

**Viande des petits ruminants de qualité certifiée : révision empirique et réflexions sur son potentiel de consommation en Espagne**

Ouhibi R., Sayadi S.

in

Bernués A. (ed.), Boutonnet J.P. (ed.), Casasús I. (ed.), Chentouf M. (ed.), Gabiña D. (ed.), Joy M. (ed.), López-Francos A. (ed.), Morand-Fehr P. (ed.), Pacheco F. (ed.).  
Economic, social and environmental sustainability in sheep and goat production systems

Zaragoza : CIHEAM / FAO / CITA-DGA

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 100

2011

pages 329-334

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=801524>

To cite this article / Pour citer cet article

Ouhibi R., Sayadi S. **Viande des petits ruminants de qualité certifiée : révision empirique et réflexions sur son potentiel de consommation en Espagne.** In : Bernués A. (ed.), Boutonnet J.P. (ed.), Casasús I. (ed.), Chentouf M. (ed.), Gabiña D. (ed.), Joy M. (ed.), López-Francos A. (ed.), Morand-Fehr P. (ed.), Pacheco F. (ed.). *Economic, social and environmental sustainability in sheep and goat production systems*. Zaragoza : CIHEAM / FAO / CITA-DGA, 2011. p. 329-334 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 100)



<http://www.ciheam.org/>  
<http://om.ciheam.org/>

# Viande des petits ruminants de qualité certifiée : Révision empirique et réflexions sur son potentiel de consommation en Espagne

R. Ouhibi and S. Sayadi<sup>1</sup>

IFAPA Centre "Camino de Purchil", Département d'Economie et Sociologie Agraire  
Apdo 2027, 18080 Grenade (Espagne)

<sup>1</sup>e-mail: samir.sayadi@juntadeandalucia.es

---

**Résumé.** Malgré les efforts exercés par les réglementations (CE, 2003 a et b) et les industries pour renforcer le secteur des viandes des petits ruminants en Espagne, la consommation de viande ovine-caprine tend à la baisse. Dans ce travail, on réalise une révision des études empiriques les plus récentes relatives aux facteurs déterminants de la qualité de la viande des petits ruminants et aux différentes certifications existantes en Espagne, ainsi que celles qui s'intéressent au comportement des consommateurs et leur disposition à payer pour une viande de qualité certifiée. On a constaté que la certification de qualité peut être un instrument efficace pour favoriser la consommation de ce type de viande. De même, des stratégies de promotion et de marketing sont nécessaires pour permettre aux consommateurs de connaître la particularité de ces types de produits afin de les distinguer et évaluer leurs multiples caractéristiques. Des politiques et actions futures visant à encourager les producteurs à garantir la qualité et augmenter la valeur ajoutée de leurs productions doivent être aussi établies.

**Mots-clés.** Qualité certifiée – Produits carnés – Petits ruminants – Comportement des consommateurs – Espagne.

**Small ruminant meat quality certification: Empirical review and reflection on its potential consumption in Spain**

**Abstract.** In spite of the efforts exercised by the regulations (CE, 2003 a and b) and the industries to reinforce the small ruminant meat sector in Spain, the consumption of sheep and goat meat is declining. This article revises the most recent empirical works on the determining factors that affect the quality of small ruminant meat and various certifications existing in Spain as well as the studies on consumer behaviour and willingness to pay for certified quality meat. We deduced that quality certification can be an effective instrument to favour the consumption of this type of meat but promotion and marketing strategies are necessary to teach the consumers the peculiarity of this type of product and to distinguish and value their multiple characteristics. Also policies and future actions to encourage producers to guarantee quality and to increase the added value of their production must be established.

**Keywords.** Certified quality – Meat products – Small ruminants – Consumer behaviour – Spain.

---

## I – Introduction

Le secteur ovin a été le plus affecté par la crise dans les dernières années dans le secteur de bétail espagnol, il a continué à descendre d'une forme lente aussi bien au niveau de recensement qu'au niveau du nombre d'exploitations jusqu'à octobre 2009. Il avait diminué de 2 % par rapport aux mêmes dates de 2008. Également l'évolution de la production a subi dans les derniers temps un clair recul, avec une augmentation de l'importation et une chute des exportations. Ce manque d'offre fait que le prix de la viande ovine subit une légère augmentation, conduisant à une chute spectaculaire de la consommation en Espagne, représentant 3,4 kg en 2008. Ceci correspond seulement à 6,15 % des 52 kg de la viande totale consommée par habitant et par an. Quand au secteur caprin, le panorama n'est pas si pessimiste, montrant une augmentation des exploitations de production de viande, en répétant

le nombre de sacrifices de l'année antérieure. Aussi comme la viande ovine, la consommation de chevreau suit une tendance à la baisse (Fernández et Vinuesa, 2008; Ganadería y Veterinaria, 2010). De même, la viande ovine-caprine est un produit saisonnier, étant la production maximale au printemps et la demande maximale au période de Noël, impliquant une grande variabilité de prix le long de l'année qui limite actuellement sa demande (Alfaro Ponce, 2008). Ainsi, pour promouvoir la consommation de la viande ovine-caprine et comme réponse à la préoccupation croissante et intérêt des consommateurs envers les produits qu'ils consomment, la sécurité et la salubrité de ces produits, et face à un marché de plus en plus exigeant, se sont posées des stratégies de diversification et de valeur ajoutée pour l'industrie de viande comme la traçabilité par le biais de l'étiquetage obligatoire et le développement croissant des marques de qualité (Barrera et Sánchez, 2006).

Dans ce travail, suite à une révision de travaux empiriques les plus récents relatifs aux facteurs qui affectent la qualité de la viande de petits ruminants, on commente les certifications de qualité existantes dans le secteur en Espagne. Par la suite, on présente brièvement les travaux qui étudient le comportement des consommateurs et leurs attitudes envers la viande de qualité certifiée. Sur la base de la révision documentaire, quelques stratégies seront élaborées pour favoriser la consommation et pour renforcer les produits carnés de petits ruminants de qualité certifiée sur le marché, afin d'assurer la durabilité économique, environnementale et sociale des systèmes d'élevage.

## **II – Qualité de viande des petits ruminants : Les facteurs déterminants et les certifications existantes en Espagne**

Les facteurs qui influent sur la qualité de la viande des petits ruminants sont nombreux et complexes, les uns sont dépendant de l'animal : race, espèce, sexe, poids et génétique (Sañudo, 2008, Martínez-Cerezo *et al.*, 2005; Cano Expósito *et al.*, 2003, Warner *et al.* 2010, Juárez *et al.*, 2009, Germano Costa *et al.*, 2008) et d'autres liés au régime alimentaire, au système d'exploitation et de gestion ainsi qu'aux différents processus au sein de la chaîne agroalimentaire (abattage, transport, etc.) (Becker, 2000; Alfonso *et al.*, 2001; Martínez-Cerezo *et al.*, 2007; Germano Costa *et al.*, 2008, Miranda de la Lama *et al.*, 2009). La qualité de la viande n'inclut pas seulement des attributs organoleptiques et sensoriels (couleur, dureté, odeur, etc.) si non aussi d'autres caractéristiques liées à l'environnement, au bien-être animal et à l'origine territoriale (Becker, 2000). Ceci peut être défini comme la "Qualité Totale" (QT) de la viande que ne peut pas être garantie que par la participation de tous les agents impliqués dans le secteur des petits ruminants : éleveurs, abattoirs, distributeurs, boucheries, etc.

En Espagne, afin d'atteindre cette "QT" ils ont mis en place des différents systèmes de certification telles que : l'Indication Géographique Protégée (IGP), la Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) et les Produits d'Agriculture Écologique (AE). De plus, il faudrait tenir en considération un grand nombre d'autres marques certifiées dans le secteur qui conforment un panorama déconcertant pour le consommateur (Rodríguez, 2009), telles que les marques de garantie et les marques collectives (Gracia, 2005).

En ce qui concerne l'Indication Géographique Protégée (IGP), presque un de chaque cinq kilos de viande fraîche consommée en Espagne procède des IGP. Actuellement il y a 17 IGP des viandes fraîches, la majorité de bovin, dont 6 se trouve dans le secteur ovin et qui sont : Agneau d'Extremadura, Agneau de Navarre, Agneau Manchego, Ternasco de Aragón, Lechazo de Castilla et León et Agneau de las Sierras de Segura et La Sagra (MAPA, 2010).

Pour ce qui concerne les produits écologiques, il y a 146,613 têtes ovine (lait : 4,216 têtes, le reste viande) dont plus de 70% de l'effectif est en Andalousie et Estrémadure, et 17,962 têtes caprine (6,674 têtes laitière) (Fuentes et López de Coca, 2008).

A l'échelle nationale, en vertu de la loi 17/2001, il est possible de créer une marque de garantie qui est un signe utilisé par une pluralité d'entreprises sous le contrôle et l'utilisation de son propriétaire qui certifie que les produits ou services répondent aux exigences communes, en particulier en ce qui concerne la qualité, composants, l'origine géographique, les conditions techniques ou le mode de production. Le résultat final est un certificat officiel. La marque est accompagnée d'une garantie de la Politique d'utilisation qui décrit les exigences d'adhésion à cette marque. Il y a peu de produit ayant ce signe de qualité. Dans le secteur ovin, par exemple il y a des marques de garantie comme, "Cordero selecto certificado" et "Lechazo Montañas de Teleno" (MARM, 2010). Dans le secteur caprin, la marque de garantie "Chivo Lechal Malagueño" est le premier signe distinctif dans la viande caprine en Andalousie et même en Espagne, et constitue la première procédure pour l'obtention d'une possible dénomination d'origine (Asociación Española de Criadores de la Cabra Malagueña, 2008).

Il faut noter que la dénomination STG et la marque collective sont peu utilisées en viande en Espagne.

### **III – Le comportement des consommateurs vis à vis la viande de qualité certifiée**

La viande de petits ruminants est évaluée comme un produit fermier. Elle n'a pas eu de grands problèmes sanitaires (sauf des cas ponctuels de Scrapie). Cependant, la plupart des consommateurs pense qu'elle prend plus de temps pour la préparer que d'autres viandes, qu'elle s'agit d'une viande grasse et qu'elle dégage beaucoup d'odeurs au cours de sa préparation. Par conséquent, elle s'est convertie progressivement en viande de consommation éventuelle, en dates très marquées dans le foyer (le jour du père, quelques anniversaires, Noël, etc.) ou en restauration (mariage, communions, etc.) (Alfaro Ponce, 2008).

Dans le secteur des viandes, l'origine géographique, le système d'exploitation, le bien être animal, la race, le régime alimentaire, le contenu en matière grasse, les propriétés nutritionnelles sont, entre autres, des aspects considérés par le consommateur comme critères de qualité de produit. Ces attributs sont de plus en plus évalués, en favorisant l'achat des produits de qualité certifié (Harper et Henson, 2001; Sánchez *et al.*, 2001; Napolitano *et al.*, 2007; Astiz, 2008; Fernández et Vinuesa, 2008; Napolitano *et al.*, 2010). Les consommateurs tendent à avoir confiance de plus en plus aux signaux extrinsèques et les certifications, en incluant les caractéristiques du processus (Napolitano, 2010) et cherchent plus d'information à propos les méthodes de production afin de prendre des décisions adéquates (Harper et Henson, 2001). Une fois acquis cette information, les consommateurs expriment clairement ses préférences pour les produits obtenus d'une manière respectueuse à l'environnement et au bien-être animal (Napolitano, 2007).

De nombreux travaux ont été réalisés en Espagne et dans d'autres pays européens dans le but d'analyser le comportement du consommateur et sa décision d'achat envers les produits carnés de qualité certifiée (IGP, la marque de garantie, écologiques, etc.). En général, ces études montrent une méconnaissance des différentes certifications de qualité. On observe, aussi que les dénominations sont plus connues au niveau régional et local (Gracia, 2005; Sanjuán, 2006). Selon une étude de marché réalisée par l'Institut Innovacarne, en 2006, 83,5 % des consommateurs ne connaissent pas ce que signifie une IGP de viande, et de 16,50 % qui croient le connaître, presque la moitié, connaît approximativement sa signification et seulement 9 % savent réellement ce qui est une IGP. De même, 74 % des bouchers ne connaissent pas la signification d'une IGP de viande, et de 26 % qui affirment sa connaissance, 38 % ne savent pas l'expliquer et n'associent pas l'IGP à l'origine géographique du produit. De ceux qui savent ce qui est une IGP, 46 % n'arrivent pas à indiquer aucun nom d'un produit IGP d'une forme concrète. On peut donc affirmer la méconnaissance presque générale de la part des consommateurs de ce que signifie une IGP (Alfaro Ponce, 2008) et la difficulté de distinguer

clairement entre ces certifications (IGP, viandes écologiques, etc.) (Fuentes et López de Coca, 2008; Mesías *et al.*, 2008).

Une fois connues ces certifications, les consommateurs montrent, en général, une attitude positive et associent la viande à de meilleurs contrôles de qualité, une alimentation plus contrôlée et une origine géographique bien déterminée. Ils sont aussi conscients des plus grandes garanties qui apportent ces types de produits en comparaison avec les viandes conventionnelles. Cependant, parmi les aspects avec lesquels le consommateur identifie cette viande est le fait d'être un produit de mode, un symbole de prestige et d'un prix élevé (Sánchez *et al.*, 2001; Gracia, 2005; Olaizola, 2005; Sánchez, 2006; Sanjuán, 2006; Mesías *et al.*, 2008).

Entre les travaux qui analysent la décision d'achat des produits avec certification de qualité et la disposition à payer des consommateurs, on peut citer les suivants : Sánchez *et al.* (2001) et Barrera et Sánchez (2006) indiquent que l'origine territoriale et la présence du signe distinctif de qualité régionale sont les facteurs les plus déterminants de la disposition à payer plus pour la certification de qualité en produits carnés. D'autres études : Sánchez *et al.* (2001) et Bernúes *et al.* (2003) par exemple, affirment que la décision d'achat du consommateur est déterminée par le prix et la dénomination d'origine. On observe aussi que la raison principale pour ne pas payer plus pour la certification de qualité est le fait que le prix de la viande d'agneau est déjà très cher et que la qualité de la viande certifiée ne diffère pas de la conventionnelle (Sánchez *et al.*, 2001; Gracia, 2005).

En étudiant le comportement des consommateurs selon leurs caractéristiques socio-économiques, quelques études indiquent que les femmes apprécient plus ce type de viande que les hommes et que les consommateurs ayant un niveau d'études élevé sont plus intéressés par cette certification (Mesías *et al.*, 2008). Beaucoup d'études montrent que la qualité de viande s'associe avec l'habitude ou la coutume de consommer une viande déterminée (Astiz, 2008). D'autres travaux affirment que les consommateurs qui s'occupent de l'alimentation et ceux qui essaient de suivre un régime alimentaire sain sont ceux qui ont plus de probabilité d'acquiescer une viande de qualité certifiée (Gracia, 2005; Napolitano *et al.*, 2010).

## **IV – Conclusion et réflexions futures sur la viande des petits ruminants de qualité certifiée**

L'emploi de la certification de la qualité peut être un instrument efficace pour favoriser et renforcer la consommation de viande des petits ruminants. Cependant, elles sont nécessaires, des stratégies de promotion et de marketing pour permettre aux consommateurs de connaître les différents types de certifications afin de les distinguer et évaluer leurs multiples caractéristiques. Aussi, des actions d'appui et de formation ainsi que de changement d'attitudes doivent être mise en place pour convaincre les éleveurs de l'opportunité que offre la certification de qualité et la possibilité d'augmenter la valeur ajoutée de leurs productions et la rentabilité de leurs exploitations.

Le potentiel futur des produits carnés des petits ruminants dépend énormément de la réalisation continue des études très détaillées des consommateurs pour identifier, comprendre et prioriser leurs préférences envers la qualité objective et subjective du produit et segmenter finalement sa demande. Les stratégies qui doivent se poser pour renforcer le secteur de la viande doivent se diriger non seulement vers les différents segments du consommateur mais aussi vers les éleveurs et le reste des agents impliqués dans la filière agroalimentaire des petits ruminants.

## **Références**

**Alfaro Ponce F.J., 2008.** La IGP cordero manchego : Realidad o mito. Dans : *XXXIII Jornadas Científicas y XII Internacionales de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia*, Almería (Espagne), 24-27 septembre 2008.

- Alfonso M., Sañudo C., Berge M., Fisher A.V., Stamataris C., Thorkelsson G. et Piasentier E., 2001.** Influential factors in lamb meat quality. Acceptability of specific designations, pp. 19-28. Disponible en ligne.
- Asociación Española de Criadores de la Cabra Malagueña, 2008.** Disponible en ligne: <http://www.cabrama.com>.
- Astiz S., 2008.** Marcas de calidad en los pequeños rumiantes. Mitos y realidades. Dans : *XXXIII Jornadas Científicas y XII Internacionales de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia*, Almería (Espagne), 24-27 septembre 2008.
- Barrera F.R. et Sánchez G.M., 2006.** Análisis de los factores que influyen la disposición a pagar un sobreprecio por la certificación de calidad en productos cárnicos. Dans : *Revista Española de Investigación de Marketing*, 2, v10, pp. 91-116.
- Becker T., 2000.** Consumer perception of fresh meat quality: A framework for analysis. Dans : *British Food Journal*, 102, pp. 158-176.
- Bernués A., Olaizola A. et Corcoran K., 2003.** Extrinsic attributes of red meat as indicators of quality in Europe : An application for market segmentation. Dans : *Food Quality and Preference*, 14, pp. 265-276.
- Bernués A., Olaizola A. et Corcoran K., 2003.** Labelling information demanded by European consumers and relationships with purchasing motives, quality and safety of meat. Dans : *Meat Science*, 3, v65, pp. 095-1106.
- Cano Expósito T., Peña Blanco F., Martos Peinado J., Domenech García V., Alcalde Aldea M.J., García Martínez A., Herrera García M., Rodero Serrano E. et Acero de la Cruz R., 2003.** Calidad de la canal y de la carne en corderos ligeros de raza segureña. Dans : *Archivos de Zootecnia*, 52, v105, pp. 315-326.
- Comisión Europea, 2003 a.** *Consumer interests in the Common Agricultural Policy efficiency and equity*. Directorate General Health and Consumer Protection. Bruxelles.
- Comisión Europea, 2003 b.** *Reforme de la PAC : Una perspectiva a largo plazo para una agricultura sostenible*. COM (2003). Bruxelles.
- Fernández A. et Vinuesa G., 2008.** El sector ovino y caprino: Situación y acciones en marcha en el marco del plan integral del sector. Dans : *La tierra cuadernos*, 11, pp. 10-20.
- Fuentes C. et López de Coca E., 2008.** El consumo de productos ecológicos. Distribución y alimentos, pp. 5-24.
- Ganadería y veterinaria, 2010.** El sector ovino y caprino sigue perdiendo peso en 2009. Document en ligne.
- Gerrero Costa R., Galán H., Camacho Vallejo M.E., Vallecillo A., Delgado Bermejo J.V. et Argüello Henríquez A., 2008.** Perfil sensorial de la carne de cabritos de la raza blanca serrana andaluza. Dans : *Archivos de Zootecnia*, 217, pp. 67-70.
- Gracia A., 2005.** *Comportamiento del consumidor de carne de cordero con Indicación Geográfica Protegida en Aragón*. Unidad de Economía Agraria, Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria, Gobierno de Aragón. pp. 132.
- Harper G.C. et Henson S.J., 2001.** The level of consumer concern about animal welfare. The comparative report. UK: The University of Reading. Dans : *EU FAIR CT*, 98, pp. 367.
- Juárez M., Micheo J.M., García E., Peña F. et Polvillo O., 2009.** Efecto del peso de la canal sobre la calidad de la carne de "Chivo Lechal Malagueño". Dans : *ITEA*, 105, pp. 28-35.
- Martínez-Cerezo S., Sañudo C., Medel I. et Olleta J.L., 2005.** Breed, slaughter weight and ageing time effects on sensory characteristics of lamb. Dans : *Meat Science*, 69, pp. 571-578.
- Mesías F.J., Escribano M., Gaspar P. et Pulido F., 2008.** Actitudes de los consumidores extremeños hacia las carnes ecológicas, con IGP y convencionales. Dans : *Archivos de Zootecnia*, 218, pp. 139-146.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, 2010.** Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) de Productos Agroalimentarios. Document en ligne.
- Miranda-de la Lama G.C., Villarroel M., Olleta J.L., Alierta S., Sañudo C. et María G.A., 2009.** Effect of the pre-slaughter logistic chain on meat quality of lambs. Dans : *Meat Science*, 83, pp. 604-609.
- Napolitano F., Braghieri A., Caroprese M., Marino R., Girolami A. et Sevi A., 2007.** Effect of information about animal welfare, expressed in terms of rearing conditions, on lamb acceptability. Dans : *Meat Science*, 77, pp. 431-436.
- Napolitano F., Girolami A. et Braghieri A., 2010.** Consumer liking and willingness to pay high welfare animal based products. Dans : *Trends in Food Science & Technology*, XX, pp. 1-7.
- Olaizola T.M., Whebi Z. et Manrique E.P., 2005.** Quality perception and consumer attitudes to «specific quality beef» in Aragón, Spain, 3. pp. 418-428.

- Rodríguez M.C., 2009.** Comercialización de carnes de calidad: rentabilidad para las razas autóctonas de zonas desfavorecidas. Disponible en ligne. <http://www.ruralnaturaleza.com/texto-comercializacion-de-carnes-de-calidad>.
- Sánchez M., 2006.** Nuevos valores en marcas de origen de calidad, arquetipos y estereotipos para el consumidor. Dans : *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 210, pp. 39-56.
- Sánchez M., Sanjuán A. et Georges Akl., 2001.** El distintivo de calidad como indicador de seguridad alimenticia en carne de vacuno y cordero. Dans : *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 1, v1. pp. 77-94.
- Sanjuán A.I., 2006.** Los consumidores y los alimentos con denominación de origen y otros distintivos de calidad en Aragón, Cataluña, Navarra y la Rioja. Departamento de agricultura y alimentación, 84, pp. 127.
- Sañudo A.C., 2008.** Calidad de la canal y de la carne ovina y caprina y los gustos de los consumidores. Dans : *Revista Brasileira de Zootecnia*, v37, pp. 143-160.
- Warner R.P., Greenwood P.L., Pethick D.W. et Ferguson D.M., 2010.** Genetic and environmental effects on meat quality. Dans : *Meat Science*, 86, pp. 171-183.