

## La viande en vente directe : une filière alternative ?

Un regard sur l'organisation en circuit court de la viande qui s'est développée en France depuis la décennie 1990 est l'occasion d'une analyse des transformations contemporaines que connaît la filière viande française. On s'intéressera en particulier aux changements que révèle l'arrivée de nouveaux intermédiaires (les producteurs) pour la profession bouchère et le traitement de la viande. L'analyse est basée sur un terrain ethnographique réalisé dans deux régions françaises (la Bourgogne et le Maine-et-Loire) entre 2004 et 2007.

Parmi les entreprises actuelles de diversification des agriculteurs, la commercialisation de la viande en vente directe, c'est-à-dire sans intermédiaire entre les producteurs et les mangeurs, questionne les pratiques qui y sont relatives et le sens donné à cette expression. Le cas de la viande de bœuf est particulier par rapport à la commercialisation par les producteurs d'autres produits animaux (comme ceux de la basse cour), puisque son négoce était traditionnellement pris en charge par des marchands de bestiaux ou des maquignons. Et surtout, l'application de l'expression de « vente directe » à un produit comme la viande est caduque. Un regard sur l'organisation de la filière de production de la viande aujourd'hui en France nous montre qu'il s'agit d'un abus de langage. La viande n'est en effet pas vendue « sur pied » par les éleveurs ; dans leurs pratiques de vente habituelle, leur travail s'achève avec le départ de l'animal vivant vers l'abattoir. L'abattage et la découpe du bœuf nécessitent une intervention très complexe que ne maîtrisent ni les producteurs ni les consommateurs, mais uniquement les différents professionnels de la viande. Un produit comme le bœuf n'est pas transformable à la ferme, et ne l'a jamais été<sup>1</sup>, à la différence du cochon (abattu longtemps à la ferme pour la consommation personnelle) ou des volailles par exemple, que le producteur peut commercialiser après les avoir abattues chez lui en étant équipé.

En traitant de la vente directe de viande, c'est-à-dire de la question classique du rapport entre producteurs et consommateurs, il s'agit de poser la question de la légitimité des « intermédiaires » que sont les bouchers dans le travail de transformation de l'animal en viande. Cette légitimité leur a été largement déniée depuis les années 1960 : certes pas dans les représentations puisque le boucher reste toujours « ce spécialiste » des slogans de la profession. Il est cet artisan vers qui les consommateurs se tournent en cas de « crise de confiance ». Les faits nous disent autre chose. Car la majeure partie des achats en viande est réalisée maintenant dans la grande distribution alimentaire et sa fabrication en amont s'est justement déspecialisée en s'industrialisant<sup>2</sup>.

A une époque antérieure, dans les années 1960, la vertu du « lien direct » entre producteurs et consommateurs a été évoquée alors que s'exprimait avec plus de force la volonté de réorganiser la chaîne de transformation de l'animal en viande. C'est d'ailleurs pendant cette même

1. En cas « d'accident », les producteurs appelaient un boucher pour effectuer la découpe, avant la mise en place de législations obligeant ces abattages à être effectués dans un endroit spécifique des abattoirs, le « lazaret ».

2. D'après ce qu'estime l'économiste Pierre Sans à la fin des années 1990 pour la France, le circuit moderne représente 70 à 75 % du total des viandes vendues (1998 : 5).

période que se sont mis en place, dans l'Ouest de la France, les premiers ateliers de découpe et les premiers lieux de vente de viande en rayon de supermarchés. On peut donc se demander ce que change (ou ce que révèle comme changements), aujourd'hui, l'arrivée de ces nouveaux acteurs de la commercialisation de la viande que sont les producteurs, pour l'organisation de la filière.

J'ai réalisé un terrain ethnographique entre 2004 et 2007 principalement dans deux régions françaises, le Maine-et-Loire et la Bourgogne<sup>3</sup>. Ces terrains ont été réalisés dans le cadre de commandes<sup>4</sup>. Mon questionnement général portait sur la représentation de la qualité (de la viande, de leur travail) d'un ensemble d'acteurs de la filière viande, de producteurs et de mangeurs, sur les pratiques quotidiennes des professionnels ainsi que les transformations de ces pratiques. J'ai ainsi rencontré<sup>5</sup> des bouchers exerçant dans des lieux différents (boucherie, rayon boucherie et libre-service de supermarché, école de boucherie, ateliers de transformation, voire abattoirs). Ils exercent leur métier avec des statuts également très différents (salariés, artisans à leur compte, ouvriers). Dans cinq abattoirs, j'ai rencontré les personnes en charge de l'achat en vif (l'approvisionnement de l'abattoir en animaux chez les éleveurs) et du secteur « mort » (qui fournit les bouchers, rayons boucherie ou libre service)<sup>6</sup>. Enfin, parmi l'ensemble des producteurs de viande rencontrés, certains avaient une activité de vente de leur production en direct, surtout dans le Maine-et-Loire.

En m'intéressant au fonctionnement concret de la vente directe de viande, je montrerai en quoi la définition de « circuit court » appliquée à la viande est toute relative. Nous verrons comment de nouveaux intermédiaires trouvent d'ailleurs leur place face aux difficultés rencontrées par les producteurs. La façon dont les producteurs se positionnent par rapport aux bouchers et à la filière viande (que « gagnent-ils » avec la vente directe

de viande ?) permet de mieux comprendre le traitement contemporain de la viande et quel goût pour la viande elle révèle.

## La vente directe à l'épreuve de l'animal

Du point de vue des producteurs, la vente directe de viande s'est développée en France dans la décennie 1990 (en connaissant une accélération conséquente lors de la crise dite de la vache folle au tournant du siècle), suite au contexte économique difficile et bien spécifique : le fait de ne plus arriver à vivre de leur production (en viande et volaille comme en maraîchage), même pour ceux déjà présents dans des filières de qualité. Elle s'est ancrée précocement dans des réseaux de production marginaux, à l'instar de l'agriculture biologique ou d'autres productions au statut de niche (gibier, autruche, etc.) avant de se développer plus largement. Du côté des consommateurs, la vente directe de viande a répondu à la vogue des produits du « terroir » mais a été massivement popularisée suite aux crises sanitaires et de « confiance » provoquées par la crise de la vache folle. La vente directe a bénéficié de cette crise en révélant le fossé qui existait entre les mangeurs et leur alimentation. Dans ce contexte, la vente directe est à considérer dans le cadre de la mise en place de la traçabilité et de la volonté de suppression des intermédiaires, permettant au consommateur de se rendre à la source pour effectuer ses achats. Pour ces deux parties, la vente directe est une tentative de se réapproprier le rapport aux aliments qui, sinon, passe majoritairement par les industries agro-alimentaires et la grande distribution alimentaire<sup>7</sup> (les super et hypermarchés comportant ou non un rayon boucherie). Par ailleurs, si le succès de la vente directe montre le besoin du client de se rapprocher (au moins symboliquement) le plus possible de ce qu'il pense être le lieu d'origine du produit, elle montre aussi son ignorance du rôle du boucher, ce que pointe ce boucher-abatteur<sup>8</sup> exerçant en

3. Des données d'un terrain réalisé en Provence ont également été sollicitées pour l'analyse.

4. Pour le Maine-et-Loire, entre 2005 et 2006, sur l'organisation locale de la filière viande depuis l'après-guerre en lien avec la constitution du fonds muséographique d'un musée de l'élevage ; une trentaine de professionnels ont été rencontrés. Pour la Bourgogne, en lien avec une étude en vue de la codification des savoir-faire des professionnels de la viande, menée en 2005-2006 dans le cadre de l'ANR « Agriculture et développement durable 2005 » en collaboration avec l'ENESAD, l'INRA, le CNRS (Ressources des terroirs) et la chambre d'agriculture de Mâcon ; j'ai eu une cinquantaine d'interlocuteurs. Et enfin, pour ce qui est de la Provence, dans le cadre d'une recherche sur le patrimoine industriel de la ville d'Arles réalisée en 2003 pour le Museon Arlaten avec une vingtaine de personnes concernées.

5. J'ai suivi la méthode d'enquête ethnologique faite d'observations et d'entretiens dits « qualitatifs » : longs, répétés et réalisés sur le lieu de travail.

6. Les abattoirs se chargent de la transformation de l'animal en carcasse et fournissent à leur clientèle des carcasses, des demi-carcasses ou des quartiers ; les ateliers de découpe, qui leur sont souvent annexés, réalisent la transformation des carcasses en morceaux de viande désossés, mis sous vide et ainsi prêts pour la découpe de détail (réalisée par un boucher ou un simple employé) ou encore la mise sous barquette de la viande à destination « directe » des consommateurs. Les terminologies « d'abattoir » ou de « cheville » recoupe aujourd'hui ces deux fonctions.

7. Soit les industries de transformation des produits agricoles en biens alimentaires, statut dont relève la plupart des abattoirs aujourd'hui. Les abattoirs, au sens actuel, ne désignent plus uniquement les lieux où sont réalisés les abattages. Il serait plus juste de parler à leur égard de grands groupes d'abattage intégrant toutes les fonctions de transformation en viande et produits viande ensuite mis sur le marché.

8. Au sens actuel, cela signifie qu'il choisit ses animaux lui-même, les donne à abattre dans un abattoir, récupère la carcasse qu'il transforme lui-même en viande. Cette façon de pratiquer le métier, qui était autrefois la norme, est résiduelle en France. La plupart des bouchers sont approvisionnés en carcasse (demi carcasse, quartier) par l'abattoir en fonction des critères qu'ils indiquent (de prix et de conformité). Rares sont ceux qui se déplacent eux-mêmes à l'abattoir. Dans

un mouvement d'intégration du métier qui fait frémir la corporation, de plus en plus de bouchers, qu'ils exercent en boutique ou en rayon boucherie de supermarchés, se fournissent en morceaux sous-vide. L'amont les déchargent de la fonction de la découpe en gros (telle le désossage).

zone de production: «*Et une cliente qui me dit: <Vous savez, la viande vient directement de chez l'éleveur!> Je dis: <Oui et moi j'achète toutes mes vaches dans le XVI<sup>e</sup>! Vous croyez qu'elles viennent d'où mes vaches!>». En effet, peu de consommateurs savent qu'il existe encore des bouchers qui se fournissent directement en ferme, ou même en carcasse entière et que cela a des incidences sur le traitement de la viande et sa qualité.*

La définition de la vente directe comme un circuit court est toute relative quand il est question de viande bovine. Cette terminologie reflète surtout la possibilité qu'a le consommateur de se fournir sur les lieux de production en étant concrètement «servi» par un producteur<sup>9</sup>. Les échanges entre consommateurs et producteurs, pour être conviviaux, portent rarement sur des aspects de la production ou de la transformation. Ces points sont jugés trop complexes pour être facilement résumés dans le temps de la livraison de la viande. Plusieurs éleveurs rencontrés déplorent d'ailleurs que la viande et leur travail d'engraissement ne soit pas plus considérés. Les mangeurs peuvent ainsi rester de simples «consommateurs» même en achetant en direct. Sous cet aspect, la pratique de la vente directe révèle, plus qu'il ne le comble, le grand manque de connaissances des rapports de production de l'alimentation qui existe chez les personnes extérieures au monde de l'élevage – en ville comme en campagne. L'expression «faire confiance» est donc une façon élégante de dire l'absence totale de notions sur la façon dont la viande se fabrique.

L'ignorance des facteurs de production joue pourtant très concrètement sur la pratique de la vente directe et en révèle les difficultés. Ainsi, cet échange que rapporte ce producteur du Maine-et-Loire qui a converti une partie de son cheptel, orienté sur la vente d'animaux pour la reproduction, à l'engraissement d'animaux pour la vente directe: «*Il faut une clientèle qui y croit, qui sait attendre, qui essaie de comprendre ce qu'on fait. Quand on lui dit <ben non! elle [la viande] n'est pas finie> <C'est quoi? tu l'as bien la bête?>»*. Le travail d'engraissement, destiné à faire d'un animal une bête de viande de qualité (avec de gros «arrières», beaucoup de muscles, peu de gras), est largement méconnu. Est également ignorée cette contrainte majeure qu'ont les producteurs en vente directe de ne mettre à l'abattage qu'une bête entièrement commandée, vendue. Certains éleveurs s'en sont rendus compte à leurs dépens, comme ce dernier du Maine-et-Loire, converti en

bio: «*Une fois, avec les relais sur Paris, on avait prévu la vente fin juin. Or, quelques semaines avant, la responsable me dit: <Je suis embêtée car les gens partent en vacances et n'ont pas envie d'en prendre>. J'ai dit: <c'est sympa, mais les vaches sont abattues> [...] [A la suite de cet épisode], notre boulot, quand on a été faire la vente, ça été de ré-expliquer aux gens pourquoi il fallait commander à l'avance et pourquoi on vendait toute une bête et pourquoi il fallait que je sache tant de jours avant>». En voulant résoudre ces incompréhensions, la vente directe est une opportunité pour les uns et les autres de connaître et de tenir compte des contraintes réciproques.*

La filière viande s'est structurée depuis l'après-guerre autour des grandes surfaces et du mythe du bifteck pour tous (évoqué par Roland Barthes dans *Mythologies*) de manière à générer une «abondance» pour les consommateurs. Abondance que les procédures de traçabilité (qui renforcent le rôle des intermédiaires et l'industrialisation de la filière, Granjou, 2003) visent à organiser. C'est contre cette même abondance que les bouchers, ceux pratiquant le métier «à l'ancienne» en achetant en carcasse, se battent. Ce sont ces habitudes créées par l'abondance que les producteurs en vente directe découvrent aussi, à l'instar de ce qu'explique un éleveur du Charolais: «*et c'est là que je me suis dit <finalement, ils [les consommateurs] ne savent pas>. Ils ont l'habitude de dire <tiens on va manger un rôti>, hop au magasin, on emmène le rôti>». La vente directe, comme l'achat chez le boucher ne pratiquant pas de rachat<sup>10</sup>, est une «épreuve»: le consommateur se confronte au temps de fabrication du vivant et à sa mesure. Les mangeurs sont remis en face de son existence tangible: quatre pattes, un seul filet, tant de côtes, etc. Il leur faut accepter de différer leurs envies de consommation. C'est pour les consommateurs un facteur contraignant. En ce sens, la vente de viande en «vente directe» engage à un rapport à cet aliment en complet décalage avec celui entretenu habituellement et massivement dans nos sociétés urbanisées; par ailleurs, les modes d'approvisionnement et de commercialisation sont tout aussi contraignants, pour les consommateurs<sup>11</sup> comme pour les producteurs.*

### La vente directe de viande fait naître de nouveaux intermédiaires

La vente directe a émergé petit à petit et s'est structurée également progressivement à partir d'une réflexion des producteurs pour une meilleure valorisation de leur

9. Ce qui est l'objet de discussions sur certains points de vente collectifs tenus par des producteurs, en Provence ou dans le Maine-et-Loire.

10. C'est-à-dire écoulant sa bête entière, sans passer par les services d'un chevillard pour racheter les pièces de viande qui lui seraient demandées en plus (filet etc.), solution de «praticité» mise en place qui permet de se libérer de la «contrainte matière». C'est sur le boucher-abatteur que pesait cette contrainte majeure de «faire avec» le corps animal et de savoir traiter, dans un temps restreint, la totalité de cette masse de viande que représente la carcasse.

11. Ces contraintes peuvent expliquer que cette forme d'achat suit également des motivations politiques ou idéologiques. Ces facteurs font passer au second plan les modifications dans l'organisation culinaire. Les pratiques dans les cuisines sont en effet également affectées par les contraintes d'approvisionnement en gros de la viande.

travail (Delavigne et Roy, 2005). Elle a été l'objet de beaucoup de « bricolages », justifiés par une démarche de prudence et par son aspect innovant, qui a d'ailleurs pris de cours la plupart des organisations professionnelles<sup>12</sup>. Il a fallu pour ces producteurs se constituer une clientèle : ils ont exploité les réseaux de connaissance (la famille, voisinage) puis élargi petit à petit, en fonction des opportunités tout en essayant de limiter leurs investissements. La plupart ne consacrent qu'une partie de leur production à la vente directe qui reste un débouché parmi d'autres<sup>13</sup>. Mais, comme source propre de revenu, c'est une occasion de regagner en indépendance et en autonomie par rapport aux débouchés habituels. Dans l'ouest de la France, l'importance des coopératives agricoles génère un système de production intégrée relativement impersonnel, dans lequel certains producteurs ne se retrouvent pas, notamment par rapport à l'impossibilité de fixer ou de négocier les prix de leurs productions. C'est tardivement, avec l'ampleur du mouvement, que la vente directe a bénéficié de soutiens techniques et d'aides financières de la part des organisations professionnelles telles les chambres d'agriculture. Ce mouvement a également généré des sociétés de prestations de services ciblées très organisées. Pour se mettre à la vente directe, la plupart des producteurs sont allés discuter avec un confrère qui a « sauté le pas »<sup>14</sup>. Quelques-uns ont bénéficié des conseils des institutions (pour l'organisation concrète de la vente directe par rapport aux caractéristiques de l'exploitation). D'autres encore, ceux qui se sont mis à la vente directe plus récemment, se fient aux conseils des transformateurs – qui eux ont intérêt à accrocher et agrandir leur clientèle d'éleveurs pour perdurer : « [Le facteur déclenchant], ça été l'installation d'un transformateur qui s'est mis à proposer la possibilité assez facilement de transformer la viande » me rapporte un producteur du Maine-et-Loire. Ces derniers sont devenus des acteurs incontournables de la filière « vente directe » ; on rencontre leur stand sur

toutes les foires agricoles, on croise leurs camions sur les routes de campagne.

Ces transformateurs sont d'anciens bouchers travaillant en abattoirs qui ouvrent leur affaire<sup>15</sup> ou de petits industriels qui élargissent leurs compétences. Mais rares sont les bouchers installés à leur compte qui acceptent cette source de revenus complémentaires qu'offre la transformation de bêtes pour la vente directe – malgré d'ailleurs les sollicitations des producteurs. Certains éleveurs installés précocement ont, par exemple, au moins au départ, fait travailler le professionnel qui venait découper pour eux lors de l'abattage dit « familial ». Les transformateurs sont des acteurs essentiels parce que ce sont eux qui détiennent la connaissance de la viande. Ils sont également susceptibles de faire part des expériences de toute leur clientèle d'éleveurs au producteur qui en aurait besoin : « On a bénéficié des conseils de l'atelier de conditionnement qu'on avait contacté ». Cet intermédiaire est nécessaire aux éleveurs de même que la présence d'un abattoir à proximité. Ainsi une fermeture d'abattoir – dans un mouvement général de concentration – est une menace, pour les bouchers comme pour la vente directe. C'est l'atelier de découpe qui prend en charge, propose et organise la transformation de l'animal en viande. Il s'occupe en effet de l'enlèvement des animaux vivants mais aussi de la livraison des caissettes et surtout, il fait le lien avec l'abattoir, lieu que les éleveurs sont peu habitués à fréquenter. C'est le transformateur qui est garant de la qualité de la viande proposée ; il gère les délais de maturation, propose et explique la composition des caissettes à des producteurs qui n'y connaissent, au moins avant de commencer, presque rien.

Les éleveurs se trouvent confrontés aux goûts et aux habitudes alimentaires de leur clientèle, qu'ils choisissent plus ou moins de satisfaire : par exemple il faut adapter l'importance de la caissette à la consommation plus faible des ménages en fonction de leur âge<sup>16</sup>, de leur composition ou de leur implantation<sup>17</sup>. La plupart des ateliers de transformation qui existent proposent au moins un choix entre des colis d'été comportant des saucisses ou merguez et des colis d'hiver où les bas morceaux ne sont pas transformés<sup>18</sup> ; ils donnent aussi la possibilité de prendre des colis « jeunes familles » comportant ces morceaux en viande hachée. Avec la vente directe, les producteurs se trouvent obligés de régler eux-mêmes ce dont les « intermédiaires » (abattoirs, marchands de bêtes,

12. Un de mes interlocuteurs, fils d'un agriculteur ayant commencé la vente directe dès les années 1960, m'a rappelé la grande réticence du syndicat majoritaire, la FNSEA, à ces pratiques « de va nu pieds ».

13. L'installation en vente directe, avec la volonté de s'adapter au mieux aux consommateurs, a pourtant des incidences plus importantes sur l'organisation de l'exploitation, dans le sens d'une recherche de diversification de leur production. De petits aménagements en petits aménagements, les producteurs en arrivent parfois en dix ans à un changement radical des façons d'exercer et de penser leur métier.

14. Même pour ceux étant dans des démarches collectives (type syndicale ou associative ou professionnelle), la démarche reste individuelle, sauf à s'associer entre producteurs commercialisant différentes espèces dans un magasin.

15. Une situation que décrit Duvernoy (2002).

16. L'alimentation change selon les âges de la vie. Les consommateurs retraités disent tous avoir moins besoin de manger de la viande ou mangent des portions plus petites. A ce facteur d'ordre bio-culturel, s'ajoute un facteur d'ordre sociologique lié à la taille des ménages, quand les enfants partis de la maison, la famille se réduit à deux membres.

17. Ce facteur joue notamment dans la région rurale du Maine-et-Loire où j'ai enquêté. En ville, le régime alimentaire est plus diversifié, moins centré sur la viande et la taille des ménages concernés par ce mode d'approvisionnement plus réduite (des jeunes couples avec des enfants en bas âge).

18. Cette époque de l'année est plus propice aux plats mijotés. On voit au passage l'importance de la saisonnalité sur la consommation de viande, le régime alimentaire et les pratiques alimentaires en général.

groupement coopératif) les déchargent habituellement. Il faut faire correspondre les contraintes biologiques et le fichier « clients ». Celui-ci doit être relativement important : « Aujourd'hui on a un fichier de 350 à 400 clients avec des clients qui en prennent à chaque fois, quatre fois par an et d'autres une fois par an » confie un producteur du Maine-et-Loire. Elargir devient ensuite une obligation sur un marché local « saturé » : « On est 20 ou 25 sur la communauté de communes à faire de la vente directe, on ne développera pas chez nous, on fait moins de 40% de la viande chez nous » dit ce même producteur. Il faut aussi renouveler la clientèle dont la consommation se modifie : « Pour faire le même poids de viande, il nous faut moitié plus de clients qu'il y a dix ans » calcule ce producteur convertit au bio. Plus les colis sont petits, plus le nombre de clients à trouver pour partager l'animal sera important. Et donc plus ardue sera la tâche pour le producteur : « Les colis font en général à 7-8 kilos en veau et de 12 à 15 kilos en vache. On fait des demi-colis en bœuf de 8 kilos mais plus pour les clientèles ville ».

La commercialisation « en direct » contribue aussi à l'arrivée d'un intermédiaire supplémentaire dans la filière. En aval, de nouvelles sociétés intermédiaires assument des services supplémentaires pour les producteurs en prenant à leur charge la vente de la viande. Sur les bords des routes fréquentées de l'ouest de la France, de grands panneaux indiquent le numéro « 08 » où le consommateur peut les joindre. Adoptant des techniques de marketing très offensives, ils démarchent par téléphone et prennent les commandes<sup>19</sup> auprès de particuliers. Cette pratique heurte les bouchers, d'autant plus qu'ils se sont eux-mêmes, pour reprendre l'autocritique de l'un d'entre eux, « endormis dans leur boutique ». « Je travaille dans la viande et il m'appelle pour me vendre des kilos de viande ! Ils démarchent au téléphone. Ils prennent l'annuaire et toute la rue y passe. Ce n'est pas normal », dit cet ancien boucher dont la tâche est aujourd'hui de choisir les carcasses à l'abattoir pour les artisans-bouchers. De telles sociétés offrent leurs services pour répondre à la difficulté qu'ont les producteurs de « vendre toute la bête ». Cette contrainte, qui existe de longue date pour les bouchers qui en font leur savoir-faire (Delavigne, 2009), les producteurs la découvrent à leur tour, à l'instar de ce producteur de Bourgogne : « Parce que la vente directe, c'est toute une gestion. Il faut avoir la bête finie et au même moment qu'elle soit vendue. Il faut entretenir une clientèle ; l'hiver on a un creux... ce n'est pas régulièrement une bête par mois. Tout d'un coup, à quinze jours d'intervalle, on va en faire trois et après on va être deux-trois mois sans en avoir... c'est variable ».

### Les producteurs et leur rôle au sein de la filière viande

Ce mode de fonctionnement, visant à capter une clientèle, peut avoir des incidences sur la qualité du produit et l'organisation de la production. Elles ressortent des propos de cet éleveur-sélectionneur engraisseur une

partie de son cheptel : « Quand la bête est complètement vendue, si elle est finie, même qu'elle n'est pas hyper-hyper finie, on dit <on y va> parce que si on vend la viande, ils vont la manger et ça veut dire qu'ils seront prêts à en manger la fois suivante, donc on joue avec ça aussi. Ça nous arrive de temps en temps d'envoyer une bête et de dire : tant pis, celle là, elle n'est pas bien finie, on va perdre un peu sur le rendement mais on va gagner un peu sur la quantité vendue parce que ce qu'on va vendre là, c'est des clients qui viennent ». Pour maintenir l'activité de vente directe, les producteurs doivent donc s'assurer – à tout prix – que les clients reviennent. Il faut donc éviter que des morceaux restent dans les congélateurs.

La proposition d'intégrer dans les caissettes des plats cuisinés suscite des réticences chez certains producteurs : « [Les ateliers de transformation] ils proposent aux éleveurs qui travaillent avec eux de transformer une partie de leur viande de second choix, en particulier tout ce qui est viande à pot au feu, de le transformer en merguez, saucisses de bœuf, viande hachée, du bœuf à la sauce bolognaise ! Ils font un beau papier : vos clients ont des problèmes avec la viande de second choix... ça les empêche de rester ». Nous on est complètement contre... On a aucun client qui nous dit qu'il a du pot au feu qui reste ». Certains producteurs font réaliser eux-mêmes la transformation en s'adressant à des entreprises agroalimentaires spécialisées ; ils disposent alors d'un stock de conserves qu'ils vendent à la demande à la ferme ou en dépôt. Il s'agit d'éleveurs situés en zones touristiques<sup>20</sup> ou commercialisant de la viande à caractère festif (donc à consommation saisonnière) : conserves de daim pour tel éleveur, ou de canard, sous-produit du foie gras, pour tel autre. Cela oblige à réintroduire des ingrédients extérieurs à l'exploitation, issus de l'agro-industrie : « Chaque fois qu'ils lancent une innovation, c'est de faire des plats cuisinés, des semi cuisinés et des préparations. Ils réintroduisent du gras pour faire les saucisses de bœuf, il faut du gras de cochon. Pour la bolognaise, c'est de la sauce tomate ; les merguez sont avec un colorant par dessus le marché... Ce n'est plus ce qu'on appelle la viande directe où il doit s'agir de la viande nature par définition » critique un éleveur du Maine-et-Loire. Cet éleveur insiste dans ses propos sur les difficultés de transposition d'un modèle de consommation dans un système valorisant des produits « naturels », c'est-à-dire qui, comme les définit G. Delbos, « ne portent pas imprimé dans leur chair le stigmate de l'intervention humaine » (1988 : 20).

19. Une grosse société s'est ainsi montée dans l'Ouest. Basée à Nantes, elle est visible dans les zones de production de la région des Pays de Loire dont elle s'occupe et qu'elle équipe. Malgré nos demandes répétées, nous n'avons pu obtenir de rendez-vous.

20. C'est le cas dans une région comme la Bourgogne où des éleveurs de charolais sont sur les circuits de visite des autocaristes ou en Provence où des conserves de taureaux peuvent être vendues sur la manade mais aussi dans le Maine-et-Loire pour des exploitations de foie gras situées près du Saumurois qui organisent des visites-dégustation.

Les producteurs disent ne pas vouloir s'embêter à faire du cas par cas ; ils se justifient en se distinguant du boucher, spécialiste de la vente au détail : « *Le fait de ne faire des colis qu'avec certains morceaux, moi je ne veux pas rentrer là-dedans ; c'est très compliqué à gérer et de façon éthique, ce n'est pas notre boulot ; moi je ne suis pas boucher, je suis éleveur et je vends toute la viande que je produis donc je propose des caisses avec toutes sortes de morceaux* » revendique ce producteur du Maine-et-Loire. Avec le prix unique au kilo de viande vendu dans une « caissette » qui contient à la fois des bas-morceaux et des morceaux nobles, les producteurs obligent leur clientèle à tenir compte du fait qu'une vache à des « avants et des arrières », c'est-à-dire qu'ils remettent leurs consommateurs en face de la réalité du corps de l'animal en l'obligeant à acheter de tout. Ce faisant, ils refusent la représentation de l'animal comme machine à produire des morceaux à griller et à rôtir (les morceaux les plus demandés sur une bête) qu'ils imputent aux bouchers. Ces derniers souffrent de longue date de cette valeur différente de la viande selon les morceaux, qu'ils appellent le « déséquilibre matière »<sup>21</sup> : « *Eux, en gros, ils margent sur le bifteck et le rôti ; le reste, c'est du minerai, ils ne savent pas quoi en faire, il faut qu'ils le vendent c'est tout. Alors que nous, on valorise une carcasse. Parce que aussi les trois quarts des clients du boucher vont lui dire : < je veux deux biftecks > et il y en a quelques-uns qui viennent en hiver pour un pot au feu. C'est ce que je ne veux pas faire ! Et faire du plat cuisiné, à ce moment-là, on devient la Sodexo [entreprise de restauration collective] !!* » accuse ce producteur du Maine-et-Loire. Le producteur vise par cette image un grand nombre de bouchers qui ne se fournissent plus en carcasse entière mais en ces morceaux dits « nobles », achetés sous vide et faciles à écouler. Cette évolution du métier s'effectue au grand dam de la profession et des bouchers rassemblés sous l'enseigne « artisan boucher » qui tentent de maintenir ce qu'ils considèrent comme « le vrai métier » (le désossage, la maîtrise de la maturation). Dans une attitude que l'on retrouve aussi chez ce type d'artisans bouchers, aujourd'hui minoritaires, ces producteurs revendiquent le fait « d'éduquer » leur clientèle. En l'obligeant à manger toutes les catégories de morceaux que contient une génisse, ils lui font découvrir certains morceaux et certaines préparations (tous distribuent des recettes de cuisine) et au final, l'initient aux contraintes de leur métier et de la transformation de l'animal en viande. Ils conçoivent la vente directe comme une démarche impliquant pour le consommateur de s'adapter

21. Cette habitude alimentaire a des répercussions importantes. Elle a contribué à transformer complètement le métier (entre autres facteurs tels le changement des modes de vie) du fait de la difficulté des bouchers à vendre les morceaux avant de l'animal. De moins en moins de bouchers se fournissent en bête vivante et même en carcasse ou en pièces sur os, et de plus en plus ont recours au sous vide, viande pré-découpée en atelier de découpe sur le même principe que ceux desservant

les producteurs, ce qui leur permet de n'acheter que ce qu'ils sont sûr de vendre.

22. C'est à dire qu'ils produisaient uniquement pour la reproduction du cheptel.

aux réalités du producteur, c'est-à-dire de l'animal. J'ai retrouvé cette attitude également chez les bouchers-abatteurs. Ainsi de ce boucher du Maine-et-Loire qui veut faire comprendre à sa cliente qui vient lui acheter « un rôti de bœuf à Noël » qu'elle pourrait venir le reste de l'année aussi pour tous les autres morceaux qu'il tire de l'animal par son travail sur la carcasse : « *ma vache a quatre pattes* » dit-il pour qu'elle se représente les autres morceaux sur l'animal. Entre producteur et boucher, ce ne sont plus deux corps de métier qui s'opposent, mais plutôt deux conceptions de travail différentes.

Les producteurs ne considèrent pas qu'ils se substituent au boucher quand ils proposent de la vente directe de viande, sauf lorsqu'ils suivent une formation de boucher, ce que quelques producteurs (et des femmes de producteurs) ont fait. La vente directe n'implique d'ailleurs pas forcément, voire pas du tout, de contact avec la matière « viande ». Avec ou sans démarche en vente directe, peu des producteurs rencontrés sont amenés à se rendre à l'abattoir (qui est un lieu qui s'est spécialisé et fermé de plus en plus à la profession agricole comme aux bouchers, Delavigne, 2006). L'animal est en général enlevé par les moyens habituels et la viande leur revient sous vide ; elle ne fait que transiter quelques heures, voire quelques jours, par chez eux : « *On n'a pas de contact direct avec la viande à vif. On n'en a pratiquement jamais eu, sauf quand on reprenait de la viande pour nous* » dit cette productrice du Maine-et-Loire. Quand ils abattaient pour eux-mêmes, ces éleveurs faisaient alors travailler un boucher : « *Je venais toujours à la découpe, voir la bête. On trouvait ça intéressant. On l'avait vue sur pied, on la voyait en découpe, on voyait le gras, on voyait la viande, on voyait la couleur de la viande, on discutait avec le boucher : < Qu'est ce que vous en pensez ? >. Ça nous a fait avancer mais on n'était alors pas en finition* » déclarent ces producteurs autrefois uniquement sélectionneurs<sup>22</sup>. Comme cela est sensible dans les propos de plusieurs des producteurs, ils font tous grand cas des conseils et des savoir-faire des bouchers à qui ils témoignent d'ailleurs le respect qu'on éprouve devant un spécialiste. « *Nous on vend de la viande, on ne connaît pas la viande* », précise un autre. « *On n'a pas ce contact du boucher. Chacun son métier* ». S'il semble clair que les producteurs – au même titre que le monde rural en général – connaissent mal, voire pas du tout la viande, l'apparition d'une demande pour la vente directe est en partie, pour ceux qui le souhaitent, une opportunité de changer la donne (certains éleveurs se sont d'ailleurs donnés bien du mal pour acquérir une meilleure connaissance des morceaux de viande). Par ailleurs, une grande partie des bouchers ayant renoncé à choisir sur pied les animaux, voire même à travailler à partir de carcasses entières, indépendamment des raisons qui les y poussent (Delavigne, 2009), sont eux-mêmes devenus plus ignorants, et perdent – de fait – la connaissance des conditions de production des bêtes et des carcasses. On assiste donc à la mise en place d'une longue chaîne de maillons spécialisés, chacun œuvrant de son côté pour la production de la viande, maillons

de plus en plus déconnectés entre eux. Producteurs et bouchers sont dans l'exercice actuel de leurs pratiques (sauf pour les bouchers-abatteurs) rarement amenés à se croiser. Ils partagent de moins en moins de savoirs communs<sup>23</sup>. Cette cause structurelle contribue à ce que chacun soit engagé à porter un regard suspicieux sur les pratiques de l'autre.

### Les producteurs en vente directe remettent en cause leur mode de rémunération habituel

Pour plusieurs des producteurs rencontrés, la vente directe a des incidences sur les pratiques et la conception du métier : elle leur permet de découvrir les contraintes des bouchers. Dans un circuit classique, l'éleveur fournit un animal vivant et est payé en retour selon le poids de la carcasse et en sus, du classement de sa carcasse en fonction d'une grille évaluant le pourcentage de muscle (facteur recherché) et le pourcentage de gras (facteur déprécié)<sup>24</sup> : « *Moi avant j'étais comme ça, je n'attendais que le chèque. Ce qui m'intéressait, c'était le poids, la conformation, pour savoir le prix que je touchais. On n'était pas relié avec ce qui se passait après. On était fournisseur de matière première* » dit un des éleveurs du Maine-et-Loire converti au bio. La pratique de la vente directe leur ouvre des horizons nouveaux : « *La première frustration était financière. En fait, c'était jamais bien donc c'était une non-reconnaissance du travail qu'on faisait et qu'on essayait de faire au mieux même si on n'était pas conscient des choses. Aujourd'hui, on a tous les critères pour essayer de faire mieux alors qu'avant, le seul critère, c'était la sanction financière, ce n'est pas toujours pédagogique !* » poursuit-il. Le contact le plus fréquent des producteurs avec l'abattoir et leurs animaux abattus est lié à la volonté de leur faire constater les « dégâts » du gras sur les carcasses pour justifier une moindre rétribution. Les producteurs ayant pu avoir un retour sur leur carcasse, constater si « les bêtes tombent bien ou mal » (c'est-à-dire si elles ont bien profiter de leur engraissement en produisant du muscle sans faire du gras), ont d'autres données en main et sont alors susceptibles de faire évoluer les choses. Si la vente directe change peu les relations à l'abattoir, elle permet une autre connaissance de la carcasse : « *Il y en a qui se sont rendus compte que leurs bêtes étaient vendues très chères sur le marché, parce qu'ils avaient une bête qui présentait bien, mais elle était grasse, ou avait de l'os ou elle était gonflée, elle n'avait pas de rendement. Elle était belle, mais ça s'arrêtait là* » rapporte un chevillard qui sert des

23. Les rapports étaient conflictuels entre les ruraux et ces notables des bourgs ou centres urbains qu'étaient les bouchers, comme entre deux classes sociales du fait d'un rapport inégalitaire à l'argent. Les bouchers détenaient un capital important nécessaire à l'achat des bêtes. Dans une société rurale qui en était largement privée, les bouchers en gros servaient de banquiers ; brassant de grosses sommes, ils faisaient montre d'une ostentation jugée provocatrice. Par ailleurs, les bouchers pui-

bouchers. Les producteurs sont alors à même de comprendre les jugements (récriminations) des bouchers ou chevillards : « *En vente directe, on voit comment elle termine, comment elle tombe, la bête qu'on a élevée, et c'est vrai que le boucher disait : « oh nom de d'la ! Le gras ! » alors c'est vrai !* » s'exclame cet éleveur en Bourgogne. Si certains éleveurs défendent le point de vue du porte-monnaie en recherchant la carcasse maigre<sup>25</sup>, d'autres mettent en avant le point de vue du goût : « *Aujourd'hui je me suis rendu compte qu'il faut que la viande soit grasse pour être bonne. Si la vache est grasse, la viande sera tendre, c'est clair* » dit un éleveur du Maine-et-Loire.

La pratique de la vente directe redonne donc un sens au métier d'engraissement qui est celui de ces producteurs de viande : « *Plus que la plus-value, il y a une satisfaction ; ça a été intéressant avec la vente directe, de suivre son produit jusqu'au bout* » affirme un éleveur en Bourgogne. Beaucoup d'ailleurs adaptent ou affinent leurs pratiques d'engraissement : ils diminuent les rations d'ensilage<sup>26</sup> voire le supprime totalement de l'alimentation et surtout, ils revoient le rythme d'engraissement de leurs bêtes : « *Ça nous a fait évoluer parce que parfois, on disait : « elle est finie » et on se rendait compte en la gardant quinze jours de plus, que celle-là, elle n'avait pas l'air de prendre grand chose, mais qu'en fait, elle ne prenait que de la viande* » dit cet éleveur anciennement sélectionneur. « *On n'aurait jamais osé avant [les garder si longtemps]. On pourrait même dire qu'on les tue toujours avant terme, trop tôt, on ne leur donne pas le temps. Il faut du temps, du temps, du temps* » nous apprend cet éleveur du Maine-et-Loire.

La vente directe a un autre effet imprévu : elle engage une grande partie des producteurs, indépendamment de leurs sensibilités, à une remise en cause des façons habituelles de valoriser la carcasse : « *Moi j'ai tout appris. Avant je n'avais pas la conscience de ce qu'était une bonne carcasse, de ce que ça avait comme rendement, les différents*

saient leur clientèle avant tout chez les notables, tandis que les ruraux qui produisaient la viande (et devaient négocier ardemment le prix de vente de leur bête avec le boucher) y avaient rarement accès jusqu'à l'industrialisation des systèmes de production. Cependant, les abattoirs, aux côtés des marchés et des foires, fonctionnaient jusque dans les années 1960 environ comme des lieux de rencontre autour des animaux, cf. Delavigne (2006). Les nouvelles formes d'organisation de la production de viande qui se sont mises en place depuis ne contribuent pas au dialogue ni ne favorisent un partage des connaissances.

24. La rémunération des producteurs se fait par une évaluation de la carcasse selon la grille EUROPA. Il s'agit d'une grille de cotation des carcasses qui a été mise en place progressivement depuis les années 1960 en France. Elle est maintenant valable pour l'Europe. La meilleure qualité est le E par ordre décroissant et avec des appréciations supplémentaires marquées par + ou -.

25. Le dégoût du consommateur pour le gras fait que cette matière animale est aujourd'hui dépréciée et considérée comme un déchet.

26. Un aliment fermenté (à base d'herbe ou de maïs), très énergétique, qui s'est répandu après-guerre avec l'industrialisation de l'élevage et dont l'usage intensif aujourd'hui remis en cause.

gras, les os... La référence au classement pour moi, c'était < EUR ><sup>27</sup> j'essayais d'avoir le maximum de U et des E quand je pouvais voilà !! C'était la seule valorisation qu'on avait avec le poids. [...] La référence au classement EUROPA aujourd'hui, ce n'est plus une référence pour moi. C'est de la fumisterie». L'expérience de la vente directe de viande conduit une partie des producteurs à remettre en cause la classification traditionnelle des carcasses et le mode de rémunération habituellement pratiqué<sup>28</sup>. Ils sont conduits à questionner leurs liens avec les organismes agricoles. Ces producteurs découvrent une façon d'être rémunérés en lien direct avec la valorisation de la viande et non pas en fonction de diverses « spéculations ». Celles-là même qui régulaient les rapports entre les éleveurs et leurs acheteurs (bouchers ou abatteurs); elles opacifiaient les transactions et généraient de la méfiance entre ces deux parties. Une réforme du paiement de l'éleveur au poids de la carcasse à la sortie de l'abattoir a été instaurée à partir des années 1960 en même temps que « l'assainissement du marché de la viande ». Cette réforme a été impuissante à changer la donne malgré la volonté de transparence que ce projet alléguait (Bourdieu, Piet, Stanziani, 2004): « Ce qui est satisfaisant, c'est le côté du rendement. On est au réel. Ça passe par l'atelier de transformation et on sait ce qu'on va avoir. Les agriculteurs n'ont jamais vendu une bête au rendement. Ils ont toujours vendu de l'os. Comme c'est la carcasse, après, c'est le boucher qui dit < celle-là elle m'a gagné de l'argent mais l'autre elle m'en a mangé >. C'est l'une qui paie pour l'autre » explique cet éleveur bio du Maine-et-Loire.

Certains producteurs du Maine-et-Loire sont pleins d'espoirs vis-à-vis de ce nouveau mode de rémunération de leur travail: « Pour moi la seule solution, c'est le rendement final, au muscle réel. C'est le seul élément vraiment clair, juste et précis. Il réside aussi sur un réseau de confiance et de proximité. Il faut un boucher, une qualité de travail derrière. On arrivera à révolutionner le monde de la viande quand on aura mis ça en place pour tout le monde ». Ce système leur permet aussi de comprendre le travail du boucher. Ce travail s'en trouve même revalorisé puisqu'ils se rendent compte que le rendement sera plus ou moins élevé en fonction de la qualité de la découpe: « Avec la vente directe, on est payé sur le kilo de muscles vendus. Donc sur l'aptitude du boucher à faire son travail comme il faut ». La découpe est une question d'appréciation de la qualité de chaque muscle et des morceaux que l'on peut en tirer. Le boucher travaillera différemment en fonction de chaque animal,

27. Voir note 23.

28. C'était aussi le principe de la démarche « Eleveurs du Bocage choletais » dans les années 1990, décrit par Marie Percot (2003).

29. Les prémisses de l'organisation actuelle se lisent dès le début du siècle avec la fascination pour l'organisation anglo-saxonne et notamment américaine du marché de la viande, organisation basée sur l'exploitation des techniques de réfrigération.

de chaque carcasse. Les ateliers de découpe organisé à la chaîne avec une main d'œuvre non qualifiée ne sont pas capable de fournir le même service. Les producteurs relaient d'ailleurs à leur prestataire les mécontentements ou remarques de leurs clients: « Il y a des gens qui nous disent < les morceaux sont gros >. On a souvent ces réclamations-là; après on se bagarre avec le transformateur, ce n'est pas évident, pour essayer de servir au mieux » rapporte cet éleveur anciennement sélectionneur. Certains cherchent le bon professionnel quitte à payer plus cher ses services: « A un moment, on a arrêté de travailler avec une boîte parce qu'elle ne faisait plus son boulot comme il faut. On s'est rendu compte que nos rendements baissaient. On est reparti avec un petit tâcheron qui faisait quelques bêtes par semaine et là, on a retrouvé 2 % de plus sur les mêmes bêtes; donc le travail des transformateurs derrière est capital ». Comme ces propos d'un producteur du Charolais en témoignent, la vente directe ne remet pas fondamentalement en cause le travail du boucher. Au contraire, on voit qu'elle donne des arguments pour questionner l'hostilité ancienne, que l'on peut dire de « classes », entre ces deux corps de métier spécialistes de la transformation du corps animal en viande.

La vente directe peut être un mode de commercialisation bénéfique aux producteurs à qui elle ouvre d'autres perspectives sur leur travail d'engraissement des animaux grâce à une connaissance plus approfondie de la viande. Ils y gagnent une meilleure maîtrise de leurs pratiques professionnelles et, éventuellement, un lien gratifiant avec les consommateurs. Elle leur permet une expérimentation concrète qui est une opportunité de se réapproprier leur métier et d'en repenser les termes en toute indépendance. La vente directe est donc aussi une occasion de s'émanciper des rapports de subordination aux organismes agricoles traditionnels.

### La vente directe de la viande à l'épreuve du goût

La vente directe de viande existe dans un contexte législatif sanitaire difficile. C'est une tentative fragile qui dépend notamment de l'existence d'abattoirs sur un territoire proche. Il s'agit d'un mouvement trop marginal pour qu'il joue de façon conséquente sur l'organisation du reste de la consommation et sur le système de production de la viande. Cette pratique, cependant, bouscule les façons de faire établies des bouchers (et non leur savoir-faire). Elle se coule dans une réorganisation des circuits de transformation de la viande entamée de longue date<sup>29</sup>. Celle-ci marginalise les pratiques des artisans bouchers au profit d'une industrialisation de la transformation de l'animal en viande (Sans, 1998). Les études de Cécile Granjoux ou de Didier Torny, par exemple, montrent que la réponse industrielle au besoin de ré-assurance des mangeurs est la « traçabilité ». Ce processus renforce l'écart entre consommateurs et producteurs par une technocratisation. Il provoque l'instrumentalisation plus poussée des intermédiaires, qu'il s'agisse des abatteurs ou des artisans-bouchers, par une déqualification du métier, la



parcellisation et la taylorisation des tâches. Dans cette transformation, le « mythe » de la vente de viande de bœuf sans intermédiaire a déjà eu à jouer un rôle.

Dans les années 1950-60, l'émergence des grandes surfaces a porté un coup au monopole florissant de la vente de la viande par les bouchers-artisans. A cette époque, la viande de bœuf était encore une denrée rare et non accessible à tous. Son commerce était totalement aux mains des bouchers et des maquignons. Dans ce contexte, cette forme de vente a été présentée<sup>30</sup> comme la possibilité d'instaurer un lien plus direct entre les éleveurs et les consommateurs. Il s'agit alors de réfléchir à un autre circuit de distribution de la viande qui puisse se passer de ces « intermédiaires », d'ailleurs peu aimés des gens de la terre<sup>31</sup>. Le modèle en est « les exemples américains et nordiques où les boucheries ont tendance à disparaître, la viande étant distribuée par des magasins d'alimentation après avoir séjourné dans de véritables usines travaillant parfois à la chaîne » (*Le Figaro*, 8 novembre 1959). Il s'agit pour les exploitants agricoles, « pour retirer au marché son caractère spéculatif, de commercialiser non plus du bétail sur pied, mais de la viande » (*Le Monde*, 11 septembre 1959). Il est question en effet que les éleveurs traitent directement avec les abattoirs en étant rémunérés, non plus en vendant l'animal vivant à un marchand qui s'occupe ensuite de sa commercialisation (aspect considéré comme de la « spéculation »), mais au poids de la carcasse, système qui a fini par s'imposer. C'est l'époque de la création des coopératives agricoles et leurs partenaires semblent pouvoir être les grandes surfaces, et notamment celles que monte Edouard Leclerc dans l'Ouest de la France, à propos duquel le *Figaro* (*Le Figaro*, 27 novembre 1959) parle de « circuit court ainsi réalisé entre les éleveurs et les consommateurs [qui] a permis la suppression de sept intermédiaires » et vise à « mieux rémunérer les producteurs [et] à obtenir des barèmes de détail moins élevés » (*Le Figaro*, 8 novembre 1959). « L'entreprise pour un circuit court authentique » (*Le Monde*, 11 septembre 1959) s'effectue parallèlement à la réorganisation totale du secteur de l'abattage et à la mise en place d'un circuit dit « industriel » de la viande de bœuf : la viande de circuit court sera de la « viande fraîche sous cellophane » (*Le Figaro*, 8 novembre 1959). A cette époque où l'on célèbre l'avènement de la « modernisation » et « la fin de la routine » dans de nombreux domaines, l'industrialisation du traitement de la viande est valorisée et accompagne la suppression des « intermédiaires » traditionnels. Actuellement, l'échelle individuelle (fermière sinon « artisanale ») est sous-jacente à la vente directe de viande mais cette forme de commerce s'inscrit dans une organisation industrielle du circuit viande. On le constate, le lien « direct » entre producteurs et consommateurs bénéficie d'argumentaires divers en fonction des caractéristiques de l'organisation du marché de la viande, mais l'idée constante depuis les années 1960 est celle d'éliminer les « intermédiaires » illégitimes que seraient les transformateurs.

La vente directe de viande n'est possible que grâce à la prise en charge du travail de la découpe de la viande par un professionnel, en amont de sa commercialisation. Le refus de la plupart des bouchers de relayer ce besoin des producteurs contribue à ce que les éleveurs recourent aux services d'intermédiaires spécialisés. Les ateliers de découpe sont organisés dans la logique industrielle d'une filière intégrée, le prix de revient de leurs services devant être le plus bas possible. Ils recourent en général à une main-d'œuvre non qualifiée travaillant à la chaîne, dans une organisation tayloriste du travail, à l'élaboration de ces morceaux prédécoupés et mis sous vide. C'est d'ailleurs sur le même principe, mais à une autre échelle, que sont organisés les ateliers de transformation se chargeant du travail de désosse et de conditionnement de la viande sous vide. Les producteurs reprochent à ces prestataires un mauvais service, argument que les bouchers, qui se sentent menacés par l'existence de la vente directe, retournent à leur avantage : « Ils découpent mal. C'est ce qui nous sauve. Ce n'est pas fait par des professionnels et c'est fait vite ! » critique d'un boucher-abatteur du Maine-et-Loire. La vente directe de viande – tout comme le travail de boucher en rayon libre-service de supermarché – incarne ces façons de faire qui dénaturent non la fonction traditionnelle du boucher, mais la viande même. Dans la conception de la corporation bouchère, la découpe de détail est adaptée à la fois aux caractéristiques individuelles de la bête et aux demandes des clients. Faire réaliser cette découpe en amont du client (dans ces ateliers) implique l'idée que toutes les carcasses se vaudraient. Cela implique aussi l'idée que l'on pourrait leur appliquer un mode de découpe unique, reproductible, et que l'on pourrait transférer terme à terme, sur chaque animal, la découpe schématique affichée pour les profanes sur les tableaux des bouchers. Que devient l'habileté des artisans-bouchers à exploiter la carcasse au mieux des potentialités du muscle, de son état d'engraissement, du gradient de tendreté, de son grain de viande ? Faire réaliser la découpe de détail en amont du client, c'est considérer que tous les usages de la carcasse se vaudraient, c'est-à-dire que tous les clients et tous les goûts seraient uniformes. Que le boucher effectue dans son laboratoire le désossage de la carcasse, qu'il coupe finement les morceaux dans sa boutique en lien avec la destination culinaire souhaitée, il compte toujours avec sa clientèle et travaille pour elle : « La façon de travailler n'est jamais pareille. On dit : <un bifteck, ça se coupe toujours pareil> mais il y a une façon de travailler la viande pour la vendre au client » explique ce boucher exerçant

30. Je me suis basée sur l'analyse d'une revue de presse des principaux quotidiens français, *Le Monde* et *Le Figaro* sur 20 ans (1950-1960), corpus tiré des archives personnelles d'un de mes interlocuteurs, fils d'agriculteur du Maine-et-Loire. J'ai aussi utilisé les travaux de Pierre Haddad (1995) reconstituant pour sa thèse tout le contexte de la filière viande à partir de l'entre-deux-guerres. J'ai consulté des ouvrages généraux de l'époque, à l'instar du « Que

sais-je ? » de Henri Rouy consacrée à La viande qui date de 1949.

31. Même si la profession de boucher recrutait également au sein des familles de producteurs (la moitié des bouchers que nous avons rencontrés) ou que de nombreuses filles d'agriculteurs voyaient comme une promotion sociale le fait d'épouser un boucher, les relations entre ces deux professions n'ont jamais été faciles. Voir note 22.

en Bourgogne. C'est un principe de standardisation qui s'exprime dans le traitement maintenant majoritaire de la matière animale. Ce principe, qui est accepté par les producteurs et par leurs clients-consommateurs, montre la grande ignorance du rôle des artisans-bouchers et de leurs savoir-faire.

La vente directe met aussi à l'honneur, en lien avec la pratique de la découpe de détail réalisée en amont, la technique du sous vide, utilisée massivement par les grandes et moyennes surfaces et par une partie de plus en plus importante des bouchers à leur compte, parce qu'elle leur simplifie le travail. Ce traitement «hygiéniste»<sup>32</sup> (Dubost et Lizet, 2003) et «pratique» de la viande gagne du terrain, alors même que cette technique remet en cause la conception officielle de «l'artisan-boucher». Ce métier est fondé sur la maîtrise de la maturation<sup>33</sup> sur os des carcasses, conception qui tiendrait presque de l'alchimie : ce processus de fermentation constitue un moyen biologique pour améliorer les capacités de conservation de nombreux produits, végétaux ou animaux ; à ce titre, «*les produits fermentés entrent dans la cuisine tout en restant vivants, ils permettent de se libérer de l'ordre immuable du temps*» (Fournier, 1996 : 30). La pratique d'achat en gros qui oblige les consommateurs de vente directe à congeler la viande met également à mal les bénéfices de la fermentation, ce qu'explique un boucher en Bourgogne : «*Je vois la différence, surtout sur la viande rouge. Si vous avez un rôti de bœuf ou des biftecks, quand vous les sortez et qu'ils pissent la flotte, c'est quand même nettement moins bon*». La vente directe est soutenue davantage pour des raisons idéologiques que d'estimation réelle de la qualité de la viande produite. Elle bénéficie pour se développer de représentations stéréotypées sur l'élevage et la boucherie. Par son biais et du fait d'une diminution du nombre des bouchers, la viande congelée se banalise dans les mœurs culinaires françaises. C'est une forme de consommation qu'en dehors du bifteck haché, les industriels du secteur avaient été jusqu'à présent impuissants à imposer en France.

Le succès de la vente de viande en direct révèle les qualités principales attendues de la viande. Où en sommes-nous, au pays des «terroirs»? La recherche de tendreté prime maintenant sur le goût de la viande. Les pratiques bouchères artisanales, à leur âge d'or, prenaient la suite du travail des éleveurs et veillaient au goût (entre autre) par cette maturation longue, «technique de transformation

32. On ne peut pas exclure que la représentation négative de ce métier qui traite avec la matière, avec une forme de «sale» et qui, de longue date, valorise la blancheur du linge et l'habit impeccable, joue fortement sur l'adoption d'une technique aussi «hygiéniste» que le sous vide, d'ailleurs plébiscitée par les Directions des Services Vétérinaires.

33. C'est l'exploitation par le boucher d'un processus naturel de décomposition (la *rigor mortis*), utilisée comme un moyen naturel d'améliorer la tendreté et le goût des viandes. Elle se réalise maintenant dans des frigos de ressuage.

permettant d'arriver à de grandes nuances gustatives offrant des caractéristiques gastronomiques» (Fournier, 1996 : 28). Pour plus de saveur, les bouchers-artisans s'assuraient d'un persillé suffisant et abattaient une bête pas trop jeune. L'ensemble de ces critères est aujourd'hui difficile à maintenir et à appliquer, du fait de la méfiance généralisée pour le gras, pour un animal adulte, et de délais de maturation bousculés par l'échelle industrielle du circuit de la viande en abattoirs et surtout d'exigences différentes des clients pour la viande. L'expérience au restaurant de cet éleveur en vente directe du Maine-et-Loire peut servir à illustrer ce constat : l'avenir n'est plus à l'entrecôte («*Elle est restée dans les trois quart des assiettes. J'ai trouvé que c'était une honte, mais c'était la viande ! Je vois bien qu'il ne faut plus amener ça si vous voulez faire plaisir à quelqu'un*») mais à une matière reconstituée dont on ignore ce dont il s'agit («*Cela faisait comme un rôti. C'est de la viande en bouillie, ils mettent du gras de je-ne-sais-plus-quoi*»), sans goût mais tendre («*C'était des tranches, chacun avait un couteau exprès pour couper la viande alors qu'avec le dos de la fourchette, vous pouviez la couper...*»). Ils sont nombreux parmi les professionnels de la viande, bouchers ou chevillards et même producteurs dans l'exemple précédent, à dire qu'ils n'ont plus en face d'eux la clientèle difficile et au palais éduqué qu'ils souhaiteraient.

## Conclusion

La vente directe de viande pourrait représenter une opportunité de faire se rencontrer et éventuellement converger les intérêts des bouchers et des paysans, deux maillons engagés dans la fabrication de la viande. L'analyse du contexte historique d'émergence de la vente directe de viande montre ce que le développement de la vente directe de viande doit aux liens conflictuels entre les professionnels de l'élevage et ceux de la viande, au capital de sympathie dont bénéficient les agriculteurs en France et aux représentations négatives qui collent aux professionnels de la viande : ils travaillent avec le sang et, dans l'imaginaire, le font toujours couler, et ils sont d'avantage perçus comme commerçants que comme artisans. Le succès de la vente directe de viande met au jour une filière bouchère moribonde dans les formes d'exercice qu'elle a connues jusqu'alors. C'est une nouvelle remise en question du monopole de la vente de viande par les bouchers. Elle est donc mal reçue par ces derniers dans le contexte de la simplification actuelle de ce métier et sur fond du sentiment qu'ils ont eux-mêmes d'un commerce qui périclite. Les volumes traités en vente directe (des chiffres circulent sans que les estimations ne soient confirmées) impressionnent les bouchers au vu du faible débit qui est maintenant le leur. Même si certains d'entre eux relativisent cette concurrence qui aurait surtout «pris des clients» à la grande distribution («*Les grandes surfaces, elles se sont faites matraquer*» dit un boucher du Maine-et-Loire), cela réveille les réflexes corporatistes : «*Vous savez l'adage : chacun son métier et les vaches sont bien gardées, moi*

*j'ai toujours cru à ça*». Les arguments développés par les bouchers à l'encontre de la vente directe touchent, pour certains, à la qualité de la viande, pour d'autres, à l'organisation de son commerce mais tous se retrouvent dans l'idée qu'« On tue le métier! ». La mise en avant de l'appartenance à une communauté spécifique s'explique dans le contexte de recomposition et de redéfinition des pratiques autour de la viande; les bouchers-abatteurs se doivent de légitimer leur travail. Car le succès de la vente directe de viande s'explique aussi par la méconnaissance du rôle de « confection » qu'effectue le boucher sur la viande. La profession bouchère revendique une « qualité » de la viande du fait de ses « savoir-faire » sans pourtant expliciter les conditions de sa mise en œuvre.

C'est de perte du prestige d'une profession<sup>34</sup> et du pouvoir sur la viande dont il s'agit. Les bouchers qui jusque dans les années 1960 (plus tardivement encore du fait de dérogations) abattaient eux-mêmes leurs animaux, ne contrôlent plus le traitement de la carcasse en abattoir (Delavigne, 2009). Ils ne sont plus non plus les seuls à pouvoir juger de la « qualité » de la viande. Bien que fréquentée massivement, la grande distribution alimentaire, quoi qu'elle ait pu mettre en place, avait jusqu'à présent été impuissante à remporter dans les représentations le combat « qualitatif ». Avec l'entrée en scène des producteurs en vente directe, les bouchers doivent partager ce rôle sans que les caractéristiques de la viande n'entrent en ligne de compte. Face à des bouchers centrés sur leur « produit », les producteurs défendent leur place du point de vue d'une éthique, du point de vue d'un positionnement face à l'animal, au vivant. Ce discours trouve une grande résonance dans le contexte actuel du questionnement sur les rapports légitimes aux animaux et sur le droit « d'user » des animaux.

Anne-Élène Delavigne  
delavigne@mnhn.fr

## Bibliographie

Barthes R. (1957), *Mythologies*, Paris, Points essais, Seuil.

Bourdieu J., Piet L., Stanziani A. (2004), « Crise sanitaire et stabilisation du marché de la viande en France, XVII-XX<sup>e</sup> siècles », *Revue d'Histoire moderne et contemporaine*, 51-3, juillet-septembre, 121-156.

Delavigne A.-E. (2006), « L'abattoir d'Arles, un lieu de rencontre autour des animaux », *Ruralia*, revue de l'Association des Ruralistes Français, n° 18-19, 173-186.

Delavigne A.-E. (2009), « La bête des bouchers. Transformation du système de production et de commercialisation de la viande en France », *Statuts des animaux, normes écologiques et arrangements sociaux*, Paris, éd MNHN, Les « Mémoires du Muséum » [à paraître].

Delavigne A.-E. et Roy F. (2005), « *Le produit de notre travail, c'est pas du folklore!* » *Des producteurs locaux à la rencontre de leurs consommateurs*, Livret publié dans le cadre du festival Les Suds-2005, Arles, Museon Arlaten/CG13, Arles, 7.

Delbos G., Jorion P. (1988), « La nature où le réel forclos » in A. Cadoret (ed.), « *Chasser le naturel...* », Paris, EHESS, 15-21.

Dubost F. et Lizet B. (ed) (2003), « Bienfaitante nature, de l'hygiénisme au développement durable », *Communications*, n° 74, EHESS / CETSAAH.

Duvernoy, I. (2002), « Vente directe de viande bovine dans la vallée du Thoré (Tarn) : un exemple de diversification agricole en proximité urbaine », *Cahiers d'études et de recherches francophones, Agriculture*, Vol. 11, n°2, 137-43.

Fournier D. (2001), « Un don divin », *Slow Food*, La fermentation, août-octobre, 22-31.

Granjou C. (2003), « L'introduction de la traçabilité dans la filière viande bovine », note de recherche, *Cahiers internationaux de sociologie*, Vol. CXV, 327-342.

Haddad P. (1995), *Les chevillards de la Villette, naissance, vie et mort d'une corporation*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion.

Percot M. (2003), « Eleveurs des Mauges : un territoire pour une mosaïque de producteurs », *Terroir et environnement : une nouvelle issue pour l'agriculture ?*, Laval, éd. Siloë, mars 2003, 57-69.

Sans P. (1998), « Grande distribution alimentaire et changements organisationnels : le cas de l'industrie de transformation de la viande bovine », *Economie rurale*, n° 245-246, 111-118.

Torny D. (1998), « La traçabilité comme technique de gouvernement des hommes et des choses », *Politix*, revue des sciences sociales du politique, « Politiques du risque », n° 44, 51-75.

34. La diversification jusqu'à la vente de volaille, de produits cuits ou d'épicerie est ressentie par beaucoup comme une dévalorisation de leur savoir-faire premier.