Valorisation et développement du broutard de Zemmour Zaer

Le broutard est un agneau bekri âgé de 8 à 12 mois issu d'une mère locale. Il est élevé au lait de sa mère et à l'herbe. C'est un agneau né entre octobre et décembre. Dans les zones d'altitude (cas d'Oulmès), il part en transhumance, dans la foret, avec sa mère pour profiter des ressources sylvo –pastorales. Dans les zones plates, il profite de l'herbe des jachères, des parcours ou des ressources sylvo - pastorales comme dans la foret de la Mamora. Il profite ainsi d'au moins trois mois sur les pâturages. Il est commercialisé au printemps (mars à juin). C'est donc **un produit naturel.**

C'est un agneau bekri (agnelage entre octobre et décembre). Son alimentation est naturelle, non transformée, le cas échéant produite sur l'exploitation. L'alimentation est dominée par les herbacées durant les mois de végétation, mais en fin de saison, les ovins se tournent vers les espèces ligneuses qui peuvent constituer jusqu'à 40 % du régime alimentaire. Le broutard est élevé au lait de sa mère au moins 4 mois, à l'herbe dès 3 semaines. Il passe 3 mois au minimum sur pâturage. Il est abattu entre 8 et 12 mois à un poids vif de 25 à 30 Kg, soit 12 à 15 Kg de poids carcasse.

Elevé au grand air et nourri à l'herbe, sa chair prend une couleur rouge et un goût authentique, garanties d'une alimentation saine et naturelle. La viande des agneaux finis à l'herbe présente une couleur moins foncée et un PH légèrement acide. Les carcasses des broutards présentent des carcasses plus intéressantes sur le plan qualité de la viande avec un gras de couverture ferme. La couleur de la viande est rouge vive.

I. Importance socio – économique et environnementale

1.1 Importance socio - économique

La région dispose d'un effectif d'ovins de 863500 têtes d'ovins. Au niveau de la région, les viandes rouges des ovins participent à hauteur de 35% en chiffres d'affaires, à la valeur ajoutée et à l'emploi crée au niveau des exploitations agricoles. L'élevage des ovins participe de façon assez marquée au revenu des agriculteurs et à l'économie de l'exploitation. Le secteur de la viande fait travailler une multitude d'acteurs. Parmi eux, on peut citer les producteurs (éleveurs), les intermédiaires, les chevillards et les bouchers.

1.2 Importance environnementale

C'est un agneau rustique qui s'adapte à l'ensemble de la région, telles que les zones de montagnes (type Oulmes) et les zones céréalières (Roumani). Son alimentation est naturelle, non transformée, le cas échéant produite sur l'exploitation. L'alimentation est dominée par les herbacées durant les mois de végétation, mais en fin de saison, les ovins se tournent vers les espèces ligneuses qui peuvent constituer jusqu'à 40 % du régime alimentaire. Le broutard est élevé au lait de sa mère au moins 4 mois, à l'herbe dès 3 semaines. Il passe 3 mois minimum au pâturage.

C'est un agneau qui valorise une flore spécifique à la région de Rabat Zemmour Zaer. Il est né entre octobre et décembre. Dans les zones d'altitude (cas d'Oulmès), il part en transhumance dans la forêt avec sa mère pour profiter des ressources sylvo-pastorales. Dans les zones plates, il profite de l'herbe des jachères, des parcours ou des ressources sylvo – pastorales comme dans la foret de la Mamora. Il profite ainsi d'au moins trois mois sur les pâturages de montagne. Il est commercialisé au printemps (mars à juin).

II. Organisation de la filière

2.1 Cartographie de la filière

La filière des ovins est constituée d'un premier maillon d'approvisionnement où sont représentés les marchands d'aliments concentrés et grossiers, les vétérinaires qui vendent les médicaments et assurent les soins et les campagnes de vaccinations. La production des ovins est assurée par les éleveurs - producteurs et engraisseurs. La commercialisation regroupe au niveau du marché, les éleveurs, les intermédiaires et les chevillards. La transformation est assurée par les bouchers (Figure 1).

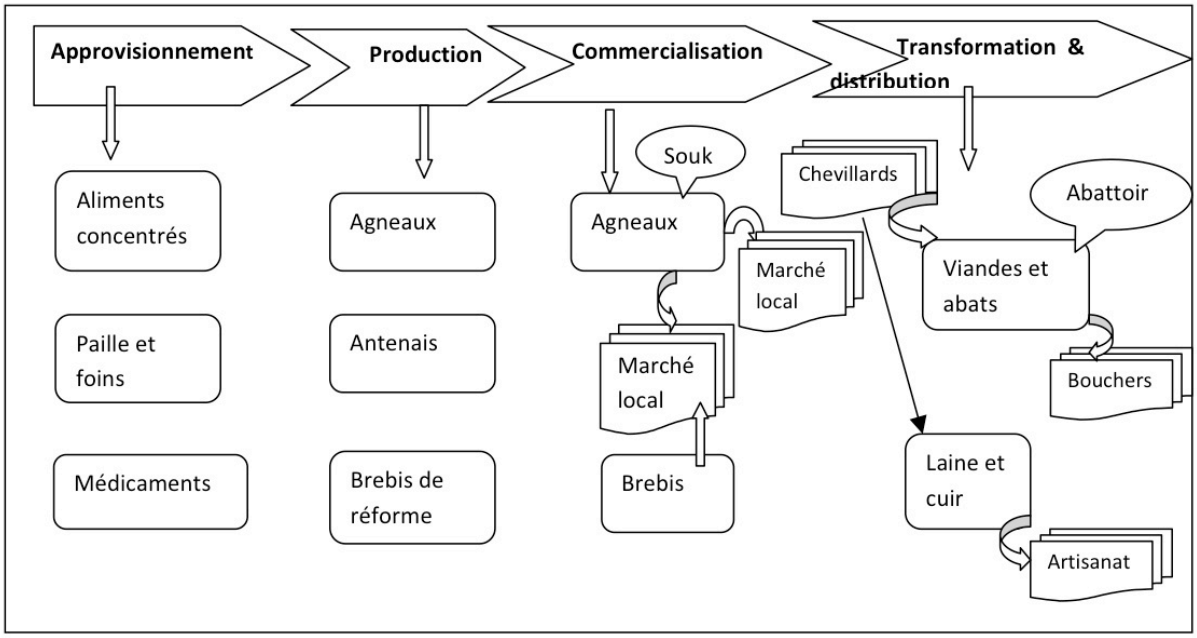

Figure 1. Cartographie de la filière des ovins

2.2 Les principaux acteurs

Les principaux acteurs qui interviennent dans la filière sont :

2.1.1 Les producteurs

Les éleveurs sont les premiers fournisseurs des marchés. Leur fonction est de produire des ovins destinés soit à la consommation, soit à l'engraissement ou à l'élevage. Les éleveurs peuvent être classifiés selon la taille de leur troupeau ou le mode de conduite. C'est ainsi, qu'on distingue les petits, les moyens ou les grands éleveurs. Ils peuvent être soit propriétaires de leurs troupeaux, soit associés à d'autres éleveurs. Par ailleurs, les éleveurs peuvent faire de l'agriculture avec l'élevage ou non.

2.1.2 Les intermédiaires

Les intermédiaires constituent la liaison entre les producteurs et les chevillards et les bouchers qui assurent l'abattage des ovins. Des fois les intermédiaires peuvent être de simples courtiers qui négocient l'achat ou la vente des animaux.

2.1.3 Les chevillards

Les chevillards assurent l'approvisionnement des grandes villes en viandes. Leur fonction est d'acheter les ovins pour les abattre et vendre les carcasses aux bouchers.

2.1.4 Les bouchers

Les bouchers assurent la vente de la viande en détail aux consommateurs. Au sein de cette activité, on distingue les bouchers citadins et ceux du souk. Les bouchers citadins ont des boucheries en ville qu'ils ouvrent chaque jour. Ces boucheries sont équipées en réfrigérateur, hachoir. Ceux du souk n'ont qu'un local au souk où ils vendent les animaux abattus le jour même. Ils peuvent faire plus d'un souk hebdomadaire. Ces boucheries du souk ne sont pas équipées en réfrigérateurs.

2.1.5 L'Association Nationale des Ovins et des Caprins

En matière de production ovine, il existe deux groupements ANOC dans la région, un à Oulmès et l'autre à Romani. L'ANOC est beaucoup plus versée sur les aspects d'amélioration génétique et de couverture sanitaire des troupeaux.

2.1.6 Les provendiers

Les provendiers assurent l'approvisionnement de la région en aliments pour le bétail. En effet, en plus des usines d'aliments de Temara, il y des marchants d'aliments de bétail au niveau des différents centres citadins (Bahraoui, Tiflet, Khemisset, …). Ces marchants disposent de grands hangars où ils stockent les aliments pour bétail. A coté de ces marchands, il y a d'autres qui sont ambulants qui viennent avec leurs camions chargés d'aliments et parquent à l'entrée des souks.

2.1.7 Les marchants d'aliments grossiers

Ce sont des marchants qui viennent avec leurs camions chargés de paille ou foins et qui parquent à l'entrée des souks.

2.1.8 Les vétérinaires privés

Les vétérinaires privés assurent les campagnes prophylactiques décidées par l'état. Comme ils dispensent des traitements contre les parasites internes et externes ainsi que la vaccination contre l'entérotoximie. La vente des médicaments vétérinaires se fait chez les vétérinaires privés en plus des pharmaciens.

2.1.9 Les départements du Ministère de l'Agriculture

Les départements du ministère de l'agriculture assurent l'encadrement technique et la vulgarisation. En plus des campagnes de vaccination, ces départements apportent un soutien dans la construction des bergeries par l'octroi de subventions.

2.1.10 La chambre de l'agriculture

Il est à noter l'absence de toute activité de la chambre de l'agriculture en matière d'élevage ovin comme l'organisation de manifestations comme les foires et les concours.

2.3. Etude des marges le long de la chaine de valeur du broutard Zemmour Zaer

2.3.1 Présentation des circuits de commercialisation

La figure 2 présente les circuits de distribution des ovins d'abattage.

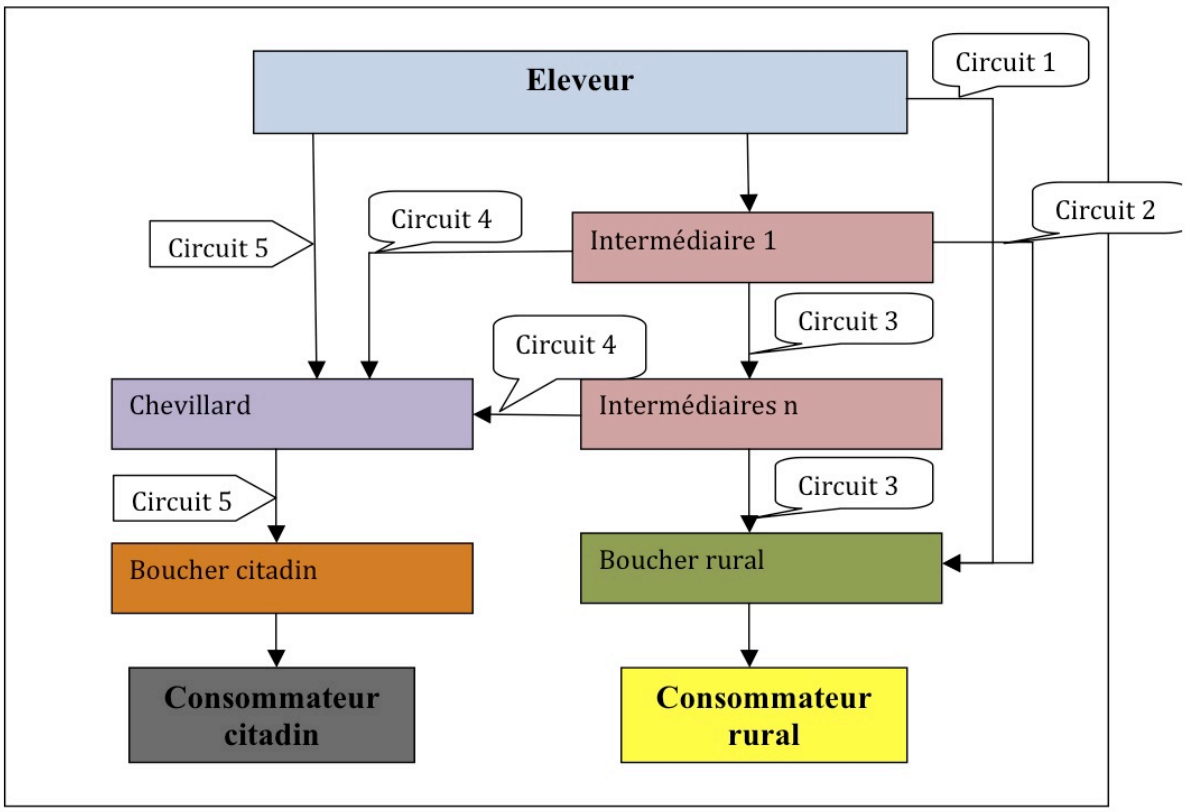

Figure 2. Les circuits de distribution des ovins d'abattage

- **Le circuit 1: Eleveur → Boucher rural**

C'est le circuit le plus court. Les bouchers ruraux achètent directement dans le souk auprès des éleveurs. Pour ce circuit les bouchers viennent des environs du souk.

- **Le circuit 2 : Eleveur → Intermédiaire 1 → Boucher rural**

Au niveau de ce circuit, l'intermédiaire achète chez l'éleveur et revend au boucher rural soit durant le même souk s'il s'agit d'un intermédiaire sur place, soit durant une autre journée de souk s'il s'agit d'un intermédiaire – éleveur qui peut loger les animaux chez lui.

- **Le circuit 3 : Eleveur → Intermédiaire 1 → Intermédiaire 2-n → Boucher rural**

Dans ce circuit long, les ovins changent de propriétaires plusieurs fois durant le même souk avant d'arriver au boucher rural. C'est un cas de figure rare car les changements de propriétaires augmentent les prix. C'est une situation qui peut avoir lieu durant la période de l'Aid Al Adha.

- **Le circuit 4 : Eleveur → Chevillard → Boucher citadin**

Dans ce circuit, les chevillards achètent chez les éleveurs au niveau des souks. Ils ramènent les lots d'animaux vers le centre de consommation de Rabat et Salé.

- **Le circuit 5 : Eleveur → Intermédiaire 1 → Intermédiaire 2-n → Chevillard → Boucher citadin**

Dans ce circuit, les intermédiaires collectent les ovins dans les petits souks pour les ramener vers les souks d'approvisionnement où ils sont achetés par les chevillards pour l'abattage.

2.3.2 Les marges pour les producteurs

Nous allons nous contenter de donner des ordres de grandeur des marges réalisées par les différents intervenants dans la filière ovine sans toutefois prétendre une étude économique au niveau de ses différents maillons.

❖ **Les charges**

La conduite des ovins repose sur l'utilisation des ressources sylvo-pastorales. Les charges inhérentes à la production intéressent les rubriques suivantes :

- La main d'œuvre (gardiennage) ;

Les bergers reçoivent soit un salaire annuel, soit une partie de la production annuelle d'agneaux. Le salaire mensuel varie entre 10 000 et 12 000 dirhams. S'ils sont payés en nature, ils reçoivent le 1/3 de naissances de la campagne. En plus, ils reçoivent des provisions (jelaba, botte et bâche, des pains de sucre, de l'huile, de la farine et des par mois de recharge téléphonique pour le téléphone portable).

- L'alimentation complémentaire ;

L'alimentation complémentaire intéresse les aliments concentrés (orge, son de blé, mais grain et pulpe sèche de betterave) et les aliments grossiers (paille et foin). Pour Les aliments grossiers, la quasi-totalité des élevages utilise la paille ou le foin. En effet, les cultures fourragères occupent une place importante dans la région d'Oulmès. Les éleveurs mélangent soit l'orge-avoine soit l'avoine seule. Les éleveurs assurent leur propre production et ont rarement recours à des achats.

- Achats d'animaux

Souvent les producteurs procèdent à l'achat de bovins de la race Oulmès Zaer pour le renouvellement dans les troupeaux. Environ 20% des éleveurs font appel aux achats de bovin pour le renouvellement dans leurs troupeaux.

- Les traitements vétérinaires.

Les éleveurs font les mesures prophylactiques (déparasitage et vaccinations) en plus des vaccins contre l'éntérotoximie.

En moyenne, les éleveurs estiment les charges à environ 300 à 400 dirhams par brebis et par campagne.

❖ **Les recettes**

Généralement les ventes des agneaux ont lieu en avril – mai – juin pour les agneaux âgés de 6 à 8 mois. La vente des brebis de réforme se fait en août après le pacage des chaumes.

❖ **Les marges**

La marge par brebis varie entre 200 et 300 dirhams par campagne avec un agnelage par an. Avec deux agnelages par an pendant les bonnes années, la marge peut atteindre 400 dirhams par brebis.

2.3.3 Les marges pour les intermédiaires

- **Les intermédiaires éleveurs**

Un intermédiaire éleveur agit souvent dans un petit rayon d'action. Il a la possibilité de loger les animaux qu'il n'arrive pas à écouler le même jour du souk. Souvent cet intermédiaire arrive à gagner 100 à 150 dh par animal.

- **Les intermédiaires sur place**

Un intermédiaire sur place fait souvent plusieurs souks par semaine mais agit dans un petit rayon d'action qu'il ne dépasse pas 60 km. Il n'a pas la possibilité de loger les animaux et se trouve dans l'obligation de vendre le même jour. Ils se contentent d'un bénéfice de 50 à 100 dirhams. Il se peut qu'il revend l'animal acheté au prix d'achat ou un peu moins pour ne pas le garder pour un autre souk.

- **Les intermédiaires externes à grand rayon d'action**

Ce sont des intermédiaires qui travaillent dans un rayon de 100 km et plus. Ils achètent dans les souks de répartition et distribution pour revendre dans les marchés d'approvisionnement (Rabat, Meknès, Khénifra et Khémisset). De ce fait, leurs marges sont plus intéressantes. Elles peuvent dépasser 300 Dh par animal.

2.3.4 Les engraisseurs

Ce sont souvent des éleveurs qui font des opérations d'engraissement pour l'Aid Al Adha. Ils peuvent soit engraisser leurs propres agneaux et antenais, soit acheter des jeunes pour les finir. Les marges réalisées par ces éleveurs varient selon un certain nombre de critères. La moyenne des bénéfices avoisine 300 à 500 dh par animal.

2.3.5 Les chevillards

Les chevillards assurent le commerce en gros des bovins et l'approvisionnement des centres urbains en viandes. En effet, les chevillards s'approvisionnent dans les grands souks comme le lundi d'Ain Aouda, le mardi de Khémisset, le jeudi de Salé et le samedi de Temara et le dimanche de Meknes. Les chevillards disposent souvent d'étables où ils mettent leurs animaux nécessiteux d'une petite finition. Les chevillards assurent l'approvisionnement des bouchers revendeurs en viandes. Souvent les chevillards fournissent la viande aux bouchers à un prix variant entre 55 et 60 Dh selon la période de l'année. Les chevillards font, souvent, des facilités de paiement aux bouchers. Ces facilités peuvent, des fois atteindre, 150 000 à 200 000 dirhams.

2.3.6 bouchers

Concernant cette catégorie, nous pouvons distinguer les bouchers urbains et les bouchers ruraux. Les critères utilisés pour distinguer entre eux sont : 1) le lieu et la forme sous laquelle ils achètent la marchandise, 2) la fréquence d'achat, 3) la différentiation de l'offre et 4) la possibilité de stockage.
C'est ainsi qu'on peut distinguer les bouchers urbains – chevillards et les bouchers purs. Ce qui les différencie, c'est surtout le mode d'approvisionnement. Pour les premiers c'est le souk alors que pour les seconds, c'est l'abattoir. Pour les bouchers ruraux, il y a ceux qui ont une boutique et ceux qui vendent leur viande dans le souk.
Les marges réalisées par les bouchers – chevillards dépendent de la période dans l'année (période de l'herbe ou période sèche). L'exemple d'un boucher chevillard de la ville d'Oulmès illustre ceci (Tableau 1). Ce boucher abat des agnelles durant la période sèche (août à février) qu'il achète au prix moyen de 950 dirhams. Durant la période de l'herbe qui va de mars à fin juillet, il achète des agneaux et des agnelles au prix moyen de 800 dirhams.

Tableau 1. Marges moyennes réalisées par un boucher à Oulmès

• **Période**	**Sèche**	**Herbe**
• **Recettes**		
• Poids de la carcasse	15 kg	17 kg
• Prix de vente du kg	65 Dh	60 Dh
• Prix de vente de la carcasse (1)	975 Dh	1020 Dh
• Abats (2)	100 Dh	80 Dh
• Toison (3)	10 Dh	10 Dh
• Montant des recettes (1) + (2) + (3)	1085 Dh	1110 Dh
• **Charges**		
• Transport + taxes (4)	30 Dh	30 Dh
• **Marge**		
• Prix d'achat + (4) – montant des recettes	105	280

III. Tendance du marché de la viande du broutard Zemmour Zaer

3.1 Animaux commercialisés dans le souk d'Oulmès

Les effectifs des animaux commercialisés dans le souk d'Oulmès pendant une année sont de 27000, 12000 et 19000 têtes respectivement pour les ovins, bovins et caprins. Les prix moyens des ovins selon leur catégorie sont consignés dans le tableau 2.

Tableau 2. Intervalle des prix de ventes des différentes catégories des ovins

Catégories de ovins	Intervalle de prix (en Dh)
Brebis suitée	1500 - 1700
Brebis de réforme	350 - 500
Antenaise	800 - 900
Agneau sevré	800 – 1000
Bélier	1800 - 2500

3.2 Evolution de l'abattage de la viande ovine

La figure 3 présente les effectifs des ovins abattus dans la province de Khemisset avec une précision pour ceux abattus dans le cercle d'Oulmès. Les effectifs abattus dans la province de Khemisset connaissent une importante variation durant ces quatre dernières années. En propostion ceux abattus dans le cercle d'Oulmès ont connu une progression très significative durant la même période. Ces effectifs ont doublé entre 2007 et 2010 ; ils représentaient à peine à peine 16% en 2007 des abattages de la province en comparaison à plus de 33% en 2010.
La figure 4 présente le tonnage de viande réalisé durant les quatre dernières années dans la province de Khémisset avec une précision pour le cercle d'Oulmès. A l'image des animaux abattus, le tonnage de viande a varié durant les quatre dernières années entre un minimum de 200 et 250 tonnes pour la zone de la DPA de Khemisset.

3.2 Principales contraintes de la filière de viande du broutard Zemmour Zaer

Les principales contraintes sont :

- **Absence d'identification des animaux**

A l'exception des troupeaux encadrés par l'ANOC, il n y a pas d'identification des animaux. La clef pour le succès de la qualification de la viande du broutard est l'identification pour connaitre l'historique de l'animal (traçabilité).

- **Insuffisante de l'alimentation**

Cette insuffisance se fait sentir surtout pendant l'hiver qui coïncide avec la période d'agnelage (fin de gestation et lactation) et la période de soudure. Ce manque d'alimentation

est dû à la faiblesse des stocks, la cherté des aliments concentrés et le peu de vulgarisation sur les atouts d'une conduite alimentaire raisonnée. La disponibilité des aliments aux éleveurs doit être assurée à travers création d'unité de vente d'aliments à l'image de celle installée à Azrou.

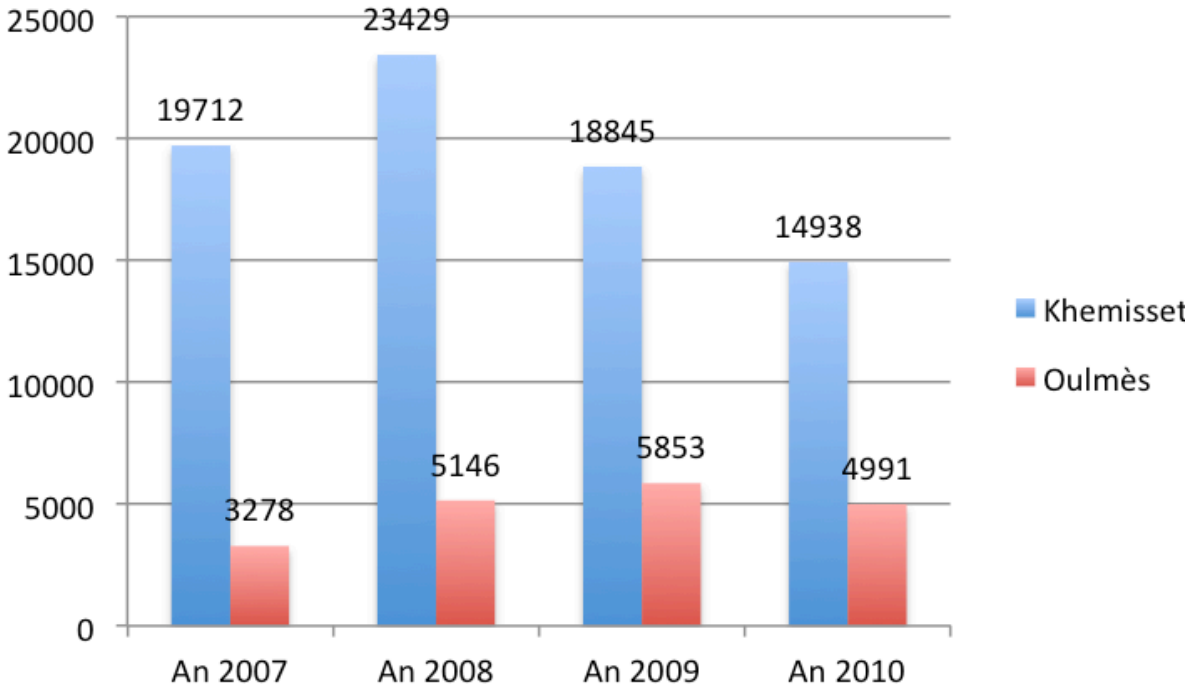

Figure 3. Les effectifs des ovins d'abattage pour la province de Khémisset et le cercle d'Oulmès

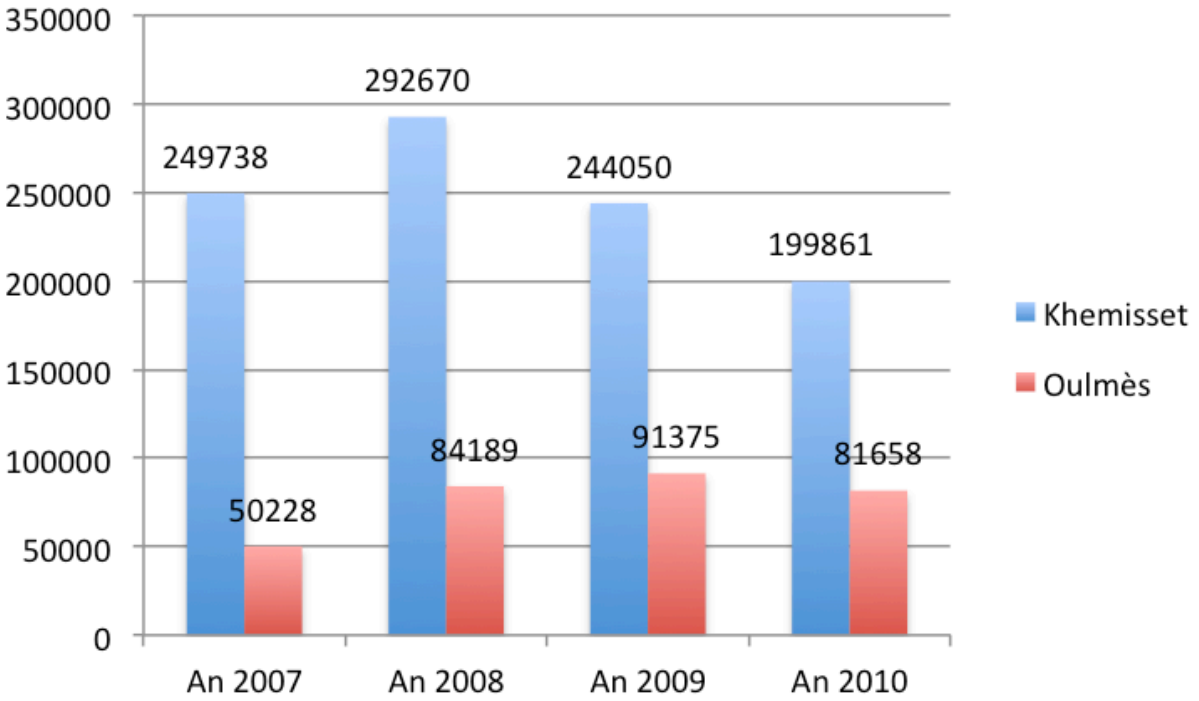

Figure 4. Les quantités de viande ovine (en Kg) d'abattage pour la province de Khémisset et le cercle d'Oulmès

- **Incertitude sur la place des parcours dans l'élevage.**

Les parcours n'assurent plus leur rôle comme ils le faisaient avant à cause de la forte pression de pâturage qui diminue le disponible fourrager. C'est la flore des parcours qui confère au produit son originalité. Il y a lieu de préserver ces ressources pastorales à travers un programme d'amélioration en étroite participation et collaboration avec les éleveurs.

- **Insuffisance de la couverture sanitaire**

Le parasitisme interne et externe ainsi que l'entérotoxémie constituent des fléaux qui pèsent lourds sur la productivité des troupeaux. Il faut trouver les mécanismes pour améliorer la couverture sanitaire des troupeaux là où l'ANOC n'est pas encore impliquée.

- **Circuit de commercialisation peu profitable aux éleveurs**

Les circuits de commercialisation sont peu propices à l'éleveur. Une des raisons est l'obligation des éleveurs à vendre à des moments peu propices. La main mise des intermédiaires sur le souk minimise les marges des éleveurs. La vente sur pieds est certainement peu profitable aux éleveurs.

- **Artificialisation des systèmes d'élevage**

La transformation des systèmes alimentaires conduit les éleveurs à octroyer de plus en plus généreusement des aliments concentrés (achetés ou produits) à tous les types d'agneaux, dans le souci d'intensifier les modes d'élevage en améliorant les performances de croissance et de reproduction, mais peut être en réduisant la qualité de la viande.

- **Absence des conditions d'abattage**

A part les abattoirs municipaux, les autres sont des tueries qui se présente commet une simple structure composée d'une seule salle où se déroule l'ensemble des opérations (saignée, dépouillement, pré-découpe des carcasses, lavage des tripes et des boyaux, contrôle vétérinaire, …).

- **Faible organisation professionnelle des éleveurs**

Dans la région de Rabat – Salé – Zemmour – Zaer, il y a l'ANOC. Cependant, les missions de l'ANOC sont davantage orientées vers l'amélioration génétique et rarement la commercialisation pour la race Timahdit.

IV. Proposition de plan de développement pour la filière viande de la race Oulmès Zaer

4.1 Justificatif et objectifs

L'élevage a toujours constitué la principale source de revenu des ruraux de cette région. Le système d'élevage pratiqué repose sur l'utilisation des parcours naturels et sur la transhumance saisonnière du cheptel, tout en faisant appel à des ressources complémentaires. La diversité floristique des parcours fait l'image des agneaux de la région. Cette diversité est

accentuée par la complémentarité entre les aires de pâturage. Par ailleurs, les éleveurs ont une bonne perception de la végétation et utilisent des critères pour faire un diagnostic de la végétation (estimation de l'abondance des espèces, de la richesse floristique, connaissance des caractères de chaque espèce…).
Tous les ingrédients sont réunis pour promouvoir la production d'un broutard ou agneau d'herbe à l'image de ce qui s'est fait dans d'autres pays (agneau Siteron dans la région de PACA : Provence Alpes Côte d´Azur) ou le broutard Catalan en France. Ces ingrédients sont

- Une zone à tradition d'élevage
- Un effectif ovin important
- Une flore diversifiée
- La bonne technicité des éleveurs
- Les habitudes culinaires

L'objectif est la mise en œuvre d'un programme pour la valorisation du broutard de Zemmour Zaer moyennant la qualification de sa viande comme produit de terroir.

4.2 Les résultats attendus

- **Amélioration de l'alimentation des troupeaux**

Les éleveurs basent l'alimentation des troupeaux ovins sur les ressources sylvo-pastorales. Ce qui se traduit par un amaigrissement hivernal sévère. La conduite alimentaire des brebis doit prendre en considération l'état physiologique des animaux et la période de l'année. L'alimentation des ovins doit se faire en respectant leurs besoins. Un effort de vulgarisation du rationnement de l'alimentation des ovins est nécessaire. Par ailleurs, l'amélioration des conditions d'acquisition des aliments concentrés par le biais de coopératives de service peut faciliter l'approvisionnement des éleveurs.

- **Etablir un calendrier prophylactique**

Un tel programme vise à contrecarrer les dominantes pathologiques comme les maladies parasitaires (parasites internes et externes) et l'entérotoximie.

- **Améliorer l'habitat des animaux ;**

La conception de bergerie doit répandre aux normes techniques propres aux ovins. Normalement les services au niveau des DPA aident les éleveurs dans ce sens.

- **Résoudre le problème de la main d'œuvre qui devient de plus en plus rare ;**

Il est de plus en plus difficile de trouver des bergers. Parmi, les raisons pour un tel phénomène, nous pouvons évoquer la faible rémunération des bergers. Le métier de berger est souvent mal vu et sous estimé. Une école de bergers peut relever le métier de berger.

- **Organisation des éleveurs**

Comme le broutard Zemmour Zaer est un agneau de 8 à 12 mois élevé avec le lait de sa mère et l'herbe de pâturage sans précision de la race, une nouvelle organisation professionnelle

s'impose. L'organisation professionnelle qui portera le projet doit être structurée autour de la production et la commercialisation du broutard Zemmour Zaer à l'image de l'Association CESAR qui s'occupe de l'agneau Sisteron. En effet, l´association CESAR, groupement qualité viande de la région Provence Alpes Côte d´Azur, regroupe dix entreprises (organisations de production et sociétés commerciales) représentant 700 éleveurs et près de 100 salariés pour produire et commercialiser plus de 200 000 agneaux par an.

- **Amélioration des conditions d'abattage :**

L'abattoir doit répandre aux normes d'hygiène. Les conditions d'hygiène dans l'abattoir doivent être vérifiées moyennant des analyses régulières. Tout est mis en œuvre pour garantir le confort et l'hygiène des ovins avant et après l'abattage. Une fois abattues les carcasses doivent être placées immédiatement en chambre froide pour l'opération de ressuage. Les conditions de refroidissement des carcasses sont contrôlées. C'est pendant cette étape que le muscle devient viande.

- **Promotion du broutard Zemmour Zaer**

Le produit de terroir doit être au centre d'un certain nombre d'activités touristiques, culinaires et sportives à limage de l'agneau Catalan en France. En effet, autour des produits de terroir proposés (broutard Zemmour Zaer) il est envisageable de penser à mettre en place des randonnées surtout que la région s'apprête. Une création d'une randonnée intitulée « la route des produits de terroir » peut être proposée tout en l'associant à des activités culturelles sachant les tribus de la région ont un héritage culturel très riche. Les Moussemes peuvent aussi servir pour véhiculer et faire connaître ces produits de terroir.

4.3 Modèle proposé pour le fonctionnement de la filière

Le modèle proposé pour la qualification de la viande du broutard se basera sur les résultats attendus. Un certain nombre de questions méritent une attention particulière :

- L'organisation et le fonctionnement du marché ovin seraient-ils propices à l'émergence de sa qualification ?
- Quels sont les éléments favorables à une telle démarche ?
- Quels en seraient les éventuels obstacles ?
- Y a-t-il en aval des acteurs en position de mettre en marche ce processus de valorisation ?
- Dans quelle zone de la région se fera la qualification ?

4.3.1 Axes stratégiques pour le développement de la filière

La stratégie d'ensemble visant à moderniser la filière et à mieux valoriser le produit dans le cadre d'un développement durable, repose sur les axes suivants :

- Axe 1 : Améliorer la conduite des troupeaux

Sensibilisation des éleveurs à l'intérêt de la conduite des troupeaux ovins par l'organisation d'ateliers. Cette sensibilisation devra couvrir tous les aspects de la conduite :

- ✓ **Identification des animaux**

L'identification est l'étape préalable dans tout projet de qualification. Cette identification facilitera la traçabilité de l'animal tout au long de la filière (de l'élevage jusqu'à l'abattoir).

- ✓ **Amélioration de l'alimentation des troupeaux**

Les éleveurs basent l'alimentation des troupeaux bovins sur les ressources sylvo-pastorales. L'alimentation doit être à base de produits végétaux (transhumance et pâturage) et minéraux exclusivement. Quand les disponibilités fourragères des parcours font défaut les fourrages tels que le foin constituent la base de leur ration. En période estivale, le pacage des chaumes apportera l'essentiel aux ovins. Pour satisfaire tous leurs besoins surtout en période de forts besoins, la ration peut être équilibrée avec du foin, des céréales ou des aliments complémentaires achetés. La ration alimentaire doit couvrir les besoins (besoin d'entretien, besoin d'allaitement, besoin de croissance et besoins d'engraissement).

- ✓ **Amélioration de l'acquisition de l'alimentation des troupeaux**

Il est tout à fait envisageable d'organiser les éleveurs pour l'acquisition des aliments à l'image de ce qui se fait dans d'autres régions du Maroc comme le Moyen Atlas (Azrou).

- ✓ **Etablir un calendrier prophylactique**

Les traitements vétérinaires devront couvrir les dominantes pathologiques qui prévalent dans la région notamment les parasites internes, externes et l'entérotoximie. Ces traitements doivent être sont enregistrés sur un cahier sanitaire d'élevage. De même, les ordonnances et le cahier sanitaire doivent être conservés sur l'exploitation pendant 5 ans au minimum.

- ✓ **Améliorer l'habitat des animaux ;**

La conception d'étables doit répandre aux normes internationales. Pour créer les conditions de production optimales pour les ovins et surtout assurer leur bien être, les bâtiments doivent être maintenus propres, suffisamment éclairés et aérés.

- ✓ **Résoudre le problème de la main d'œuvre qui devient de plus en plus rare ;**

Il est de plus en plus difficile de trouver des bergers. Parmi, les raisons pour un tel phénomène, nous pouvons évoquer la faible rémunération des bergers. Le métier de berger est souvent mal vu et sous estimé. Une école de bergers peut relever le métier de berger.

- Axe 2 : Amélioration des circuits de commercialisation

Les circuits de commercialisation sont peu propices à l'éleveur. Une des raisons est l'obligation des éleveurs à vendre à des moments peu propices. La main mise des intermédiaires sur le souk minimise les marges des éleveurs. La vente sur pieds est certainement peu profitable aux éleveurs.

Le circuit de commercialisation est un circuit relativement peu favorable à l'éleveur. Le commerçant de bestiaux qui fait la liaison entre les producteurs et les bouchers dans la plupart des ventes contrôle les transactions. Le souk constitue une rupture dans la chaine d'information de l'animal car en l'absence d'identification une fois l'animal change de mains il n'est plus possible de garder sa traçabilité. La question qui se pose est comment faire en sorte à ce qu'il n y ait pas cette coupure pour maintenir le processus de traçabilité ?

Un autre inconvénient de ce circuit est l'instabilité de l'offre. Cette dernière, du fait qu'elle provient en majorité de l'élevage extensif, connaît d'importantes fluctuations dues aux aléas climatiques. Ainsi, le moindre changement des conditions climatiques risque de bouleverser complètement l'offre d'animaux sur le marché. Parfois, il suffit de quelques jours de précipitations pour baisser brutalement l'offre et augmenter les prix. En revanche, une période de sécheresse, même courte, peut augmenter remarquablement l'offre d'animaux et faire baisser les prix.
Le renforcement du circuit de commercialisation doit répondre aux attentes suivantes : i) une meilleure rentabilité pour le producteur, ii) une parfaite traçabilité de l'animal et iii) une stabilité dans l'offre.

- Axe 3 : Organiser la filière

✓ **Création de l'infrastructure : Amélioration des conditions d'abattage**

L'abattoir doit répondre aux normes internationales. Il doit disposer de toutes les installations d'abattage et les conditions de refroidissement des carcasses. Les mesures d'identification des carcasses puis des pièces de viande permettent en permanence de remonter jusqu'au bovin vivant. Chaque bovin doit arriver à l'abattoir correctement identifié : il porte ses deux boucles et est accompagné de son Passeport Bovin.

✓ **Organisation des éleveurs**

La création d'une organisation professionnelle s'impose. L'organisation professionnelle qui portera le projet doit être structurée autour de la production et la commercialisation du broutard Zemmour Zaer. Elle devra assurée la promotion de ce produit

- Axe 4 : Promouvoir la filière

Le produit de terroir doit être au centre d'un certain nombre d'activités touristiques, culinaires. En effet, autour des produits de terroir comme le broutard Zemmour Zaer il est envisageable de penser à mettre en place des randonnées surtout que la région s'y apprête. Une création d'une randonnée intitulée « la route des produits de terroir » peut être proposée tout en l'associant à des activités culturelles sachant les tribus de la région sont connues par la richesse de leur héritage culturel en relation avec l'élevage des ovins. Les Moussemes peuvent aussi servir pour véhiculer et faire connaître ce produit de terroir. La fête de la transhumance peut constituer un événement pour véhiculer et faire connaitre le produit et par la même occasion sauvegarder un tel héritage qui participe à la préservation de l'intégrité écologique de l'écosystème.

- Axe 5 : Assurer le développement durable de la filière

Le développement durable de la filière nécessite une formation des techniciens et un encadrement des éleveurs en matière de conduite technique des troupeaux. L'encadrement des éleveurs doit toucher aux aspects de la conduite des troupeaux et à la préservation des ressources pastorales. Pour éviter tout disfonctionnement au niveau des organisations professionnelles qui portent le projet, il est indispensable d'organiser des formations pour leurs responsables.

Le tableau 3 donne la déclinaison des axes stratégiques.

Tableau 3. Déclinaison des axes stratégiques en actions

Axe 1 : Améliorer la conduite des troupeaux **Partenaires : DRARSZZ, ONSSA, organisations professionnelles locales**
Action 1. 1 : Sensibilisation des éleveurs
Action 1.2 : Organisation des éleveurs
Action 1.3 : Identification des animaux et des élevages
Action 1.4 : Amélioration de la conduite alimentaire des troupeaux
Action 1.5 : Améliorer les performances de troupeaux
Action 1.6 : Etablir un calendrier prophylactique et améliorer l'habitat des troupeaux
Action 1.7 : Initier la finition des jeunes par les éleveurs.
Axe 2 : Améliorer les circuits de commercialisation **Partenaires : DRARSZZ, organisations professionnelles locales, IAV Hassan II, INRA, ENA de Meknès**
Action 2.1 : Etalement de la commercialisation sur l'année
Action 2.2 : Formation des éleveurs en matière de commercialisation
Action 2. 3 : Commercialisation par le poids au lieu de l'animal sur pieds
Axe 3 : Organiser la filière **Partenaires : Partenaires : DRARSZZ, ONSSA, organisations professionnelles locales, ODECO, IAV Hassan II, INRA, ENA de Meknès, Privé**
Action 3.1 : Amélioration des conditions d'abattage
Action 3.2 : Organisation des éleveurs
Axe 4 : Promouvoir la filière **Partenaires : DRARSZZ, organisations professionnelles locales, ODECO, Ministère du tourisme, Privé**
Action 4.1 : Adopter des mesures incitatives pour l'investissement dans la filière
Action 4.2 : Améliorer en associant la filière à des activités culturelles et touristiques
Axe 5 : Assurer le développement durable de la filière **Partenaires : DRARSZZ, organisations professionnelles locales, ODECO, Ministère du tourisme, Privé**
Action 5.1 : Assurer la formation et l'encadrement des techniciens de la filière
Action 5.2 : Assurer la formation des éleveurs
Action 5.3 : Assurer la formation des responsables des organisations professionnelles

4.3.2 Chronogramme de réalisation : Projet de valorisation de la viande du broutard Zemmour Zaer

INSERER tableau du chronogramme des réalisations.