature très différentes : *« au marché c'est : Ah ma sœur vient chez moi ! Y a tout un discours sur la négociation, les morceaux. Tu regardes, tu hésites, tu vois où tu vas acheter. A belle viande, tu prends ton ticket et on te sert »*.

Il sera utile d'enquêter des ménages résidents à proximité d'une boucherie moderne mais aussi du marché, pour mieux comprendre les raisons de leurs choix, si les deux sont à proximité.

Enfin, l'abattoir semble apporter une garantie très forte d'un point de vue sanitaire : *« la viande sort de l'abattoir, elle vient d'être contrôlée, et c'est une viande qui n'a pas duré, « du jour »*.

7. Tensions

La co-existence de ces deux formes de distribution de la viande, la vente au marché et les magasins « semi modernes » Belle Viande, tous deux très populaires, crée aussi un certain nombre de tensions, qu'il convient de soulever autour de la problématique du projet ICARE : est-ce que les nouvelles habitudes alimentaires et les nouvelles pratiques de distribution (comme les boucheries « semi modernes ») ont un impact sur l'élevage ? Est-ce que cela marginalise les éleveurs agro pastoraux, change la nature des contrats, etc. ?

Les bouchers dits « traditionnels » (détaillants et chevillards) expliquent que « Belle Viande » les concurrence (notamment par un prix de vente inférieur). Ou encore que les nouveaux entrepreneurs introduits dans le secteur, qu'ils appellent « les intellectuels », « les maîtrisards » ou les « bacheliers » viennent concurrencer le métier des bouchers : *« Maintenant tu peux t'improviser chevillard même si tu n'es pas issu du système. Ça amène de l'anarchie car ils ne sont pas formés »*.

« Les intellectuels viennent opérer dans la filière en investissant. Ils empiètent sur les bouchers traditionnels. Ils ont les moyens de moderniser et de capter une clientèle. Les boucheries modernes viennent par les intellectuels ».

« Belle viande¹² a bouleversé le marché car c'est une structure qui abat beaucoup de bêtes et le prix qu'elle applique n'est pas en conformité avec le prix de marché ». (entretiens auprès de bouchers).

Ces tensions se traduisent peut être aussi dans la scission qui s'est récemment opérée parmi les membres de l'association professionnelle ANPROVBS¹³ : *« Il y a une nouvelle association qui est composée plus ou moins d'intellectuels, des maîtrisards en sciences économiques qui sont devenus des chevillards »*.

¹² Belle Viande a été créée en 2001 par un couple dont le mari est polytechnicien et la femme diplômée de la Sorbonne.

¹³ ANPROVBS : Association Nationale des professionnels de la Viande et du Bétail du Sénégal

Inversement, le gérant de Belle Viande explique que, bien qu'opérant un très grand succès auprès des ménages, ses difficultés sont de s'approvisionner en bovins sur les marchés traditionnels « *C'est compliqué, on va d'ailleurs essayer de réguler ce marché de bovins. J'ai une idée là-dessus* ». Tirant les prix au plus bas, la chaîne essaye à chaque fois que c'est possible de s'approvisionner en gros volumes directement à la source, en évitant les « intermédiaires traditionnels », ce qu'ils ont du mal à faire sous peine d'en être écartés¹⁴.

Il s'agit d'une critique marchande ou libérale qui s'exerce vis-à-vis du système traditionnel : opacité du système, trop d'intermédiaires (qui prennent des marges), des marchés difficiles à pénétrer, collusifs, etc.

On voit ainsi pointer une tension entre une rationalité d'entrepreneuriat, individuelle, marchande, basée sur l'efficacité économique (entrepreneuriat type « Belle viande ») et une rationalité plus collective, basée sur l'organisation en métier voire en corporation (boucherie dite « traditionnelle »).

D'une manière générale, les politiques de libéralisation ont tenté, dans nombreux secteurs, de restructurer l'offre en réduisant l'organisation collusive des acteurs au profit d'une « atomisation » de l'offre. Ainsi par exemple la limitation du nombre de chevillards à Ouagadougou, organisée par la profession elle-même, est critiquée d'un point de vue marchand par les politiques libérales en ce qu'elle empêche la liberté d'entrer sur le marché. Elle est par contre valorisée par la profession qui entend aussi n'enregistrer que « les bouchers de carrière » et non ceux qui abattent de façon très espacée qui n'ont pas « encore fait leurs preuves ».

L'organisation collective de ces marchés (du bétail, de la viande) peut aussi être vue comme une opportunité pour instituer une qualité, en ce qu'elle institue aussi une compétence particulière, par exemple via l'organisation par la profession des règles de savoir faire et savoir être, par un apprentissage codifié, etc.

Certains travaux d'économistes ont par ailleurs montré l'efficacité de certains circuits traditionnels (J. Staats).

Au Burkina Faso, l'activité de boucher est un métier qui s'acquiert par l'apprentissage auprès des anciens, avec un savoir expérientiel. La profession émet un énoncé sur son activité, les barrières à l'entrée sont aussi garantes de cette transmission des savoir faire et savoir être.

« *Même au niveau traditionnel (à l'époque), le chef des bouchers Peulh autorisait, désignait les bouchers qui doivent abattre. Les bouchers sont reconnus par le chef des bouchers. S'il y en a un qui déconne, il est mis à pied une semaine* ». Le droit d'exercer ici est accordé par les anciens.

A Ouagadougou les bouchers sont, auprès des ménages, perçus comme des professionnels. La qualité de la viande du boucher n'est pas le résultat de la recherche de son intérêt économique de court terme, c'est avant tout une conséquence du fait qu'il est « boucher », qu'il exerce une fonction sociale conventionnellement reconnue. La notion de désintéressement¹⁵ (au sens où

¹⁴ Par ailleurs, en achetant à la source, en évinçant les intermédiaires ou 'Téfanké', la chaîne doit acheter l'ensemble du troupeau alors que la qualité y est très variable d'une bête à l'autre. Les intermédiaires assurent une fonction de « tri » en achetant le troupeau aux éleveurs et en revendant aux chevillards ou autres acheteurs bête par bête, celles-ci s'écoulant sur différents circuits selon leur qualité. Ils assurent aussi d'autres fonctions telle que le crédit, etc. dont nous ne parlons pas ici.

¹⁵ Karpik L. « L'économie de la qualité ». Revue Française de Sociologie, 30, pp. 187-210.

le profit n'est pas le mobile déterminant de l'acte professionnel) est importante ici pour contrer le problème classique de l'opportunisme soulevé par Akerlof.

Soucieux de prendre en compte les nouvelles exigences, notamment en ville (améliorer la gestion des stocks, le nettoyage des peaux, nouvelles découpes), la profession s'engageait en 1997 vers la proposition de créer des écoles de bouchers, en alternance avec l'apprentissage par expérience auprès des « anciens » (bouchers installés), permettant d'associer l'expérience transmise par les générations à des compétences techniques de gestion, etc.

Reformulation de la problématique

Au terme de cette mission de terrain, et au vu des remarques formulées par les différentes personnes ayant assisté à la restitution du 25 mars, il est proposé de reformuler la problématique de thèse comme suit :

- Aborder l'évolution de la distribution des viandes à Dakar comme le produit d'une transformation sociale et politique.
- Pourquoi ces nouveaux modes de distribution (type Belle viande) émergent ? Comment émergent-ils ? A travers quels processus ? Comment émerge cette nouvelle forme d'entrepreneurs ?
- En quoi proposent-ils une nouvelle convention de qualité (qui se démarque de celle proposée dans le système « traditionnel ») .
- En quoi ces nouvelles formes entrent-elles en tension avec les autres formes locales de distribution ? En quoi modifient-elles ou pas les autres conventions ?

Programme de travail

Le programme de travail proposé pour l'année 2009 est le suivant :

1. Enquêtes complémentaires « cadrage du contexte » (mars avril 2009)

- Identifier les acteurs de la filière (distribution, association professionnelle, marchés bétail à Dakar et acteurs y intervenant, etc.). Les rencontrer.
- Recensement et localisation des marchés et autres points de vente de la viande (notamment tout le réseau des boucheries modernes, identifier les acteurs) + lieux d'abattages « clandestins »
- Si enquêtes dans certains quartiers : identifier les points de vente à proximité des ménages (y compris les petits étals de quartier qui s'installent à côté d'une boutique qui a un frigo, etc.) pour faire parler les ménages sur ces lieux, ceux où ils vont/ne vont pas, et pourquoi.
- Compiler des informations sur les importations, les flux de bétail, etc.
- Identifier ce qui existe dans les statistiques de relevés de prix des viandes et de dépenses des ménages, synthétiser les données (et prévoir les enquêtes de relevé de prix qu'il faudra mettre en place si les statistiques ne détaillent pas avec la même typologie : mise en place d'un dispositif de recueil des prix selon la segmentation du marché de Dakar, lieu par lieu, selon l'évolution saisonnière).
- Entretiens de groupes ou individuels chez des consommateurs : « causeries » ouvertes sur la qualité.

- Identification des politiques économiques, tarifaires, les programmes d'appui à l'élevage et en particulier les programmes d'appui à la qualité sanitaire : leur histoire, leurs fondements, leur mise en œuvre.
 - Biblio sur la filière viande au Sénégal : rapports d'étudiants, des universités, aller dans les bibliothèques, demander à la DIREL les rapports, etc.
2. **Rédaction d'un premier document** : Présentation très détaillée du contexte et des questions qui en découlent et qui forment la problématique (mai 2009).
 3. **Lectures théoriques** (économie de la qualité, sociologie économique, sociologie pragmatique, économie politique) (juin – août 2009)
 4. **Séjour bibliographique** à Montpellier : (septembre-octobre 2009)
 5. **Lancement des études terrain** approfondies (nov-déc 2009)

Note sur le document de présentation du sujet de thèse (mail 2008) :

Les éléments de présentation du contexte doivent être argumentés. Par exemple, si je reprends les points suivants mentionnés dans ton premier draft de présentation du sujet de thèse :

a. « le secteur de la viande est crucial car il réduit les besoins d'importation, et il est une source d'investissement et d'épargne ».

Proposition : apporter un tableau de chiffres de données macro éco en imports/export et productions nationales en viandes (viande par viande) sur plusieurs années avec origine des importations par type de viande ; info plus précises sur en quoi ce secteur est il un apport pertinent en épargne : pour qui ? Comment ? Dans quelle mesure ? à quelles conditions, etc.

b. « La viande bovine occupe une place prépondérante dans l'alimentation des ménages : idem, pourquoi ? Dans quel sens ? etc.

Lire le plus possibles d'études et enquêtes déjà faites sur ce sujet et synthétiser ce qui est pertinent pour votre problématique pour l'inclure dans ce document.

c.. Plusieurs circuits, dont un circuit traditionnel et un circuit court

les présenter, les détailler, les expliciter, en citant des études de filière ? L'idéal est de les présenter mais aussi de problématiser : en quoi la segmentation en deux circuits est une donnée importante à nous communiquer, qu'est ce que ça change ? Ou est le problème/opportunité, etc. au regard de votre problématique ? En quoi les boucheries modernes changent la donne, le « paysage institutionnel », le marché, la régulation de la filière, etc. ? L'arrivée de ces nouvelles boucheries : cela crée t il des tensions ? Pourquoi elles émergent ? Comment ? Depuis quand ? Pour répondre à une demande de caractéristiques de qualité particulières ? Par qui ? Est ce que ce sont les mêmes bouchers ?

Qui achète quelle viande et où à Dakar : présenter l'état de l'offre, part du marché des viandes consommée dehors/au domicile. Les différents types de lieux de viande fraîche au détail. Existe-t-il déjà des typologies de lieux de vente (par ex : grand marché, marché centraux, marchés périphériques, carrefours, vendeurs ambulants, abattoir, boucheries modernes, rayons de superettes, etc.) qui montrent que ces lieux apportent des caractéristiques de qualité différentes ou répondent à des demandes différentes des ménages ? ou satisfont plus ou moins les ménages, etc.

d. Viandes concurrencées par les viandes importées :

Existe-t-il des données : part de marché, + comparaison des prix (viandes locales/importées), + variations mensuelles. Et en terme de qualité : existe-t-il des études sur perception par les ménages des viande importées/locales ?

e. Démographie galopante/urbanisation accélérée/modernisation/ouverture des marchés:

idem, le documenter et le problématiser.