

## Equidés

## &gt;&gt; Economie

&gt;&gt; L'AUTEUR

Maud LAFON

Rédactrice permanente de la DV

## Professionaliser le marché du cheval : un défi pour la filière

**Bien marchand particulier car véhiculant notamment des valeurs affectives, le cheval fait, presque logiquement, l'objet d'un marché lui aussi très singulier car peu rationnel et pourtant bien réel. Les caractéristiques de ce marché et les voies d'évolution vers une professionnalisation accrue ont été évoquées lors de la dernière Journée de la recherche équine, le 26 février, à Paris.**

Atomisé, opaque, peu rationnel, mais bien réel, le marché du cheval a fait l'objet de premières analyses dans une perspective de sociologie économique dont les résultats ont été présentés par Christèle Couzy, de l'Institut de l'élevage, lors de la 35<sup>e</sup> Journée de la recherche équine, le 26 février, au Salon de l'agriculture.

Ces premières analyses ont été conduites par le biais d'enquêtes téléphoniques menées auprès d'un millier d'éleveurs dans l'optique de mieux cerner le fonctionnement du marché équin et d'étayer les données purement économiques par un éclairage sociologique.

L'intervenante a souligné l'opacité du marché liée d'abord à son opacité structurelle générée par sa diversité, le marché étant très segmenté et fragmenté tant au niveau des éleveurs, l'intervenante citant le chiffre de 35 000 élevages pour 55 000 poulains produits par an, que de la demande, qui émane de nombreux acheteurs individuels. Dans ce marché peu organisé, la transparence des prix n'est pas de mise. La régulation est inexistante et la complexité s'accroît encore du fait de l'existence d'intermédiaires entre acheteurs et producteurs.

### Pas un produit fini

L'opacité du marché naît également de la singularité du produit « cheval ». La qualité d'un cheval est un critère propre aux attentes de chaque utilisateur et donc difficilement comparable. Pour limiter les « incertitudes » liées à ce produit, Christèle Couzy a cité des mécanismes sur lesquels s'appuyer comme l'expertise ou les dispositifs de jugement (liés à la notoriété d'un élevage, d'une lignée, d'un modèle génétique). Néanmoins,

« le cheval n'étant pas un produit fini, il exprime plus ou moins son potentiel », ce qui complique encore le jugement de sa « qualité ».

Promouvoir la transparence des prix et mieux organiser les marchés sont des pistes évoquées pour lever cette opacité du marché équin.

Autre qualificatif attribué à ce marché : son irrationnalité, la plupart des éleveurs et des consommateurs n'étant pas dans une logique de démarche économique. En effet, seuls 12 à 25 % des éleveurs déclarent tirer un revenu de leur activité, 40 % cherchent juste à atteindre un équilibre et, pour un tiers d'entre eux, l'activité d'élevage s'apparente même à une perte d'argent, a précisé la conférencière.

Le rêve et le jeu sont très présents sur ce marché et l'offre est souvent indépendante de la demande, certains éleveurs produisant plus par passion et pour eux-mêmes que pour le marché, ce qui explique peut-être leur mécontentement face aux résultats en comparaison de l'implication qu'ils y mettent.

### Référentiel de prix

Parmi les voies qui permettraient d'optimiser ce marché pourtant bien réel, Christèle Couzy a cité l'amélioration des itinéraires techniques et le travail sur un référentiel de prix. Ces pistes permettraient d'apaiser les tensions qui naissent de la volonté de professionnalisation d'un marché pour l'instant très artisanal et gouverné par l'affectif. L'enjeu vise à allier plaisir et rationalité dans ce marché que l'intervenante a comparé à celui de l'art.

Les données présentées par Christèle Couzy sont préliminaires à un travail de recherche qui sera conduit conjointement par les Haras nationaux, l'Institut de l'élevage et l'Isara, en 2009-2010, et vise à caractériser plus précisément les contours du marché du cheval en approfondissant la connaissance des stratégies de vente et d'achat, des enjeux de la commercialisation, des dispositifs de jugement, de l'intérêt d'un référentiel de prix. ■

*Le marché du cheval est très fragmenté au niveau des éleveurs puisqu'on compte environ 35 000 élevages pour 55 000 poulains produits par an.*



D.R.