

vendues aux détaillants, qui les mettent en entrepôt ou dans leur propre établissement. Environ 60 % de la viande est vendue de cette façon. Dans 30 % des cas, l'entrepôt n'intervient pas et l'abattoir vend la viande directement au détaillant. Cela se passe ainsi dans le cas des très grandes entreprises qui ont leurs propres véhicules de transport réfrigérés. Une proportion de 15 % est vendue directement au consommateur par les entreprises totalement intégrées, qui achètent le poulet vivant et le prépare pour le vendre à la firme elle-même ou aux restaurants. Le reste est vendu directement par le producteur aux établissements de transformation industrielle.

Le prix au consommateur final des poulets entiers est 54 % plus élevé que le coût du poulet vivant. Dans le cas des morceaux de choix, comme la poitrine et les pattes, la différence est de 123 %. En plus des morceaux de première qualité que consomment surtout les classes à revenu élevé et moyen, la demande est forte pour les abats, en particulier le foie, ainsi que les ailes, les pattes, le cou et le dos, qui sont utilisés pour les soupes et les bouillons, ou bien coupés finement pour faire des tacos et d'autres plats. Dans les marchés publics, le poulet est vendu habituellement entier avec la tête, les pattes et certains abats (foie, coeur et gésier) ou à l'occasion par morceau. Dans les supermarchés, le poulet entier est sans pattes ni tête et les abats sont inclus séparément. On vend également des morceaux séparés. A l'heure actuelle il est plus courant d'acheter des