

Analyse des achats de gibier en fonction de critères de nature sociologique, économique et géographique

par

Ph. BURNY, Ph. LEBAILLY et Y. SIX

Chaire d'économie rurale
Faculté des Sciences Agronomiques de l'Etat
B-5800 GEMBLoux

1. Introduction

A partir du panel des consommateurs de l'Institut Economique Agricole (I.E.A.), on peut caractériser les achats de gibier faits par le Belge au cours de l'année 1985.

Les données contenues dans le panel ont été rassemblées auprès d'un échantillon permanent de 3.000 ménages en moyenne répartis propor-

tionnellement à l'ensemble de la population.

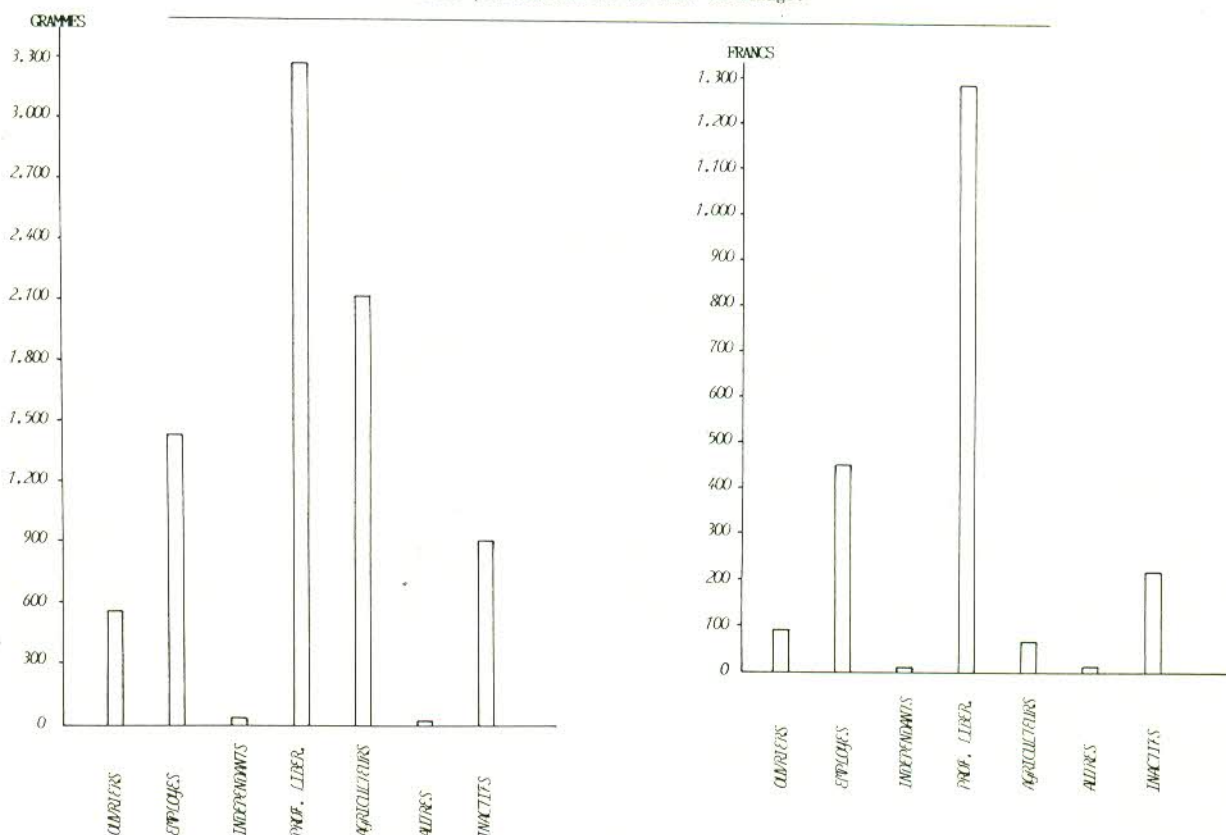
Les ménages retenus fournissent régulièrement et itérativement pendant 14 jours des données relatives aux achats et à l'auto-provisionnement en viande de gibier.

L'interprétation des résultats d'un panel, élaborés en fonction d'un seul critère socio-économique, demande toujours une grande prudence, parce que,

le plus souvent, plusieurs critères corrélés entre eux influencent en même temps la consommation et le comportement d'achat.

De l'analyse de la consommation moyenne des ménages groupés selon un premier critère, on pourrait conclure à une différence significative dans le comportement d'achat des différents groupes, alors que la cause réelle est, en réalité, un second critère

GRAPHIQUE 1 : Répartition des quantités achetées et des dépenses réalisées par ménage selon la situation socio-professionnelle du chef de ménage.



socio-économique fortement corrélé avec le premier.

2. Généralités

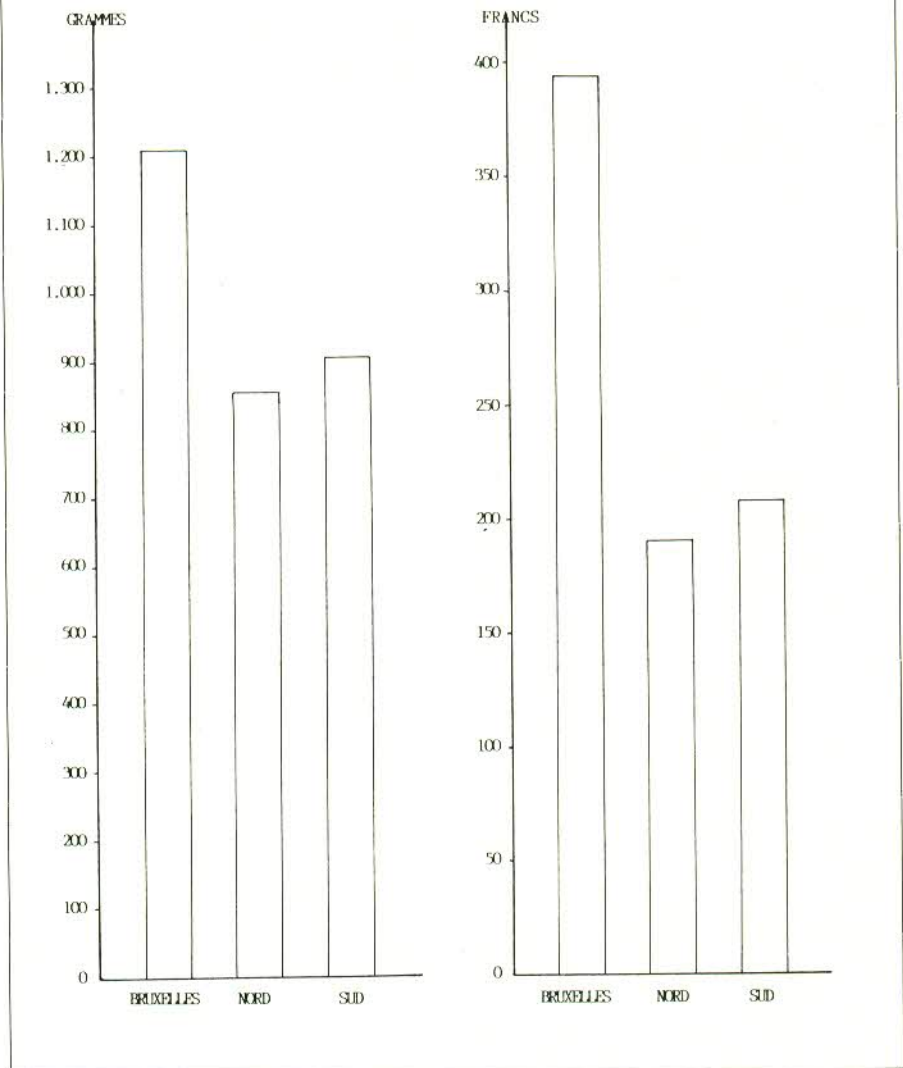
Parmi les 96.093 achats de viande recensés dans le panel de l'I.E.A. en 1985, seuls 279 concernent la viande de gibier, la quantité globale achetée s'élevant à 423 kg.

Pour l'année considérée, le Belge a consommé, en moyenne, 330 grammes de gibier, ce qui représente une quantité globale de 2.982 tonnes consommées à domicile et une dépense de 726 millions pour l'ensemble des ménages du Royaume.

Parmi les différentes catégories de gibier reprises dans l'enquête de l'I.E.A., le faisan arrive en tête (37 % des quantités consommées); il est suivi respectivement par le lièvre (26 %), le lapin sauvage (17 %), le cerf (12 %), le sanglier (4 %), les «autres catégories» (3 %) et la perdrix (1 %).

On enregistre également un important effet saisonnier, la majorité des achats (76 %) étant concentrée durant le dernier trimestre de l'année. Le panel des consommateurs permet l'étude de la répartition des achats selon le jour de la semaine. On observe des différences appréciables, les «jours d'achat» étant le lundi et le samedi et les «jours creux» le mercredi et le dimanche.

GRAPHIQUE 2 : Répartition des quantités achetées et des dépenses réalisées par ménage selon les régions.



3. Critères de nature sociologique

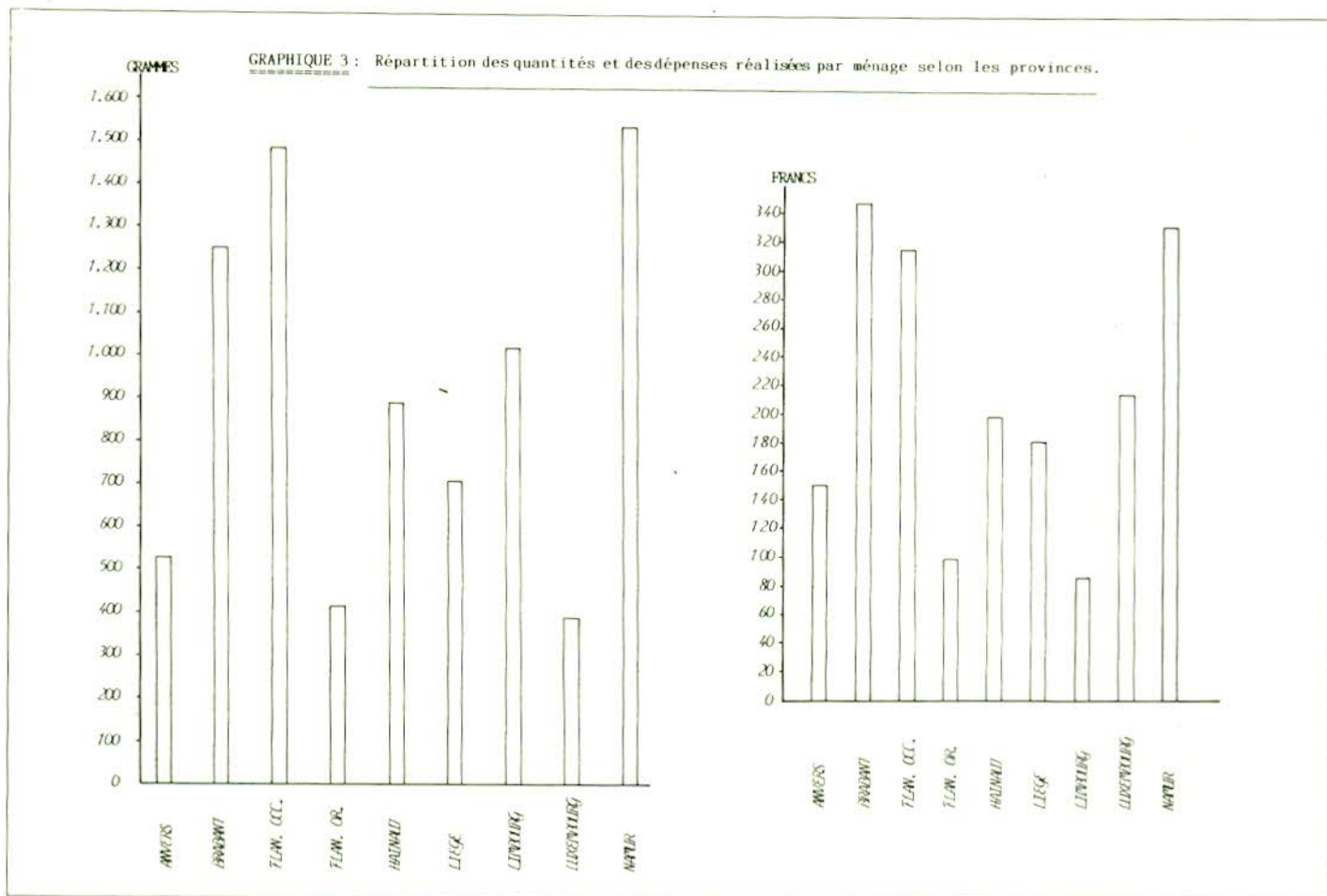
Le dépouillement du panel des consommateurs permet, entre autres, de caractériser le comportement d'achat des Belges en fonction de différents critères de nature sociologique: l'âge et la profession de la ménagère, la situation socio-professionnelle du chef de ménage et la taille du ménage. La majorité des achats de gibier sont réalisés par des ménagères âgées de 51 à 65 ans et non actives.

Plus précisément, on obtient la répartition suivante pour les deux critères envisagés:

Critère	Quantités achetées (%)
— Age de la ménagère	
< 36 ans	9
de 36 à 50 ans	27
de 51 à 65 ans	48
> 65 ans	16
— Profession de la ménagère	
Ouvrière	2
Employée	19
Indépendante	3
Non active	76

Le graphique 1 permet d'apprécier les quantités achetées et les dépenses réalisées par ménage selon la situation so-





cio-professionnelle du chef de ménage.

On soulignera les différences sensibles qui existent entre les différentes catégories étudiées et l'importance de l'auto-approvisionnement en gibier des agriculteurs.

Enfin, la consommation fluctue selon la taille du ménage. Les familles nombreuses (plus de 5 personnes) et les isolés consomment des quantités faibles de gibier alors que les ménages constitués de cinq à deux personnes semblent apprécier ce type de viande.

4. Critères de nature géographique

4.1. La région

Parmi les trois régions du pays, Bruxelles compte pour 18,2 % de la consommation totale, le Nord pour 49 % et le Sud pour 32,8 % (graphique 2).

Par ménage, on constate une consommation moyenne fort semblable entre le Nord et le Sud (931 et 979 gr.) mais nettement supérieure à Bruxelles (1.312 gr.).

S'intéressant à la dépense annuelle par ménage, on note l'impressionnante différence entre Bruxelles et le reste du pays. Les ménages bruxellois dépensent en moyenne le double (393,61 F) des ménages flamands (189,15 F) et wallons (209,65 F).

4.2. La province

La consommation moyenne par ménage selon la province varie fortement (graphique 3). C'est le ménage luxembourgeois qui consomme le moins de gibier (378 gr./an), ce qui peut paraître curieux vu sa relative abondance dans cette province. Les ménages anversois

et de Flandre Orientale sont, également, peu amateurs de gibier. Le ménage namurois est le plus gros consommateur: 1.538 gr./an, contre 1.493 gr. pour le ménage de Flandre Occidentale.

La province de Brabant compte, à elle seule, pour un tiers de la consommation totale du Royaume, soit 1.006 tonnes, tandis que la province de Luxembourg n'intervient que pour 26 tonnes. La faible place tenue par le Luxembourg peut s'expliquer par le fait que ses habitants «exportent» une bonne partie des ressources provinciales vers les lieux de consommation que sont les villes et notamment Bruxelles.

Passant aux dépenses annuelles consacrées par les ménages à l'achat de gibier, on constate d'ailleurs que c'est dans le Brabant qu'elles sont les plus élevées (348,68 F). La province de Namur, relativement giboyeuse, vient en deuxième position (331,27 F) et la Flandre Occidentale en troisième position (315,76 F). Les deux provinces où les dépenses sont les plus faibles sont la Flandre Orientale, faible consommatrice, et le Limbourg, province assez pauvre.

PERREE HENRI

Diplômé de l'école d'Armurerie.
Le Monteur à bois de toute crosse sur mesure.

- HOLLAND - ANSON - MAUSER -
SUP. FN. Grd Luxe etc...
- LONGUESSES 3 PIECES OU 1 PIECE etc...

Qualité et prix étudié

Rue St. Léonard, 563 - 4000 Liège
TEL.: 041/27 67 02

Semaine ouvert de 8h à 17h00
Samedi ouvert de 8h30 à 15h30

4.3. Le degré d'urbanisation

22 % du gibier sont consommés dans les communes rurales, 30 % dans les communes urbanisées, 20 % dans les villes régionales et 28 % dans les grandes agglomérations.

Le ménage habitant les communes rurales est, de loin, le plus gros consommateur (1.810,9 gr.), ce qui paraît normal vu la proximité de la source de gibier. Le ménage des communes urbanisées consomme 807,6 gr., celui des villes régionales 1.052,2 gr. et celui des grandes agglomérations 841,8 gr. Les ménages des communes urbanisées, les plus faibles consommateurs, sont aussi ceux qui dépensent le moins (172,99 F). La somme par ménage consacrée à l'achat de gibier est la plus importante dans les villes régionales (310,49 F). Les ménages des communes rurales ne sont pas les plus dépensiers en ce domaine: 248,50 F/an. En fait, ceci s'explique par le niveau d'autoconsommation plus élevé (Graphique 4).

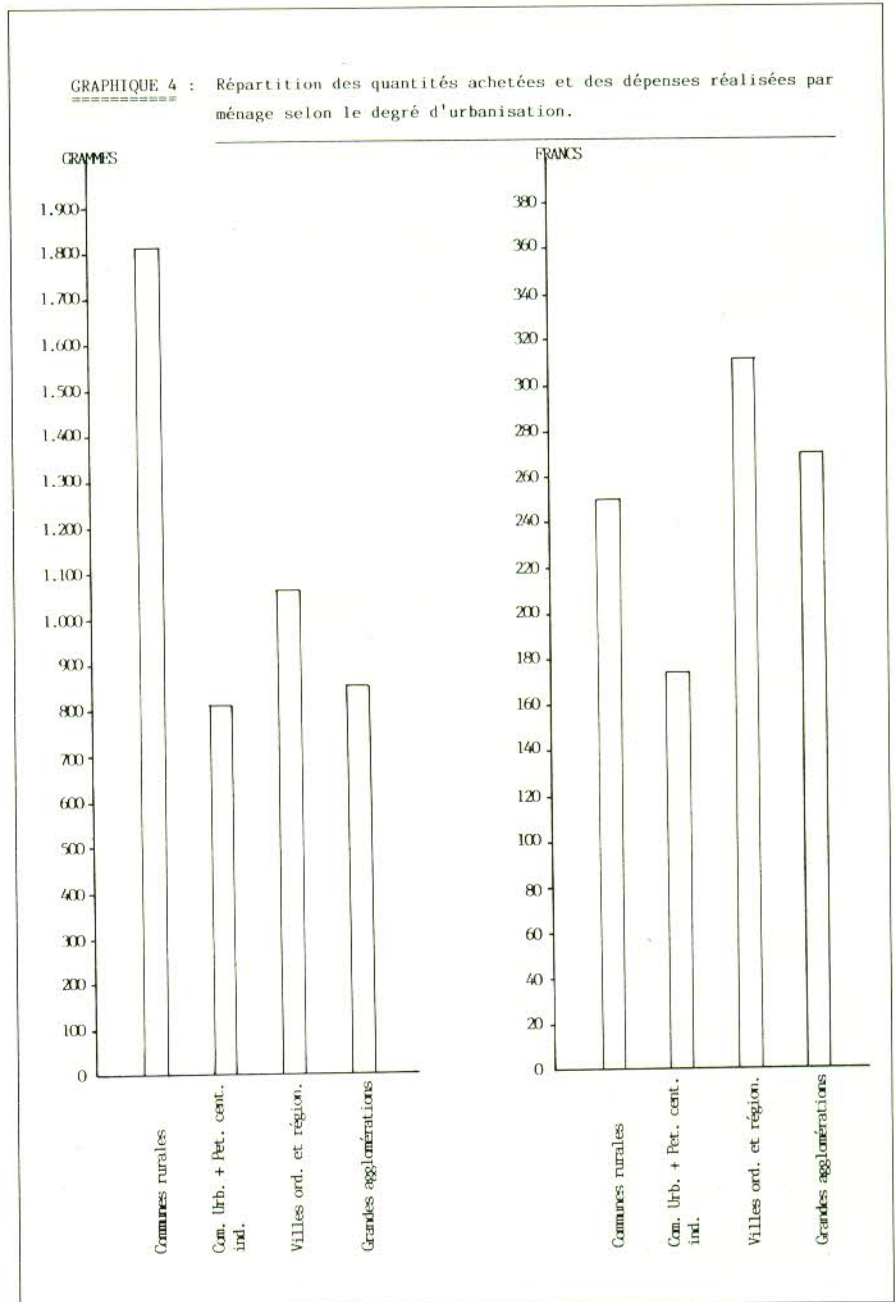
5. Critères de nature économique

5.1. La classe de revenus

La consommation des ménages selon la classe de revenus (graphique 5) n'indique pas de tendance particulière pour des revenus allant jusque 780.000 F/an. Par contre, les ménages de la classe de revenus 780.000 - 840.000 consomment nettement plus que ceux des classes de revenus inférieurs. A partir de 840.000 F, la différence est fort marquante, puisqu'on atteint une consommation double de celle de la classe précédente (3.834 gr. contre 1.920,8).

En ce qui concerne les sommes par ménage, on constate que ceux dispo-

GRAPHIQUE 4 : Répartition des quantités achetées et des dépenses réalisées par ménage selon le degré d'urbanisation.



OFFRE D'EMPLOI

Organisateur de Safaris
cherche assistant(e) part-time
pour travaux de bureau
à Bruxelles

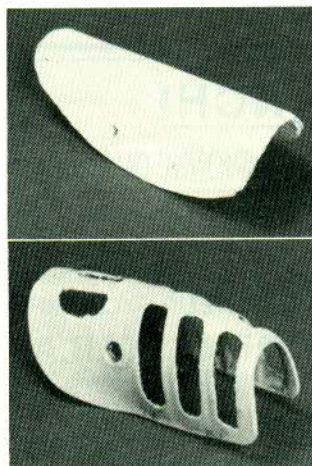
Connaissance de la Chasse et
des langues indispensable
(FR-NL-ANG)

Bonne présentation

Age sans importance

Téléphoner au **02/538 83 30**

après le 15 juin



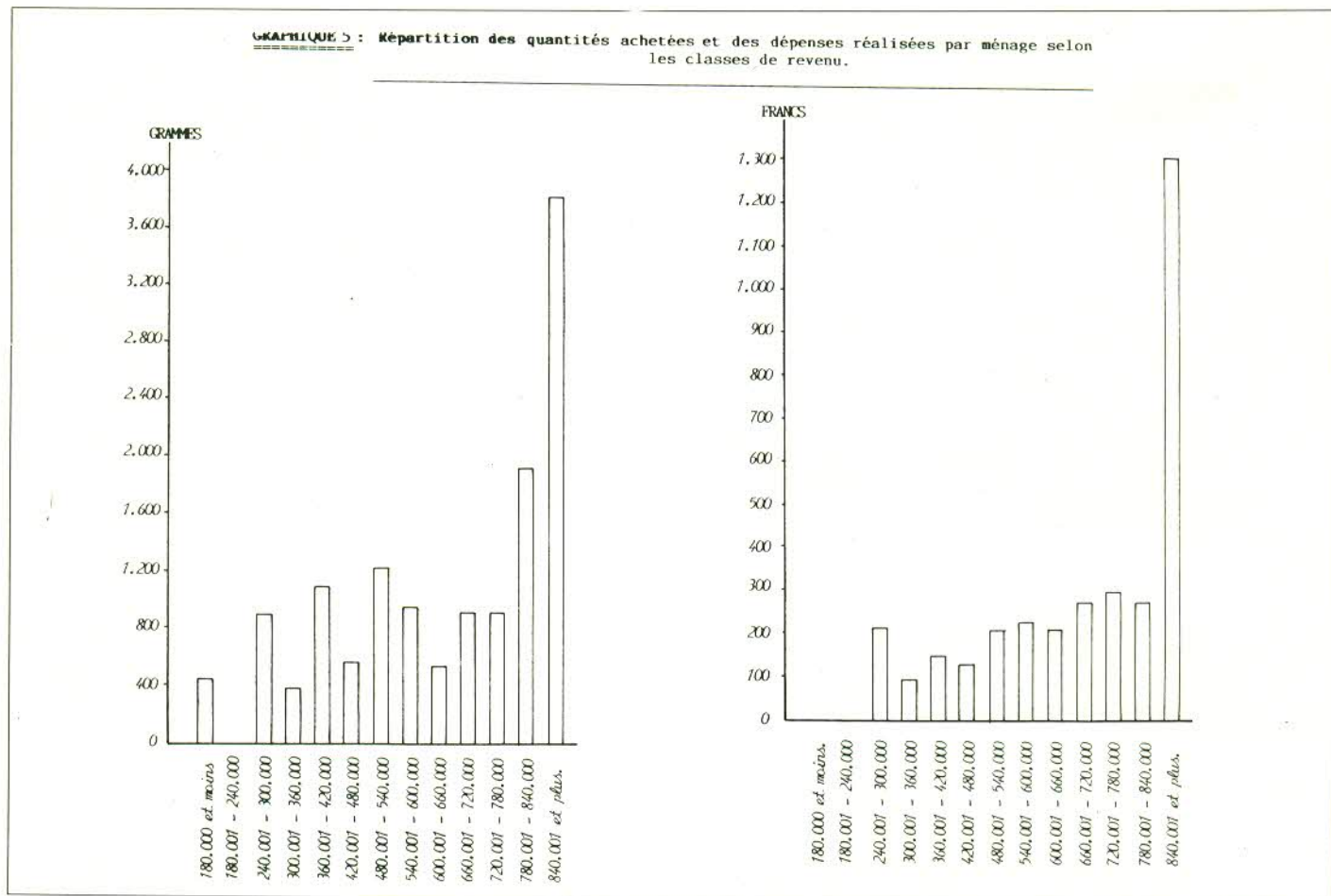
CANNIBALISME?

- 1 Couvre-bec N° 1 de 6 à 11 semaines
Couvre-bec N° 2 de 11 à 20 semaines

offrent une
PROTECTION TOTALE
contre le picage

PERFECTA FARM
Wapenaert 6, 9190 SINAAI
Tél.: (091) 48 29 69

«KARTIQUE 5» : Répartition des quantités achetées et des dépenses réalisées par ménage selon les classes de revenu.



sant de revenus inférieurs à 240.000 F ne dépensent rien pour l'achat de gibier (autoconsommation). Ensuite, jusqu'à 840.000 F/an, on ne peut établir de relation nette entre les dépenses et le revenu. Pour les ménages disposant de revenus annuels supérieurs à 840.000 F, les dépenses font un véritable bond: 1.307, 4 F, soit plus de quatre fois le maximum des autres classes.

5.2. Type d'approvisionnement

Sur les 2.982 tonnes de gibier consom-

mées en Belgique, 46 % sont achetées dans des petits magasins, 24 % dans des grandes surfaces et 30 % proviennent de l'autoconsommation. La grande distribution a donc un rôle relativement réduit dans le commerce du gibier.

6. Conclusion

Le panel des consommateurs de l'Institut économique agricole constitue un véritable outil qui permet d'analyser le comportement d'achat des consom-

mateurs belges en fonction de critères variés.

Une vaste gamme de produits peuvent être étudiés. Parmi ceux-ci figurent différentes catégories de viande de gibier dont les achats ont été caractérisés en fonction des principaux critères socio-économiques et géographiques.



MAIONCHI
DIX FOIS CHAMPIONNE DU MONDE

**A NOUVEAU EN VENTE CHEZ
TOUT BON ARMURIER**

**IMPORTATEUR EXCLUSIF:
EURO ARMS P.V.B.A.
KAPELLEVDSTR. 18
2530 BOECHOUT
TEL. (03) 455 75 09 - (03) 455 75 10**

**S.A. JEAN CRAB
& SES FILS**

Courtiers d'Assurances

s'attache avec soin
aux règlements des sinistres

Chée de Charleroi 214-216
1060 Bruxelles
Tel.: (02) 538 60 90 - Telex 62257