

# Marché Viande

Le marché de la viande chevaline :  
perspectives de développement de la  
consommation en foyer et hors-foyer

Début : 2019  
Durée : 3 ans



© G Bretière

La viande de cheval constitue un petit marché en France compte-tenu du nombre de consommateurs en décroissance années après années. Ce recul s'explique par un profond changement culturel dans le rapport à l'animal et son utilisation lors du XX<sup>e</sup> siècle. L'objectif du projet est double : approfondir nos connaissances sur ce marché en interrogeant 1) les consommateurs (ou non) de cette viande afin d'identifier leurs représentations, leurs pratiques d'achat et de consommation et les déterminants de l'intention d'achat de viande de cheval en foyer et hors foyer ; 2) les cuisiniers et chefs cuisiniers, prescripteurs de tendances culinaires, afin d'éclairer leur vision du produit et son potentiel d'intégration dans la restauration.

## Perspectives d'application

La compréhension des représentations et des pratiques des consommateurs de viande de cheval permettra d'en déduire des stratégies commerciales ciblées selon les différents profils identifiés.

Le travail auprès des chefs cuisiniers vise à identifier les raisons pour lesquelles la viande de cheval est si peu travaillée en restauration et à saisir les freins et les opportunités à sa diffusion par ce canal.

Une session créativité avec l'Institut Paul Bocuse permettra de créer un livret de recettes à partir de viande de cheval.



Arnaud Lamy  
Ingénieur d'études  
en sciences de gestion  
INRAE, UMR MOISA



Céline Vial  
Ingénieure de recherche en  
économie de la filière équine  
IFCE  
INRAE, UMR MOISA