

**EHESS**

---

La production du foie gras: Exemple d'un marché: Pau

Author(s): Catherine Cazalet

Source: *Études rurales*, No. 78/80, Foires et marchés ruraux en France (Apr. - Dec., 1980), pp. 277-288

Published by: [EHESS](#)

Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/20121818>

Accessed: 28/04/2013 20:10

---

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.



EHESS is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to *Études rurales*.

<http://www.jstor.org>

CATHERINE CAZALET

## La production du foie gras

### Exemple d'un marché : Pau

Le foie gras est actuellement un des mets les plus recherchés dans le monde. Produit de luxe, il atteint de tels prix qu'il reste encore, sous sa forme brute, réservé à quelques privilégiés. Associé aux fêtes, il est le plat-roi des réveillons gastronomiques. Mais il n'y a guère de consommateurs qui imaginent tout le travail qu'il a fallu pour que ce produit s'achemine jusqu'à leurs tables.

L'élevage des « volailles grasses », production traditionnelle, entièrement familiale, associée en général à la culture du maïs, se développe et devient pour certains jeunes « une production tremplin ». Les moyens actuels de conservation, tels que la stérilisation et la congélation, ont permis d'échelonner sur toute l'année la fabrication du foie gras dont la commercialisation peut être encore développée. Curieusement pour une denrée aussi coûteuse, il est mis en vente sur les marchés comme s'il s'agissait de légumes. En réalité le fonctionnement des marchés de « gras » est particulier : le jeu de l'offre et de la demande y est beaucoup plus intense car le produit est très périssable et les enjeux financiers très lourds. Nous avons choisi d'analyser le marché de Pau, qui présente la caractéristique d'être à la fois un marché urbain et de gras.

Mais pour cerner les interrelations et le fonctionnement d'une place marchande, il faut connaître les spécificités de la production et ses divers débouchés. Dans le cas qui nous intéresse ici, les trois éléments moteurs sont la SICA, les conserveries et les marchés locaux.

#### LA PRODUCTION MONDIALE DE FOIE GRAS

La production française se situe principalement dans les régions Aquitaine et Midi-Pyrénées. En 1977, 1 679 t de foies ont été commercialisées, dont 525 t de foies d'oie et 1 154 t de foies de canard. Mais la France n'est pas le seul pays producteur. En 1977-78, 1 003,7 t ont été importées (essentiellement du foie d'oie), en majorité d'Israël et des pays de l'Est. On estime que les conserveries achètent environ la moitié de ce qui est

*Études rurales, avr.-déc. 1980, 78-79-80, pp. 277-288.*

offre globalement sur le marché. En 1977-78 les conserveurs français ont préparé 1 395 t de foies gras (981 t de foies d'oie, 414 t de foies de canard). On note actuellement un net accroissement de la production de conserves, correspondant à une augmentation de la demande tant intérieure qu'extérieure. La demande intérieure représente 80 % de l'offre totale, soit environ 2 150 t (1 350 t de foies gras frais et 800 t de conserves de foies gras frais).

Les marchés de « frais », la moitié de l'offre de foies gras, concernent essentiellement de petits acheteurs : particuliers, traiteurs, charcutiers et restaurateurs qui assurent eux-mêmes la vente directe des produits, soit consommés tels, soit transformés, et quelques conserveurs. La demande est irrégulière et s'accroît fortement l'hiver, entraînant de brusques fluctuations de cours sur les divers marchés locaux (surtout ceux du Sud-Ouest).

La fabrication des conserves de foie gras frais obéit à des réglementations qui déterminent et justifient différentes appellations : le foie gras entier au naturel ou truffé (20 % seulement des foies sont ainsi préparés) ; les foies en blocs, tombeaux ou lingots (souvent enrobés d'une barde ou d'une farce représentant 20 % du poids total) ; les mousses, purées ou crèmes doivent comporter un minimum de 75 % de foie gras pour avoir droit à l'appellation foie gras. Tous les autres produits à base de foie gras ne peuvent utiliser l'appellation foie d'oie ou de canard.

Les conserveries achètent soit sur les marchés locaux, soit directement aux producteurs ou à la SICA de foie gras, également à l'étranger. Elles sont soumises à une législation commerciale.

La demande extérieure ne porte que sur les conserves à base de foie gras. Les principaux pays importateurs sont la Suisse, les États-Unis, l'Allemagne fédérale, la Grande-Bretagne, l'UEBL, l'Italie.

#### LES RÉGIONS DU FOIE GRAS : AQUITAINE ET MIDI-PYRÉNÉES

Le département des Landes fournit presque à lui seul la moitié de la production française, au sud dans la région de Mont-de-Marsan et au nord dans les hautes Landes, jusqu'à Bordeaux. Le Gers en fournit 22 %, avec un contingent très régulièrement réparti à travers le département ; enfin les Pyrénées-Atlantiques alimentent 17 % de la production française dans les zones proches des Landes, sur les rives des gaves de Pau et d'Oloron, et sur les bordures des coteaux.

#### *La commercialisation*

La production régionale a trois débouchés principaux : la SICA « Le foie gras des Landes, Gascogne et Pyrénées » ; les marchés locaux ; les conserveries.

La SICA

La SICA est née du regroupement de quelques éleveurs las de subir les fluctuations désordonnées des cours, le paiement à l'estimation et le marchandage. Ils créent en septembre 1963 la société d'intérêt agricole « Le foie gras des Landes », qui devient en 1965 « Le foie gras des Landes, Gascogne et Pyrénées ». Cette société regroupe aujourd'hui 4 600 producteurs, réalise un chiffre d'affaires annuel de 15 millions de F, et traite 65 000 oies et 150 000 canards (environ 12-15 % de la production du Sud-Ouest). Elle a pour objectif d'améliorer les conditions de production et de commercialisation par une action à la fois technique et économique : son service technique conseille et informe, tout en élaborant des programmes de production, en contact direct avec le producteur ; son service économique s'occupe de la gestion de la société et de la commercialisation des produits. La SICA fournit des services (stockage en congélation, développement de la vente des magrets, emploi d'une machine à emballage sous vide, utiliza-

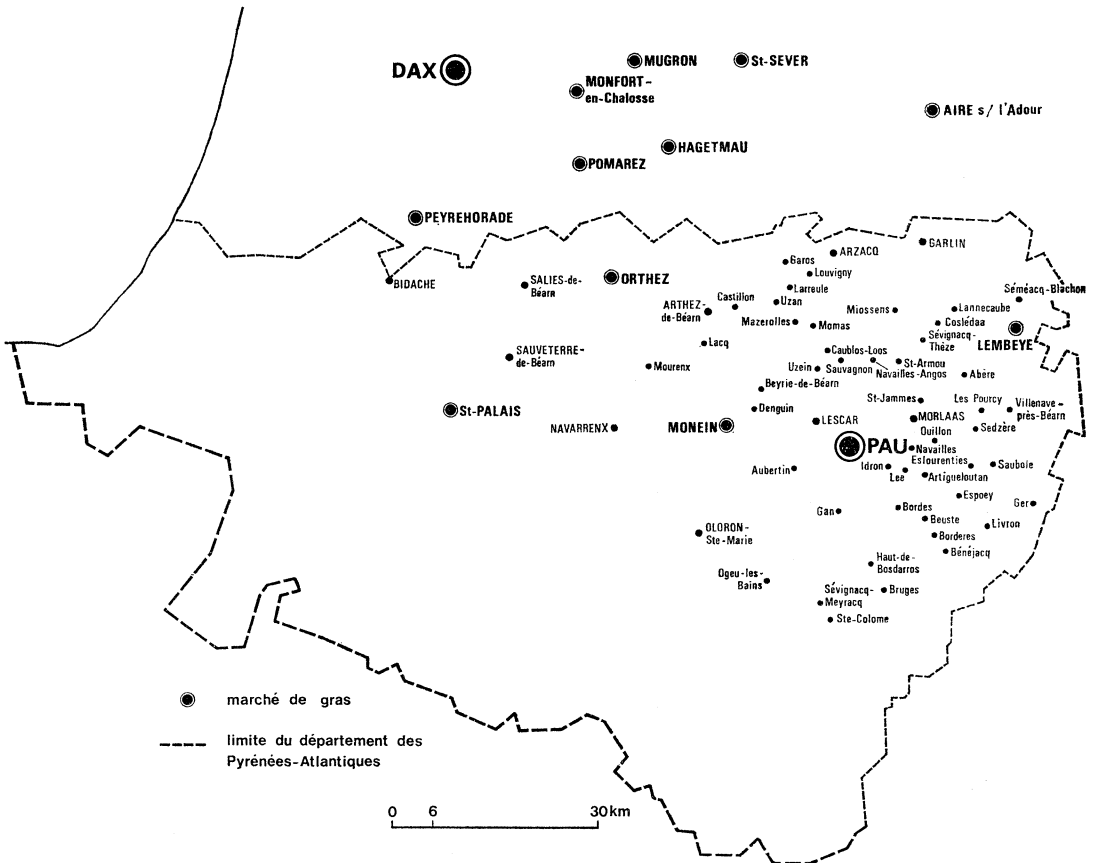


FIG. 1. Les marchés de gras (départements des Pyrénées-Atlantiques et des Landes).

tion des abats en saison d'été pour la fabrication des rillettes), mais elle ne transforme pas les produits : elle découpe, éviscère et classe les foies des volailles que les éleveurs apportent toute plumées. Le classement de la SICA, reconnu officiellement, est le seul utilisé car les recherches qui permettraient d'en établir un plus scientifique n'ont pas encore abouti. La société a dénombré 11 catégories de produits pour l'oie : le foie extra, le foie de 1<sup>re</sup>, le foie gros, le foie de 2<sup>e</sup>, le foie purée, le paletot, la graisse, le cœur, le gésier, le cou, et les carcasses ; et 10 pour le canard : le foie extra A, le foie extra B, le foie de 2<sup>e</sup>, le paletot, le magret, les ailes, les cuisses, le cou, le gésier et la carcasse.

Chaque produit a ses acheteurs propres et des modalités d'achat qui varient selon l'heure et la saison. La SICA souhaite une meilleure planification de la production, insuffisante actuellement pour régulariser le marché ; de lourds investissements doivent être consentis pour le stockage en froid. La clientèle de la SICA se compose essentiellement de conserveurs, de restaurateurs, de charcutiers et de traiteurs. Comme en général le produit passe par un transformateur avant d'atteindre le consommateur, la notion d'origine et de qualité spécifique qui lui est liée disparaît au long du processus. Il arrive par exemple que, les importations se développant, on arrive à vendre des foies gras polonais ou israéliens sous l'appellation de « foie gras des Landes » parce qu'ils ont été mis en conserve dans ce département. La SICA étudie actuellement, avec l'aide de la SOPEXA, les possibilités de lancer une marque régionale, grâce à un assortiment de mesures qui permettront de garantir sa qualité auprès du consommateur. Les éleveurs produisent généralement beaucoup tout au long de l'année. Les marchés, sur lesquels tant les prix que la demande sont aléatoires, ne leur permettent guère de vendre au moment voulu et surtout à un prix prévisible. Grâce à la SICA, ils peuvent planifier leur production au long de l'année ; surtout ils peuvent améliorer leur rendement et leurs conditions de travail en bénéficiant de conseils fondés sur des constatations, certes encore empiriques, mais qui les engagent à progresser dans leur domaine.

En dehors de la SICA, il y a peu de groupements de producteurs de foie gras ; en majorité non organisés, ils choisissent de vendre sur les marchés locaux aux conserveurs ou encore aux ouvriers (qui effectuent l'éviscération des bêtes et revendent les produits).

### *Les marchés locaux*

Il existe deux grands types de marchés traditionnels, les marchés saisonniers qui se tiennent en général de novembre à février, et les marchés permanents. Pau et sa région abritent surtout des marchés du premier type, alors que les Landes sont le lieu des marchés non saisonniers.

Pour les Pyrénées-Atlantiques on dénombre 5 marchés de gras : Pau, le lundi matin, Lembeye le jeudi, Monein le lundi, Orthez le mardi, Saint-Palais le vendredi. A l'exception de Saint-Palais, ces marchés se situent

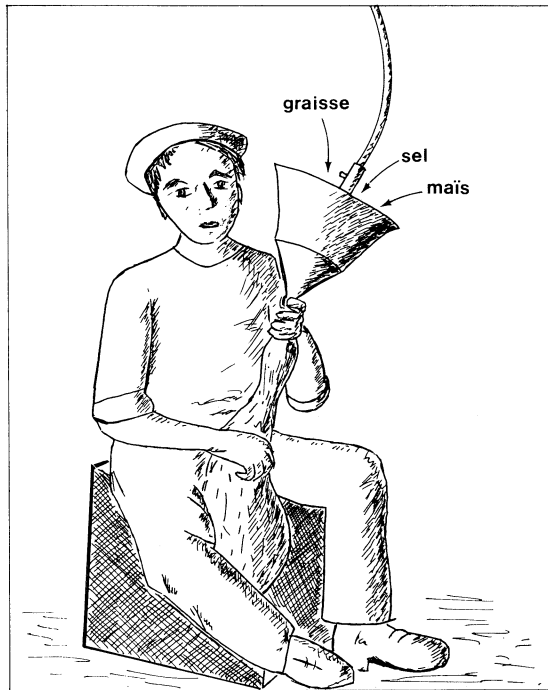


FIG. 2. Le gavage : le gaveur a enfilé le tube de la gavageuse dans l'œsophage de l'animal ; le maïs contenu dans l'entonnoir est entraîné vers le jabot par un petit moteur et une vis sans fin. D'un mouvement de haut en bas, le gaveur aide les aliments à descendre.

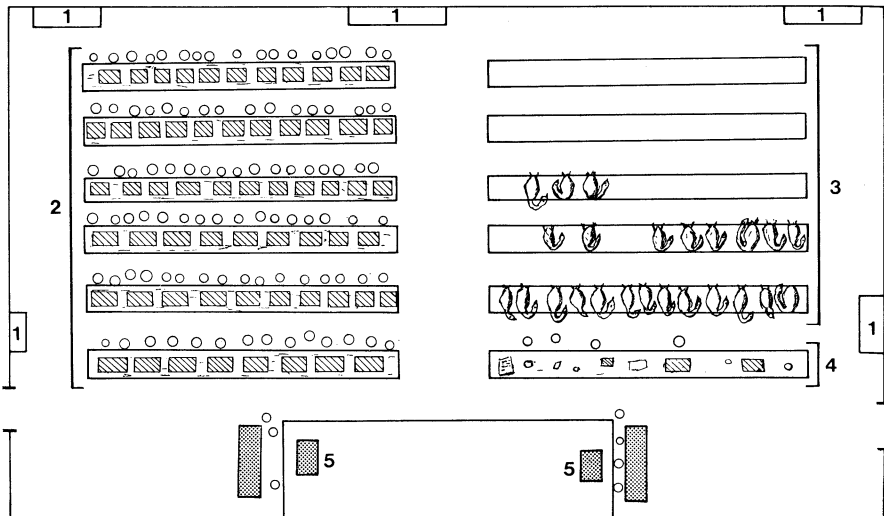


FIG. 3. Plan du marché de gras de Pau. 1. Places où les acheteurs professionnels s'installent à la fin du marché ; 2. Tables sur lesquelles sont exposés les cageots de foies gras ; 3. Tables sur lesquelles sont exposées les volailles grasses ; 4. Tables réservées aux commerçants ; 5. Installations de pesage.



**PH. Fin d'un marché à Pau. (Photo : Gérard Lévêque.)**

dans un rayon de 30 à 40 km autour de Pau. Dans les Landes, les marchés les plus importants, éloignés de 60 à 80 km de Pau, sont Hagetmau et Montfort le mercredi, Mugron le jeudi et tout récemment Dax, réservé aux acheteurs professionnels (cf. Fig. 1, p. 279). En raison de leur calendrier et de la faible distance qui les sépare, il y a une certaine complémentarité entre les marchés, surtout dans les Landes, ce qui facilite l'écoulement des produits.

Tous ces marchés ont un point commun : ils dépendent des achats des professionnels, tels que les conserveurs, les grands restaurateurs et les traiteurs. Pour donner la priorité aux particuliers, les transactions avec les professionnels ne sont autorisées qu'après une certaine heure, indiquée par un signal sonore. Aussitôt, en dix minutes, les transactions sont conclues, les acquéreurs, en général toujours les mêmes, s'étant mis d'accord entre eux auparavant pour fixer un prix. Comme à peine sorti des chambres froides le produit se dégrade et ne supporte pas d'être exposé longtemps, il est facile de faire pression sur les prix ; il existe même une « stratégie des gros acheteurs » : volontairement deux ou trois d'entre eux ne se présentent pas au marché ; n'ayant pu vendre la totalité de leurs apports, certains producteurs se voient obligés de solder leur marchandise à très bas prix et même de faire du porte à porte chez les charcutiers, les traiteurs et autres. Aujourd'hui, cette stratégie a moins de chances d'aboutir car la SICA et les coopératives peuvent acheter les excédents. Toutefois ces exemples montrent bien la fragilité des marchés de gras : il suffit que beaucoup de producteurs viennent en même temps sur un marché pour que les prix baissent ; inversement, quand des conserveurs arrivent en surnombre, les prix s'élèvent. Le marché étant par excellence un lieu inorganisé, il n'y a pas coïncidence entre l'offre et la demande et donc pas de prévision possible.

La SICA s'est intéressée de près aux problèmes des marchés, car elle en subit toujours le contrecoup. Son rapport est sévère : les règles sanitaires les plus élémentaires ne sont pas respectées ; les transactions portent essentiellement sur des bêtes entières, mode de vente qui tient du jeu de hasard, l'oie et le canard étant la « pochette surprise » dans laquelle le poids et la qualité du foie ne peuvent être que grossièrement estimés ; les marchés accentuent les hausses ou les baisses, ce qui est d'autant moins normal qu'une grande partie de la production est destinée à l'industrie de transformation ; enfin ils sont à la fois marchés de consommation et d'expédition, la part de la consommation, très variable, allant jusqu'à la quasi-totalité des denrées dans certaines régions (Périgord par exemple). Il n'y a donc ni prix différentiels selon les stades de gros, de demi-gros ou de détail, ni cotations officielles tenant compte des qualités. La SICA constate le manque d'organisation des producteurs (une organisation interprofessionnelle vient seulement d'être créée), l'incertitude quant à l'offre, et par là même l'absence de cours pondérés et d'accords contractuels.

Constat réaliste certes, mais qui, hormis certaines caractéristiques propres au marché de gras, ne fait que souligner un problème inhérent à tous les marchés : l'absence de planification de l'offre et de la demande.



Pourtant une telle planification ne signifierait-elle pas la mort du marché, c'est-à-dire l'impossibilité, pour les particuliers friands du produit brut, de s'approvisionner aisément ? Pour les adhérents de la SICA, les marchés traditionnels sont voués à disparaître à plus ou moins longue échéance.

Cette étude illustre bien les deux tendances du monde rural : certains vont de l'avant en s'intégrant dans l'économie nationale, investissant pour produire mieux et plus ; d'autres conservent une structure plus traditionnelle avec un investissement souvent moindre afin de préserver leur indépendance, tant à l'égard d'une organisation qui les dépasserait, que par rapport à un système qui les pousserait à produire toujours plus par souci de rentabilité.

### *Les conserveries*

La plus grande partie de la production est dirigée sur les conserveries : elles interviennent directement sur les marchés par des contrats avec les producteurs et négocient avec la SICA pour des produits bien spécifiques. Les éleveurs qui s'adressent directement à la conserverie traitent généralement avec une seule société, qui accepte d'acheter toutes les bêtes quelle qu'en soit la qualité ; le prix est déterminé sans réel marchandage après estimation de la grosseur et de la qualité du foie, puisque les bêtes sont vendues non ouvertes. Selon M<sup>me</sup> L., productrice dans les Landes, les prix sont fixés suivant des termes de classement locaux : « la jolie, la moyenne et la rien du tout », mode d'appréciation apparemment subjectif, mais qui repose sur une profonde expérience.

Certains producteurs allient deux ou trois systèmes de vente : ils traitent avec la SICA en saison creuse (l'été), puis vendent en hiver sur les marchés, espérant ainsi commercialiser au mieux leurs produits. Ou bien, ils vendent les volailles de qualité moyenne et médiocre aux conserveurs et sur les marchés, réservant les plus belles pour la SICA dans l'espoir d'en tirer un prix maximum.

### *Les techniques de production*

Autrefois, à l'approche de l'hiver, les paysannes qui faisaient du maïs en mettaient de côté pour gaver quelques oies ou canards dont elles vendaient les foies, disposant ainsi d'un pécule lors des fêtes de fin d'année. Cette occupation strictement féminine entraînait parfois quelques conflits à la ferme quant à l'utilisation du maïs. Les femmes gavaient à genoux dans la paille avec une gaveuse manuelle, travail éreintant et pas toujours payé à sa juste valeur.

Aujourd'hui, les hommes sont devenus gaveurs et de nouvelles techniques facilitent leur travail, sans toutefois supprimer l'intervention humaine. Un système d'autogavage (appelé aussi boulimie ou hyperphagie de l'oie) est à l'étude (travaux de M. Auffray et de l'INRA) : en détruisant le centre nerveux siège de la satiété, on provoque chez l'animal une faim

chronique qui l'amène à se gaver lui-même ; mais les foies ainsi obtenus sont, pour la plupart, de seconde ou de médiocre qualité ; on en est encore au domaine expérimental.

### *Le gavage*

Très jeunes, les animaux reçoivent une alimentation qui les prépare au gavage par une dilatation maximum du jabot ; ils pourront dès l'âge de quatre mois ingurgiter alors une quantité importante de maïs, développer et fortifier la structure cellulaire de leur foie.

L'éleveur veille à ne distribuer d'abord aux animaux qu'une quantité limitée de maïs, auquel il ajoute de la verdure appétante (ray-grass, choux, trèfle, chicorée et racines). Les oies sont gavées deux fois par jour, pour arriver dès que possible à trois fois ; les canards ne sont nourris que deux fois par jour. Le gavage s'effectue à heures régulières, respectant un écart minimum de six heures. Les animaux doivent être manipulés avec douceur et maintenus dans le calme le plus complet pour que se produise un stockage d'énergie, sous forme de graisse, dans les tissus adipeux périphériques ainsi que dans le foie. La durée du gavage varie suivant les animaux, mais aussi en fonction du gaveur ; pour les oies, dix-huit jours à un mois, pour les canards quatorze jours à un mois. Durant cette période les bêtes absorbent une quantité de maïs qui varie selon la capacité de leur jabot, leur faculté de digestion et le doigté du gaveur.

On donne du maïs jaune ou blanc ; le blanc est le plus usité car les consommateurs, sensibles aux couleurs, préfèrent un foie gris rosé à un foie jaune. Le maïs est égrainé et lavé, cuit ensuite jusqu'à ce que l'ongle pénètre facilement dans le grain ; on y ajoute de la graisse animale qui lubrifie l'aliment, et du sel qui facilite la digestion.

L'éleveur s'assoit sur un tabouret, attrape une volaille qu'il maintient immobile à terre à l'aide d'une courroie ceinturant le corps de la bête ; certains la bloquent sous le tabouret ou entre leurs jambes ; puis il enfile le tube de la gaveuse dans l'œsophage de l'animal ; le maïs contenu dans l'entonnoir de la machine est alors entraîné vers le jabot par un petit moteur et une vis sans fin (cf. Fig. 2, h.-t.). Le travail du gaveur consiste à évaluer les limites de digestion de la bête en remplissant l'œsophage qui achemine les aliments vers le jabot, où le transit vers l'estomac est régularisé.

Juste avant la vente, les volailles sont saignées pour que le foie ne soit pas rouge, plumées, flambées et lavées à l'eau et au savon, enfin rincées abondamment. Ces opérations se déroulent le plus souvent sur le lieu de production. Les pratiques de gavage sont les mêmes d'une exploitation à l'autre, mais des normes ont été établies, inspirées surtout par la SICA. En effet un savant dosage est nécessaire pour obtenir un foie de très bonne qualité. On a tenté de déterminer les conditions optimales d'engraissement d'un foie : la perte de graisse serait due à la rupture des membranes cellulaires entourant les cellules hépatiques, par suite d'un gavage trop long ou

mené dans de mauvaises conditions. On en a conclu que, pour un canard, à partir du seizième jour de gavage, le foie a accumulé la quantité de graisse nécessaire pour qu'il soit fondant et garde une membrane cellulaire intacte ; au delà de cette limite les risques de rupture sont de plus en plus élevés. Si les membranes sont rompues, ne serait-ce qu'en partie, la perte de graisse lors de la cuisson peut atteindre 70 %.

Or, on l'a vu, la durée du gavage varie. Dans certaines régions les canards sont gavés un mois durant, « ils sont ainsi mieux finis », nous affirmait un producteur — bien entendu le poids est donc plus important, et par conséquent la vente à une conserverie, dans ce cas précis, plus rémunératrice.

Chaque produit est le résultat d'une technique propre ; il a ses acquéreurs, dont les critères influent sur les orientations du producteur. On peut ainsi délimiter plusieurs circuits : l'éleveur qui applique la technique de pointe préconisée par la SICA pour un élevage de qualité, vendra de préférence celle-ci ; celui dont la technique est plus traditionnelle, et pour qui la taille des volailles et des foies est déterminante puisqu'il les vend au poids — valorisation usuelle jusqu'à ce que les progrès des recherches bio-alimentaires aient remis en question le vieil adage « gros foie bon foie » —, écoulera sa production dans les conserveries ou sur les marchés. Actuellement, à part certains professionnels, les acheteurs ne sont pas vraiment informés des nouveaux critères de qualité. On tente de faire passer l'information chez les producteurs en leur proposant la visite des exploitations modèles où l'on emploie des techniques de pointe.

#### UN EXEMPLE DE MARCHÉ DE GRAS : PAU

Marché urbain, situé à environ 80 km des grands marchés de foie gras landais — ce qui est à la fois trop près et trop loin —, le marché de Pau s'installe, du premier lundi de novembre à l'avant-dernier lundi de février, dans une grande salle de la Foire-exposition, et attire presque exclusivement les producteurs du département. Contrairement aux marchés landais où l'on trouve surtout des « volailles pleines », celui de Pau est essentiellement un marché aux foies gras. Cependant, une autorisation spéciale est délivrée par la mairie aux commerçants, en général des « ouvriers » (c'est-à-dire des intermédiaires), qui viennent vendre de la graisse, des carcasses, des ailes..., tout ce qui est commercialisable dans les volailles grasses.

Les apports hebdomadaires pour l'année 1978-79 ont varié entre 3 et 105 oies, entre 31 et 700 canards et entre 503 et 5 497 foies (oies et canards). Il est à noter que cette année-là nous avons constaté, pour les douze premiers marchés, une nette diminution de l'offre par rapport à l'année précédente : 26 913 foies au lieu de 31 615, 4 601 canards au lieu de 6 488. La diminution des apports n'est pas seulement due à la baisse de la production régionale. Elle s'explique aussi par le type de producteurs qui vendent sur le marché de Pau : ce sont surtout des femmes qui, en hiver, après avoir

fait du confit, vendent éventuellement les foies au marché pour disposer d'un surplus de numéraire au moment des fêtes. Il s'agit donc d'une offre instable.

Jusqu'à 9 heures 30, les producteurs affluent sur le marché. Même s'ils manient d'importantes sommes d'argent — ils sont le plus souvent payés par chèque — rien ne les différencie à première vue des maraîchers ou des agriculteurs, seul l'alignement de volailles et de cageots donne à leur groupe sa physionomie particulière. Ils font peser leurs cageots par le personnel du Service des marchés de la Ville, qui demande 0,20 F par pesée de 1 à  $x$  foies ; le prix de pesée correspond au droit de plaçage ; à titre de comparaison, il est de 1 F par oie ou foie d'oie et de 0,80 F par canard ou foie de canard dans tous les marchés de gras des Landes.

La salle de la Foire-exposition est divisée en deux (cf. Fig. 3, h.-t.) : un côté est réservé aux foies gras, l'autre aux bêtes pleines ou sans foie, entières ou en morceaux. La pesée effectuée, les vendeurs installent leurs cageots ou leurs volailles directement sur les tables, alignées de façon à ce que les acheteurs passent facilement entre les rangs, et se placent derrière leur marchandise. Les foies sont disposés dans des cageots et recouverts d'un torchon, afin d'éviter le contact de l'air qui les dessécherait ; les volailles sont posées directement sur la table. Les acheteurs passent, demandent les prix et la permission de soulever le torchon. Si la marchandise leur convient, ils acceptent ou marchandent le prix établi au kilo ; les cours sont en général assez élevés en début de marché. S'ils n'ont choisi qu'un ou deux foies ou volailles, ils vont alors à la pesée pour procéder à la vente réelle.

A 10 heures, un signal sonore annonce que le marché est ouvert aux professionnels. Ceux-ci passent alors très rapidement dans les rangs, estiment les produits (cette fois les cageots sont découverts), les comparent d'un coup d'œil et choisissent. Les gros acheteurs prennent les foies par lots ; si certains, veinés ou de qualité médiocre, déparent l'ensemble, il peut y avoir marchandage. Les prix, nous l'avons vu, sont en général fixés par les professionnels avant l'ouverture : ils connaissent les cours pratiqués sur les autres marchés comme les différences de qualité entre les divers marchés. Quand l'acquéreur a fixé le montant de la transaction, il l'inscrit sur le ticket qui lui avait été remis lors du pesage, où figurent le nombre et le poids total des foies. Parfois l'acheteur emporte le plus gros foie du lot comme garantie car il est arrivé qu'un producteur, une fois en possession de la promesse d'achat, reprenne subrepticement un beau foie ou l'échange. Ensuite les acheteurs se dispersent autour de la salle avec de grandes caisses en plastique qu'ils remplissent au fur et à mesure que défilent devant eux les vendeurs, qu'ils payent à ce moment-là.

Le marché est organisé par la municipalité qui fournit six hommes pour le pesage et l'encaissement du droit de plaçage, c'est-à-dire du prix de pesée ; en dehors de ces fonctions, ils n'ont aucune autorité sur les parties. Les producteurs ne sont pas répertoriés, leurs noms ou origines ne sont pas connus. Seuls sont recensés les apports. Il y a quelques années des plaintes furent déposées à la mairie de Pau : des acheteurs avaient trouvé du plomb

dans les foies, mais il était impossible d'identifier les fraudeurs. Le marché est en effet très diversifié, les vendeurs ne sont pas les mêmes d'un marché à l'autre et il y a un roulement constant des places. Pau se trouvant située dans une région où les gros éleveurs de volailles grasses sont peu nombreux, le marché reçoit principalement des petits producteurs, et quelques gros éleveurs landais quand les cours sont élevés, ce qui influe beaucoup sur la qualité, sur la vente et sur les apports.

La majorité des producteurs vendent des foies gras, ce qui donne au marché une physionomie différente de ceux des Landes où dominent les bêtes exposées soigneusement côte à côte. Ici tout a un aspect désordonné ; les producteurs arrivent les uns après les autres, souvent deux par deux (couple ou parent avec son enfant), ce qui augmente la densité sur le marché. L'emplacement, par ailleurs, n'est pas conçu pour ce type de vente, le matériel est mal approprié, il n'y a pas de chambres froides qui garantiraient une hygiène plus stricte, et donc la qualité ; cela explique peut-être la mauvaise réputation du marché de Pau : les particuliers, peu informés des critères de qualité, se laissent parfois bernier, et réagissent alors en fantasmant sur le piquage aux hormones ou avec on ne sait quel produit magique qui conférerait aux denrées un bel aspect jusqu'à ce que la cuisson les « dégonfle » ; par ailleurs, quand ils achètent les volailles pleines, il leur est bien difficile de déterminer la grosseur du foie. Toutes ces raisons ne contribuent pas à rassurer le client. Contrairement à ce qui se passe sur d'autres marchés, les contacts ici semblent se limiter à des relations d'échange économique. Les petits producteurs, disséminés dans le département, se connaissent peu et sont dans des rapports de concurrence. La grande mobilité des acteurs ne peut guère favoriser les relations de fidélité, d'entraide. Quant aux clients, souvent méfiants, ils sont un peu perdus devant un choix si étendu. Enfin le prix élevé du produit augmente l'intérêt en jeu et donc intensifie les discussions.

Ce marché met en scène trois types d'acteurs : les producteurs qui ont en commun leur seul désir de vendre au meilleur prix ; les particuliers qui convoitent une marchandise dont ils subissent le prix tout en sachant mal estimer sa qualité ; les acheteurs professionnels très organisés qui, représentant le débouché essentiel, imposent leurs prix, pour autant que les rapports ne s'inversent pas en raison de la conjoncture. En effet à certaines dates, avant Noël et après le 1<sup>er</sup> janvier notamment, les apports sont importants mais les acheteurs sont aussi beaucoup plus nombreux : il y a davantage de particuliers, mais surtout de charcutiers, de traiteurs et de restaurateurs — le marché de Pau est actuellement le seul sur lequel les particuliers puissent acheter le « gras » non transformé (sinon, il leur faut s'adresser directement à la SICA ou au producteur, ce qui suppose une bonne connaissance des circuits du produit). La demande étant forte, les cours montent et, si les apports ne suivent pas, le producteur peut faire « la grosse affaire ».

Certains marchés organisent encore des concours récompensant les meilleurs foies ou volailles grasses. De l'avis général, ce n'est qu'une

manœuvre publicitaire de la part des municipalités qui espèrent tirer un profit financier de l'animation ainsi créée. A Pau, où le marché n'est pas très important et les droits de plaçage peu élevés (ils n'ont pas changé depuis 1963), les concours, ne présentant guère d'intérêt, ont disparu. Tant les producteurs que les acheteurs les critiquaient, affirmant que les meilleurs produits n'étaient pas toujours primés et que la prime minime de 50 F n'entraînait pas forcément un accroissement de la vente.

Comme ailleurs, les prix sont fonction de l'offre et de la demande, mais ils sont dans l'ensemble davantage prévisibles. A Pau, en 1978-79, le kilo de foie de canard a varié entre 80 F et 160 F ; le kilo de foie d'oie entre 160 F et 220 F ; l'oie s'est vendue entre 19 F et 30 F le kilo, le canard entre 19,50 F et 27,50 F. Les prix suivent en général la courbe des apports. Ils augmentent quand on se rapproche de Noël, puis stagnent jusqu'à la fin janvier, pour chuter carrément ensuite. Les marchés des Landes, où les ventes s'étalent sur toute l'année, tout en accusant de fortes hausses à Noël, semblent avoir des cours plus réguliers.

Entre les prix réservés aux particuliers et ceux qui sont imposés par les acheteurs professionnels, il y a, semble-t-il, un prix intermédiaire pour les traiteurs, restaurateurs ou autres. Les prix proposés au départ sont néanmoins les mêmes pour tous ; ils se modifient ensuite selon les fluctuations du marchandage et les catégories d'acheteurs.

Si le marché de Pau vend surtout du foie gras, c'est que l'offre s'y est un peu pliée à la demande, mais aussi que le producteur y trouve son intérêt : le foie vendu seul atteint des prix élevés, tandis que les volailles entrent dans la consommation familiale sous forme de magret ou de confit. C'est aussi parce que les citadins peuvent s'y procurer un produit typiquement régional non transformé (donc moins cher). Une nouvelle mode prône le retour aux conserves « faites maison » selon « la méthode traditionnelle » ; pour promouvoir la région, des stages sont organisés chez le fermier, qui enseigne aux gens des villes les recettes de confit et de foie gras.

La tradition régionale « de la bonne chère » incite bien des gens aux revenus modestes à acheter des foies gras ou des volailles grasses. A la campagne, dans les régions productrices, aux repas de baptême, de communion ou de mariage, le foie gras est souvent présent.

\*

Le marché de Pau répond donc aux besoins d'une clientèle urbaine qui suit les rites de la coutume ou de la mode, mais ne se situe pas forcément dans les classes les plus favorisées. Un grand nombre d'observateurs locaux estiment que, sous sa forme actuelle, il est voué à disparaître.

La SICA, qui souhaiterait organiser l'ensemble du marché des foies gras pour ne plus être tributaire des fluctuations des marchés locaux, se trouve néanmoins obligée de les soutenir pour éviter des baisses trop fortes qui lui seraient préjudiciables. Actuellement, on ne peut pas parler d'une

concurrence étrangère, mais pourtant déjà, grâce à des techniques très modernes, des produits de bonne qualité sont proposés sur le marché à des prix défiant les cours français.

Dans le cadre d'une réglementation générale des produits avicoles, la Commission européenne s'était penché dans les années 70 sur les installations sanitaires à mettre en place et les conditions de circulation des volailles grasses et des foies gras. Pour la France, la Commission exigeait que, dès 1981, l'utilisation des abattoirs soit rendue obligatoire, ainsi que l'éviscération immédiate des volailles. Mais, devant la réaction virulente des producteurs français, il semble que l'abattage à la ferme restera autorisé et l'éviscération dans les vingt-quatre heures tolérée (les producteurs demandaient quarante-huit heures). Cela sous certaines conditions : contrôle sanitaire *ante* et *post mortem*, abattage dans un local séparé, conservation en chambre froide...

Ces mesures, mal acceptées, seront difficiles à appliquer et, si elles le sont, elles poseront de réels problèmes à toute une catégorie de petits producteurs mal équipés. Le fonctionnement des marchés locaux risque de s'en trouver affecté. Certains, tel celui de Pau, seraient alors voués à disparaître, ou tout au moins à subir de profondes modifications.