

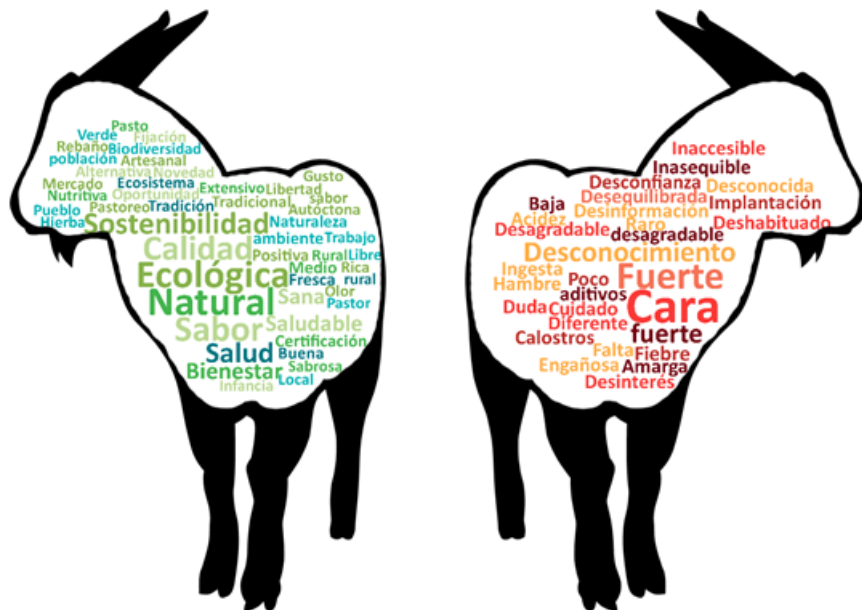
## Dans les conditions animales, la question de la sortie des chèvres et du pâturage

De nombreux systèmes andalous de production de lait de chèvre ont encore le pâturage comme base de leur alimentation. L'IFAPA a réalisé une étude au niveau andalou sur la demande de lait de chèvre de pâturage et les possibilités de sa commercialisation. Les travaux ont été réalisés en collaboration avec la SCA Los Filabres (Almería) et l'Université de Séville.

Dans un premier temps, une évaluation de la prédisposition du consommateur à l'égard de ce produit en Andalousie a été réalisée et, à cette fin, un échantillon représentatif de consommateurs andalous a été interrogé (n = 423). Sur la base des réponses, les consommateurs ont été regroupés en trois groupes, en fonction de leurs habitudes d'achat et de leur opinion sur le concept de lait de pâturage : i) QUALITÉ ET PÂTURAGE ENGAGÉS (n=210), ii) PASTORAL (n=139) et iii) ENGAGÉS MAIS INDÉCIS (n=70). Les résultats indiquent que les consommateurs apprécient positivement le lait de chèvre, en particulier ceux du premier groupe, généralement les personnes âgées, et qu'ils seraient plus disposés à payer pour ce produit, en l'associant à des idées telles que la santé, la protection de l'environnement et la qualité sensorielle.

Par la suite, une analyse de texte mixte a été effectuée, en utilisant trois mots d'association par consommateur en ce qui concerne le lait de chèvre de pâturage (n = 1072), c'est-à-dire qu'on a demandé au consommateur de donner trois attributs à l'expression « lait de chèvre de pâturage ». Sur l'ensemble des réponses, 955 étaient positives (89,09 %), 52 négatives (4,85 %) et 65 neutres (6,06 %). La figure 1 montre les mots qui, selon les consommateurs, définissent le lait nourri à l'herbe : plus la taille de la police est grande, plus la répétition du terme est importante.

**Graphique 1. Mots d'association positifs (à gauche) et négatifs (à droite) des répondants concernant le lait de chèvre de pâturage**



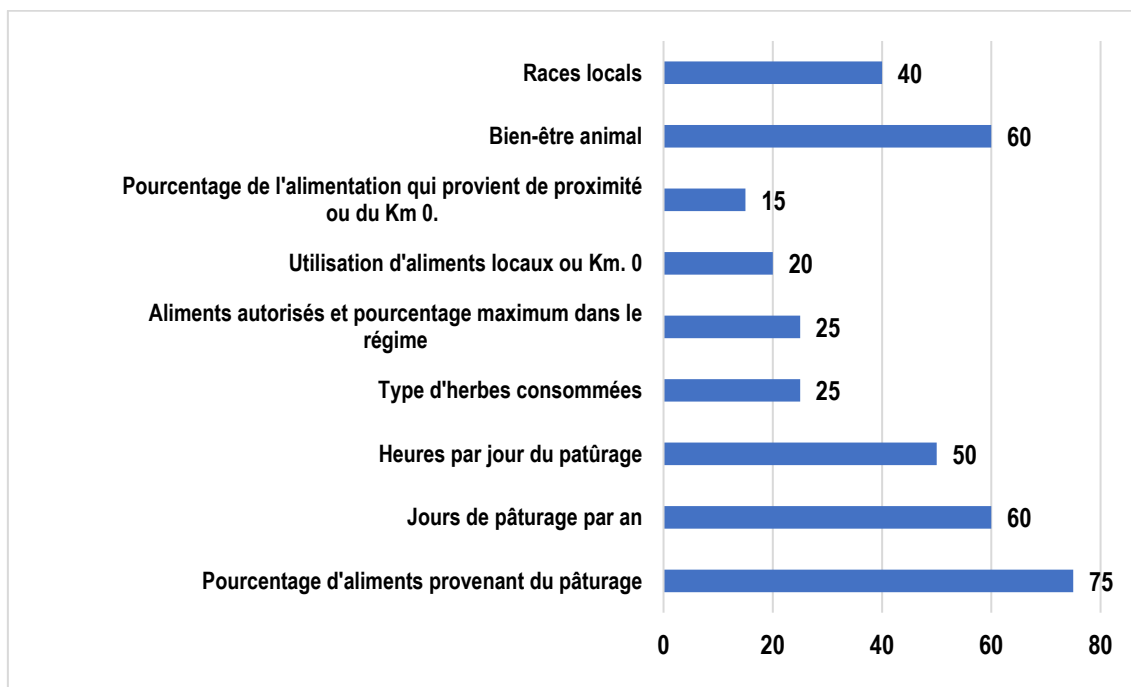
L'étude, en plus de recueillir l'opinion d'acheteurs potentiels, travaille également avec quatre autres groupes cibles : les agriculteurs, les fromagers, les techniciens et les chercheurs. Ainsi, le deuxième groupe testé après les consommateurs était celui des chercheurs, avec un total de 20 experts caprins d'universités et de centres de recherche d'Andalousie.

Le premier résultat est que les participants estiment que le marché du lait de chèvre de pâturage devrait être renforcé. L'un des principaux problèmes qui se posent actuellement pour ce type de produit est qu'il n'existe pas de définition normalisée décrivant les conditions à remplir pour que ce produit soit appelé

comme tel. Disposer d'une définition standardisée est essentiel pour 70 % des répondants, et intéressant, mais pas essentiel, pour les 30 % restants.

Quels aspects cette définition devrait-elle inclure ? Eh bien, comme il apparaît dans la figure suivante, la quantité de nourriture qui provient du pâturage serait l'attribut le plus indiqué, suivi des jours de pâturage et de certains critères liés au bien-être animal.

**Graphique 1. Aspects à inclure dans la définition du lait de pâturage (% de réponses, n : 20)**



Quant aux principaux problèmes que ce produit pourrait rencontrer pour son introduction sur le marché, ils seraient l'absence d'un marché clair et parfois le manque de zones de pâturage (figure 3).

**Graphique 2. Principaux problèmes rencontrés lors de la définition du lait de pâturage (% de réponses, n : 20)**

