

Adopter un raisonnement économique en production équine

2<sup>e</sup> journée du réseau REFerences - 20 novembre 2008

# Un marché complexe, pour un produit singulier

Premiers éléments d'analyse du marché du cheval

---



**Christèle Couzy,  
Institut de l'Élevage**

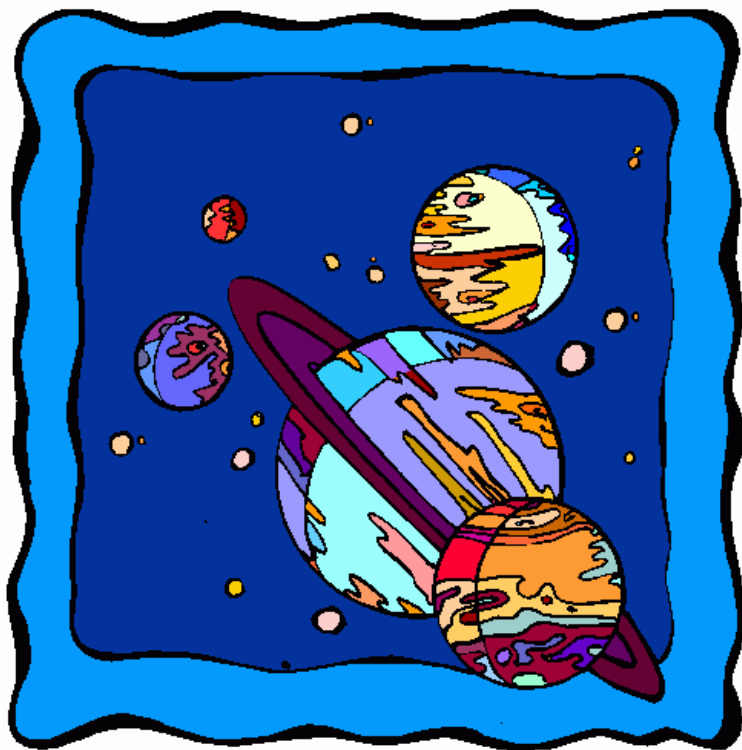
**Réseau Économique de la Filière Équine**



les Haras  
nationaux



# Un constat...



1- Le marché du cheval est **complexe** et plutôt **mal connu**, dans son ensemble

# Un constat...

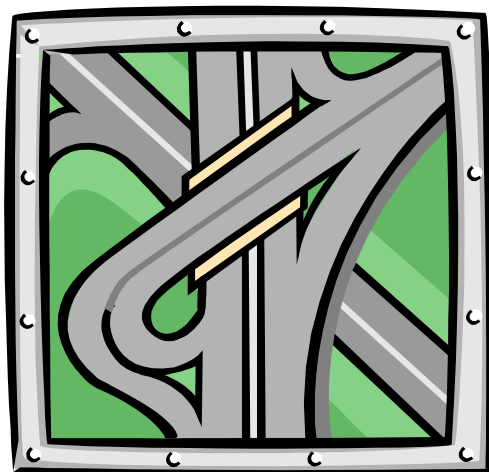
2- De nombreux producteurs parlent, de façon récurrente, de **difficultés de commercialisation**



REFE rences

# Origine des problèmes ?

Structurels ?



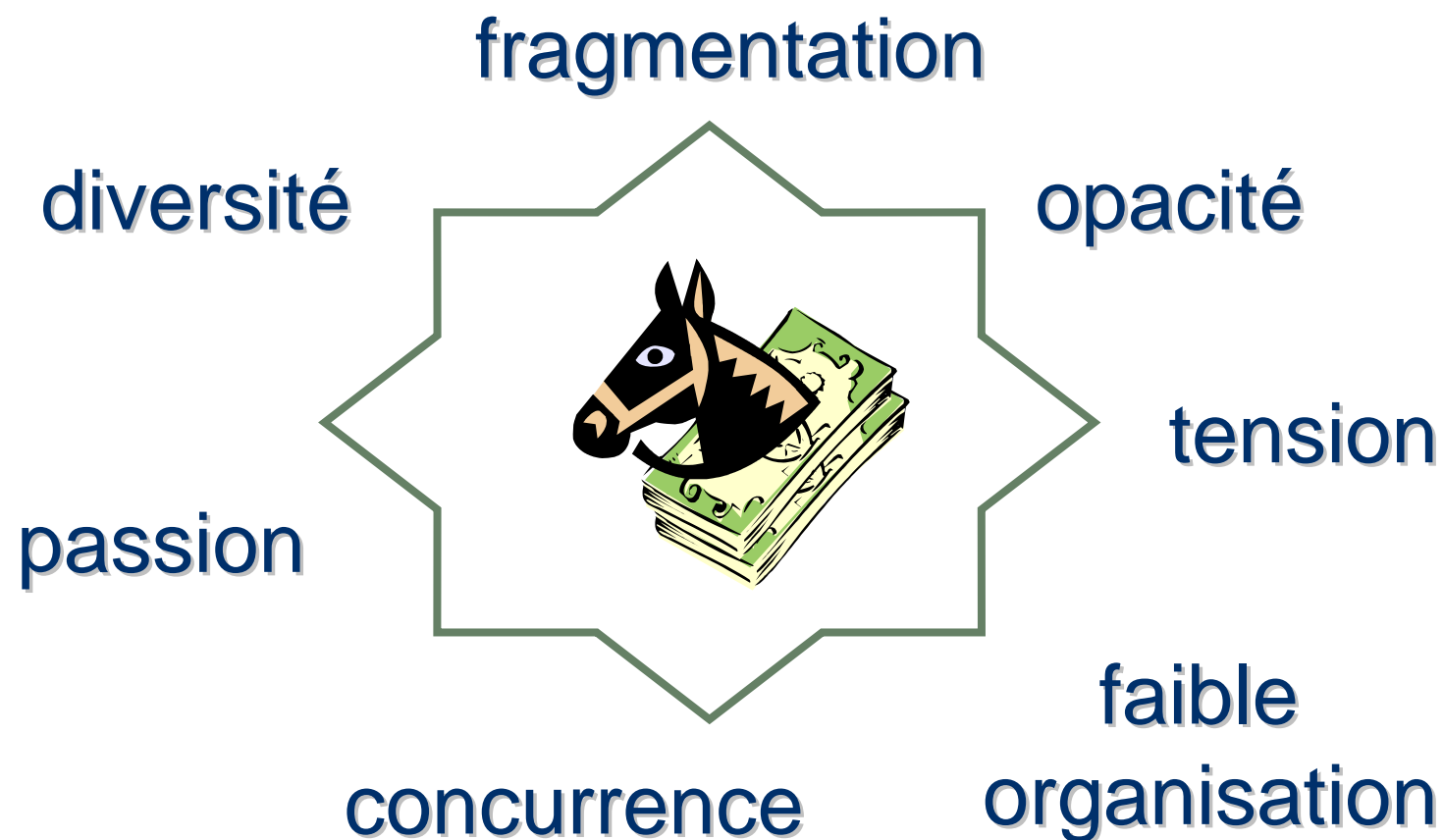
Conjoncturels ?



- 1- préciser ce qu'est le marché
- 2- analyser les causes des pb

REFE rences

# Les 7 dimensions du marché



REFE rences

# 1- La diversité

- **Des usages différents ...**
  - Segments : trot, galop, sport, loisir, trait
  - Sous-segments : saut d'obstacle, endurance...
  - Disciplines nouvelles : western, horse-ball...
- **...et des cavaliers variés :**
  - Cavaliers de plus en plus nombreux
  - Niveaux de performances attendus très variés

 **Marchés différents mais parfois mêlés**

**REFE** rences

## 2- La fragmentation

- **Côté offre, une fragmentation :**
  - numérique : 55 000 naissances et 43 500 éleveurs
  - géographique : un peu de tout partout...
  - économique : pas toujours recherche revenu
- **Côté demande, très grande fragmentation :**
  - Nombreux acheteurs, un peu partout
  - Moyens très variables

## 3- La faible organisation

- Quelques marchés organisés :
  - Viande : engraissement (Italie), abattages connus
  - Course : autour sociétés mères
- Sinon, peu d'interfaces organisées :
  - Utilisation importante du bouche à oreille
  - Quelques foires, compétition
  - Développement Internet

➔ marchés souvent peu structurés

REFE rences



## 4- L'opacité

- **Pas information instantanée :**  
Pas de cotation en temps réel (criée, cadran)
- **Peu références a posteriori :**  
Pas chiffres ventes analysés sauf enchères
- **Mais de plus en plus de données :**  
Études nationales sur prix vente : vers référentiel  
Suivi micro-économique

 **vers moins d'opacité ?**

## 5- La tension

- **Nouvelles cultures :**
  - **Classique** : issue arts militaires, valeurs viriles, performantes et compétitives
  - **Alternatives** : valeurs plus affectives, féminines, hédonistes, juvéniles et « loisir »
- **Conséquences sur les marchés :**
  - **Sport/Loisir** : de + en + races étrangères
  - **Lourd** : tend vers sport, loisir parfois

 **Des marchés sous-tension**

**REFE** rences

## 6- La libre concurrence

---

- **Peu régulation :**  
Installation, production et commerce libre
- **Un marché très concurrentiel :**  
Sans structure collective ; une jungle ?
- **A priori en expansion, pas saturé**

REFERENCES



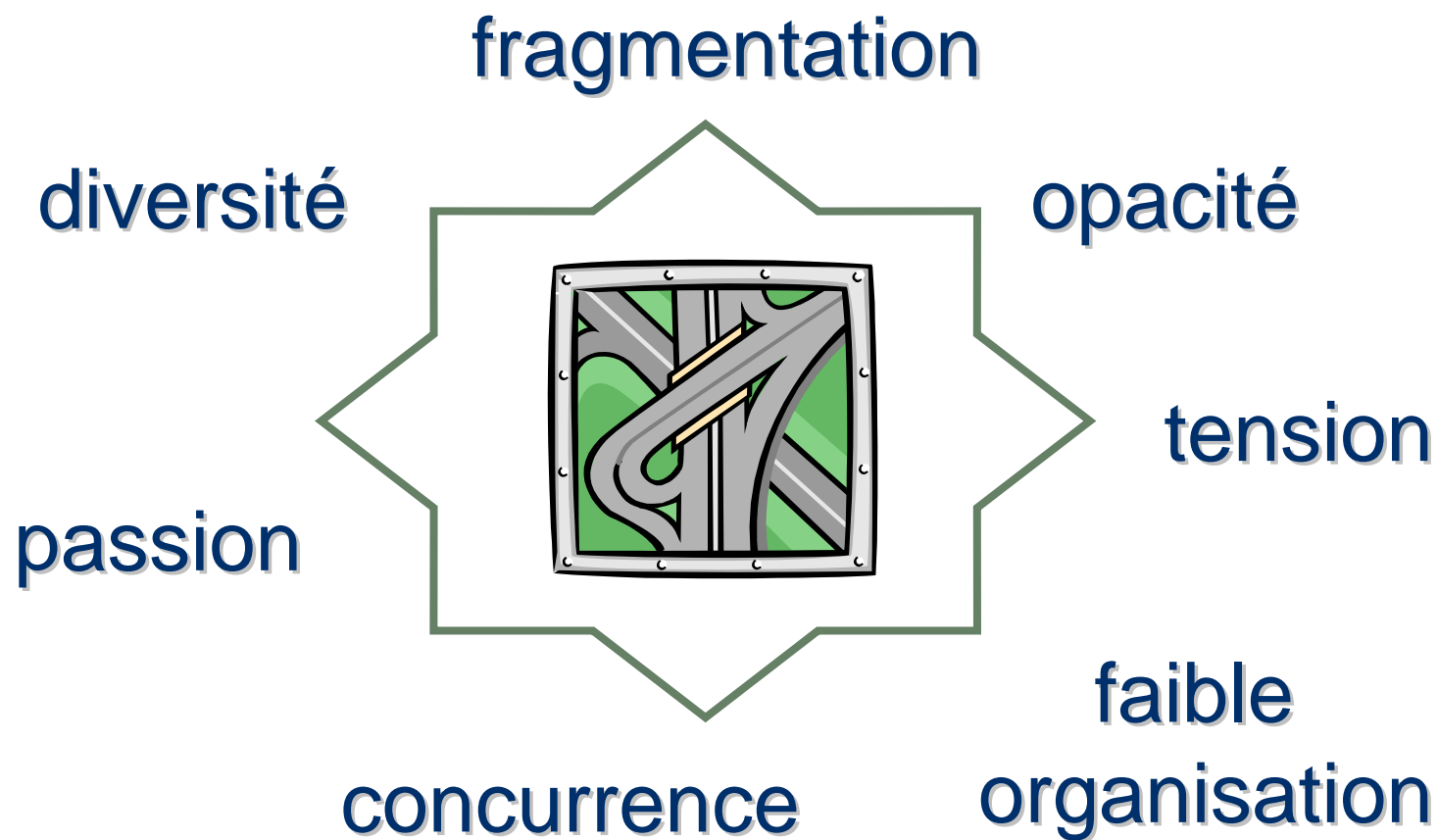
## 7- La passion

- **Producteurs :**  
Passion de l'animal, de l'élevage... du jeu
- **Acheteurs :**  
Certains prix très élevés
- **Mais pas si irrationnel :**  
Car éleveurs souvent doubles actifs, certains gagnent leur vie, choix rationnel... marché existe

 **à creuser**

**REFE** rences

# Donc, un marché structurellement complexe...



REFE rences

# Pourquoi perdurent tensions, opacité ?

---

- Économie classique insuffisante
- Mobiliser la sociologie économique :
  - L'action économique est une action sociale : intérêt + motivations (reconnaissance, statut...)
  - Une approche économique + sociologique

REFE rences



# Premiers éléments

- Forces d'inertie sociale importantes
- Rêve, pas que du court terme
- Produit singulier (Karpik) :
  - « je cherche un bon vin, un bon médecin... »
  - Incomparable, multidimensionnel et incertain
  - DONC opacité naturelle
  - Antidote : dispositifs de jugement (palmarès, guides, bouche à oreille...)

REFE rences



# Applications pratiques

- **Référentiel de prix**
  - Le lier à une description du cheval ?
- **Dispositifs de jugement**
  - Repérer ce qui existe pour le cheval (bouche à oreille, sites Internet...)
  - Identifier les améliorations possibles ou d'autres dispositifs



# Les questions à creuser

---

- Quels sont les dispositifs de jugement mis en place ?
- Qu'achète-t'on ?
- Comment se fixe le prix d'un cheval ?
- Que vend-t'on ?

REFE rences



# Conclusion

Produit symbolique, singulier autant  
qu'économique

Non pas un mais des marchés...  
structurellement opaques, complexes

Néanmoins, moyens pour objectiver les  
produits, éclairer les marchés

... une étude à mener en 2009 ? (COST Hn)

REFE rences

