

Les producteurs plus petits et moins sophistiqués traitent en général avec les *introductores*, des agents à commission, des ramasseurs ou des transporteurs. L'*introductor* livre l'animal vivant à l'abattoir et veille à l'abattage. En règle générale, la carcasse sort entière de l'abattoir pour être débitée en différents morceaux de choix. Le porc n'est pratiquement jamais vendu sous forme de carcasse mais plutôt en morceaux de choix directement par l'abattoir ou l'atelier de coupe. La viande n'est pas réfrigérée après l'abattage ni durant le transport vers l'atelier de découpe parce qu'il est plus facile de la couper au couteau quand elle est tiède. Les entrailles sont pour l'essentiel vendues à des grossistes et la tête est vendue à des commerçants spécialisés qui la découpent et vendent les diverses parties à des fabricants de *queso de puercos*, fromage de tête de porc.

Les emballeurs de viande achètent les pattes et les dos pour produire du jambon fumé, des côtes destinées à faire des côtes fumées, des parures pour les saucisses, le salami et les *chorizo* et des flancs pour le bacon. Les friteurs achètent la *manteca*, le gras, et les peaux pour préparer les *chicharrones*, des fritures, et les *carnitas*, de petits morceaux de viande à frire. Tous ces produits sont souvent vendus sur la rue ou à de petits kiosques. Les boucheries et les supermarchés achètent ce qu'on appelle le *capote*, ou de la viande sans os et sans gras comme les gigots, les filets entiers et les langues. Ils coupent ensuite les gros morceaux en morceaux de détail comme des côtelettes et des filets. Le consommateur mexicain préfère la viande maigre, fraîche, sans os et sans gras apparent.

LE MARCHÉ DE MEXICO

Les consommateurs de Mexico absorbent environ 60 pour 100 du porc mexicain. Le gouvernement est en train de construire neuf ou dix abattoirs qui respectent les *Tipo Inspección Federal (TIF)*, normes d'inspection sanitaire, aux alentours de Mexico et d'autres dans les grands centres de production du porc afin d'essayer de tarir le marché souterrain de la viande «tiède».

Une partie importante du commerce de la viande au Mexique passe par les *Central de Abastos*, allant aux aliments périssables, de Mexico avant de parvenir aux petits détaillants.

Le gouvernement mexicain et la *Comisión Nacional de Porcicultores (CONAPOR)*, Commission nationale des producteurs de porc, se sont lancés dans une campagne nationale pour promouvoir la consommation de porc *TIF* en faisant des promotions et en offrant des rabais aux points de vente.

La consommation totale de Mexico est d'environ 50 000 tonnes par mois. Les entrevues avec des spécialistes du domaine ont révélé que la consommation devrait augmenter de 40 pour 100 pour atteindre 70 000 tonnes en 1996, mais il faut signaler que ces chiffres ont été obtenus avant la dévaluation de décembre 1994.