

*Mieux connaître les marchés de la filière équine
pour adapter sa stratégie*

3^{ème} journée du Réseau Économique de la Filière Équine - 19 janvier 2010

Pratiques de vente et attentes des acheteurs : pistes pour ajuster offre et demande

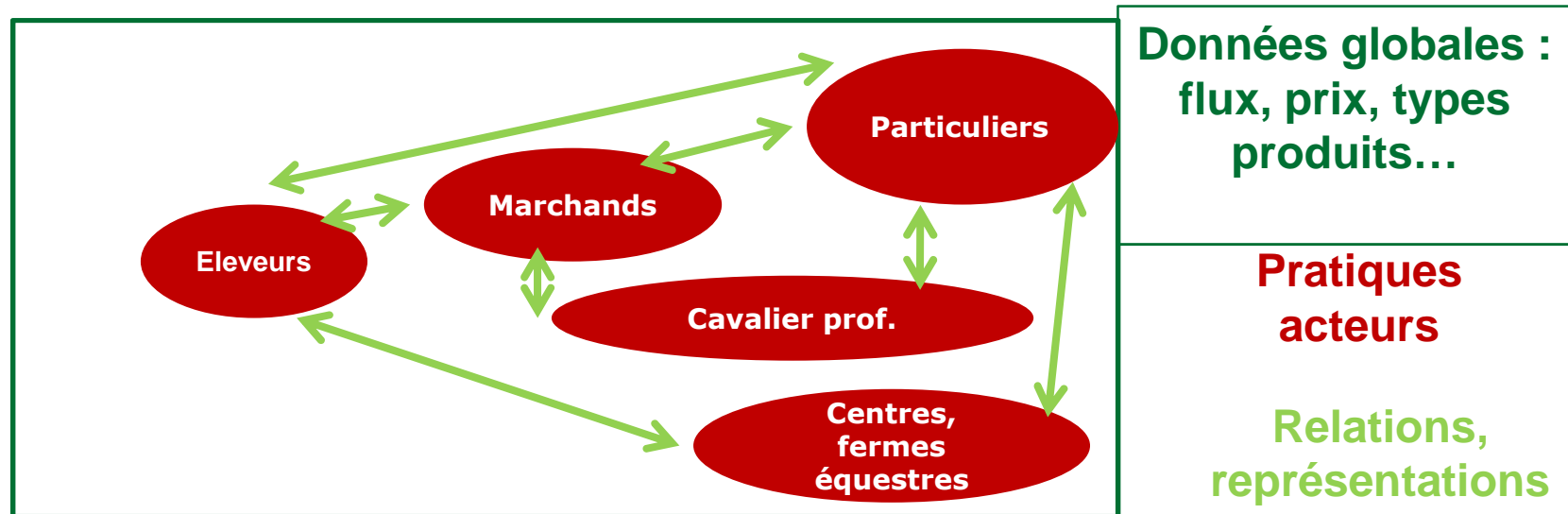
Christèle Couzy
Institut de l'Élevage

Réseau Économique de la Filière Équine



Sources des informations

Étude financée par COST des Haras nationaux, réalisée avec l'ISARA, 2009-2010
« Mieux comprendre le marché du cheval de selle par une approche de sociologie économique »



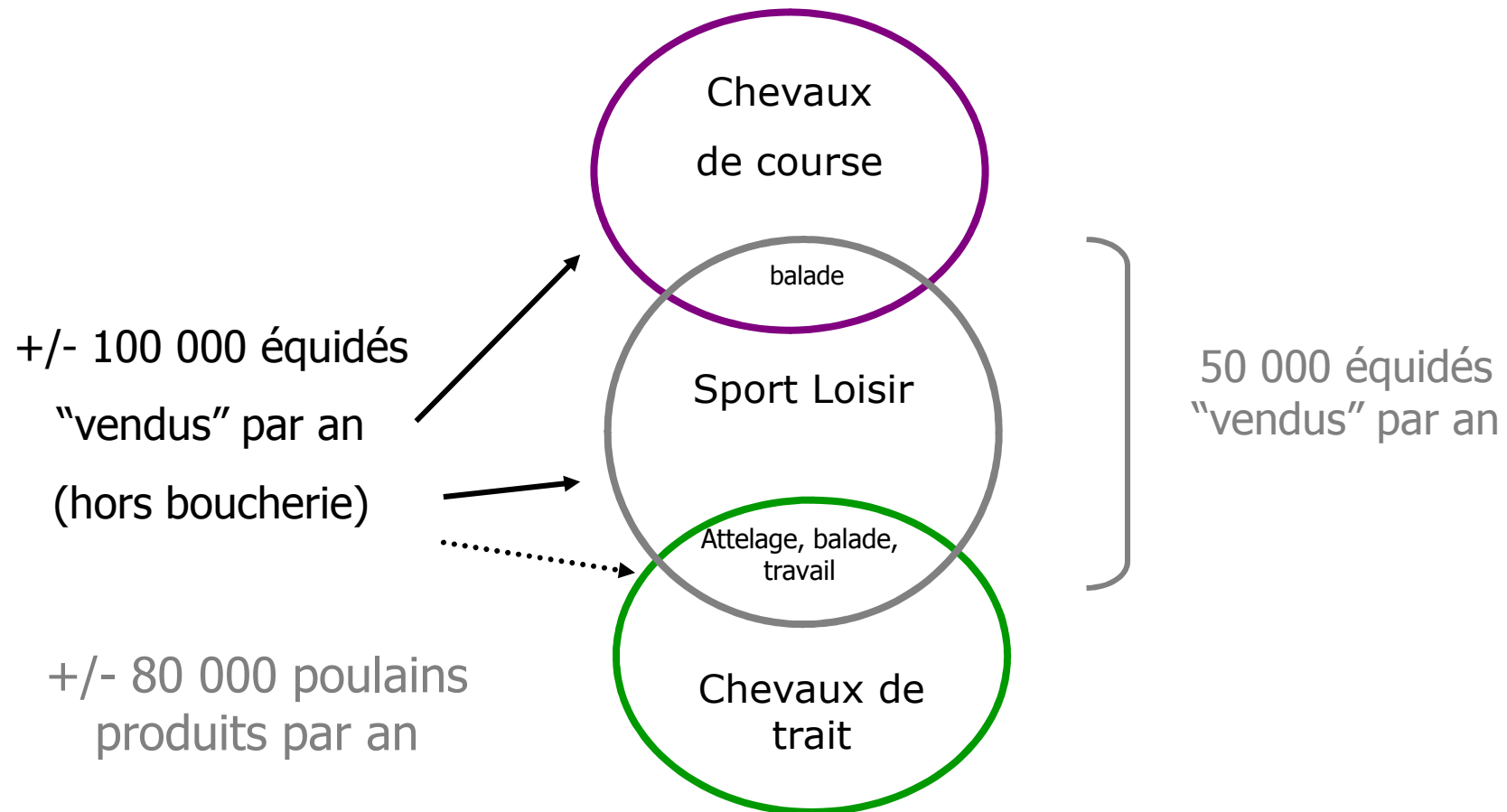
Sommaire

1. Le marché du cheval de selle en chiffres
2. Éléments d'explication
3. Quelles représentations du marché ?
4. Quelles sont les pratiques d'achat ?

Quelles pistes pour les éleveurs ?

1. Le marché du « cheval » de selle en chiffres

Un marché interdépendant



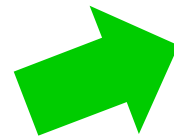
Source : SIRE

Un marché porteur

Nombre de producteurs quasi stable
45 000 éleveurs

35 000 élevages

Importations en croissance
10% (x2 en 5 ans)



environ
50 000
"ventes"/an *



Nombre d'acheteurs potentiels

1.5 millions de cavaliers

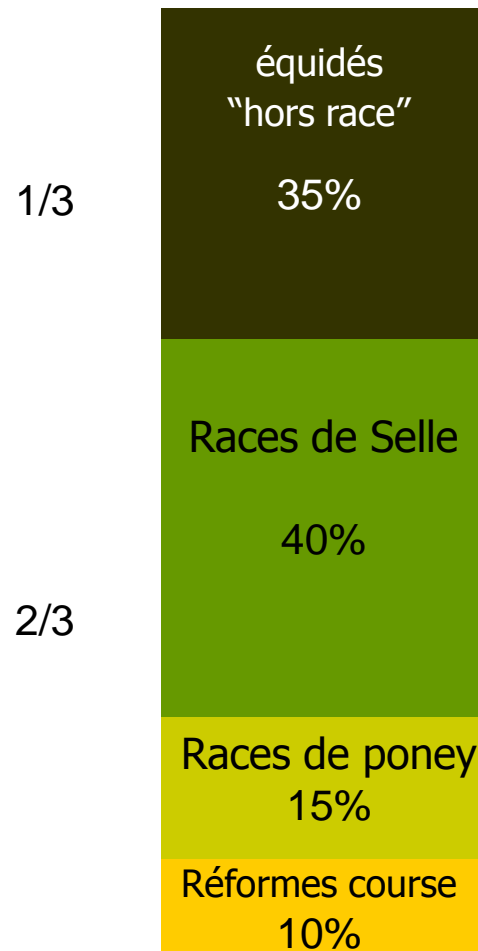
+30% licenciés depuis 5 ans

surtout poneys

* chgt carte propriétaire SIRE

Source : SIRE

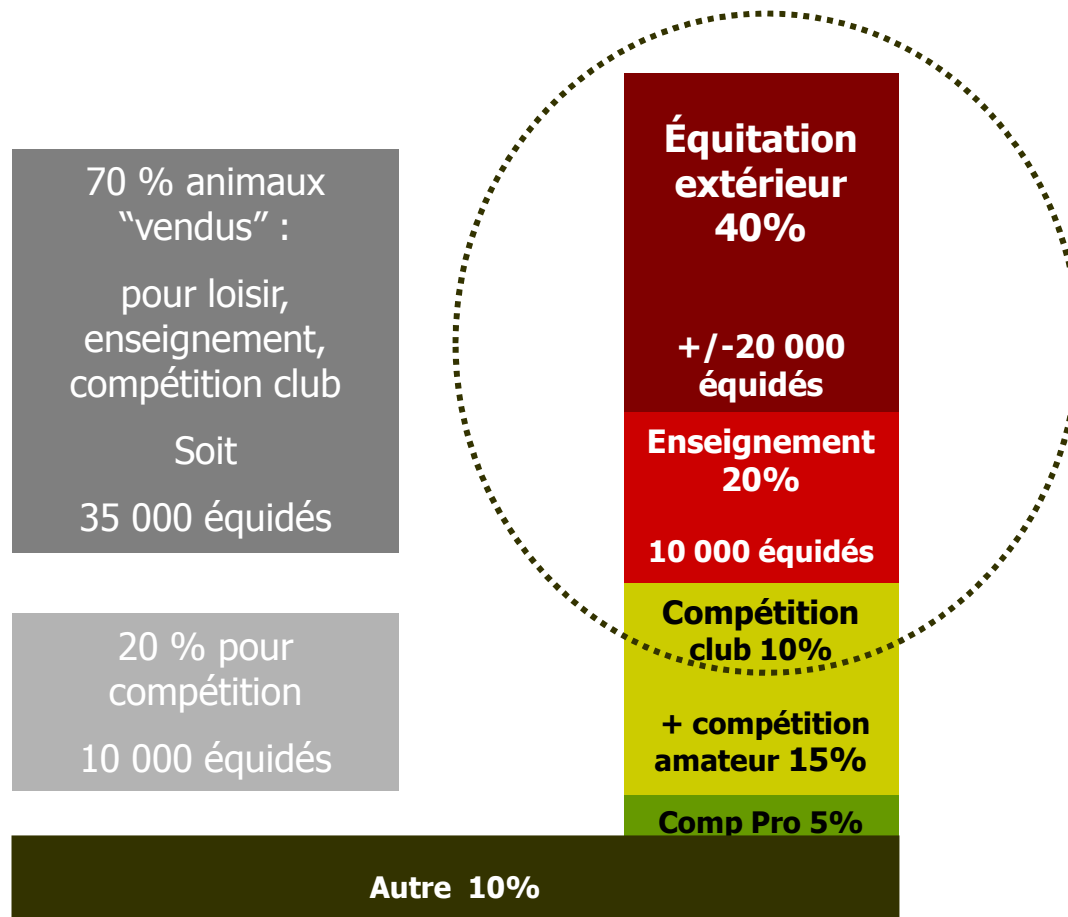
Un marché de « produits » variés



50 000 équidés "vendus" / an

Source : enquête transaction Fival- Hn, 2005-2006 auprès de 4063 achats d'équidés utilisés pour le sport, le loisir, le travail.

Une équitation d'extérieur et d'enseignement



Source : enquête transaction Fival- Hn, 2005-2006 auprès de 4063 achats d'équidés utilisés pour le sport, le loisir, le travail.

Surtout des chevaux « bon marché » mais...

* Moyenne

35 500 équidés

Équitation extérieur
20 000 équidés

X = 2000 €*

Enseignement
10 000 équidés

X = 2500 €*

Compétition club
5 000 équidés à 3700 €*

Autre : potager, thérapie...

5 000 équidés

X = 800 à 2000 €*

Cumulés : 90 000 000 €

10 000 équidés

Compétition amateur
à 7000 €*

Cumulés : 70 000 000 €

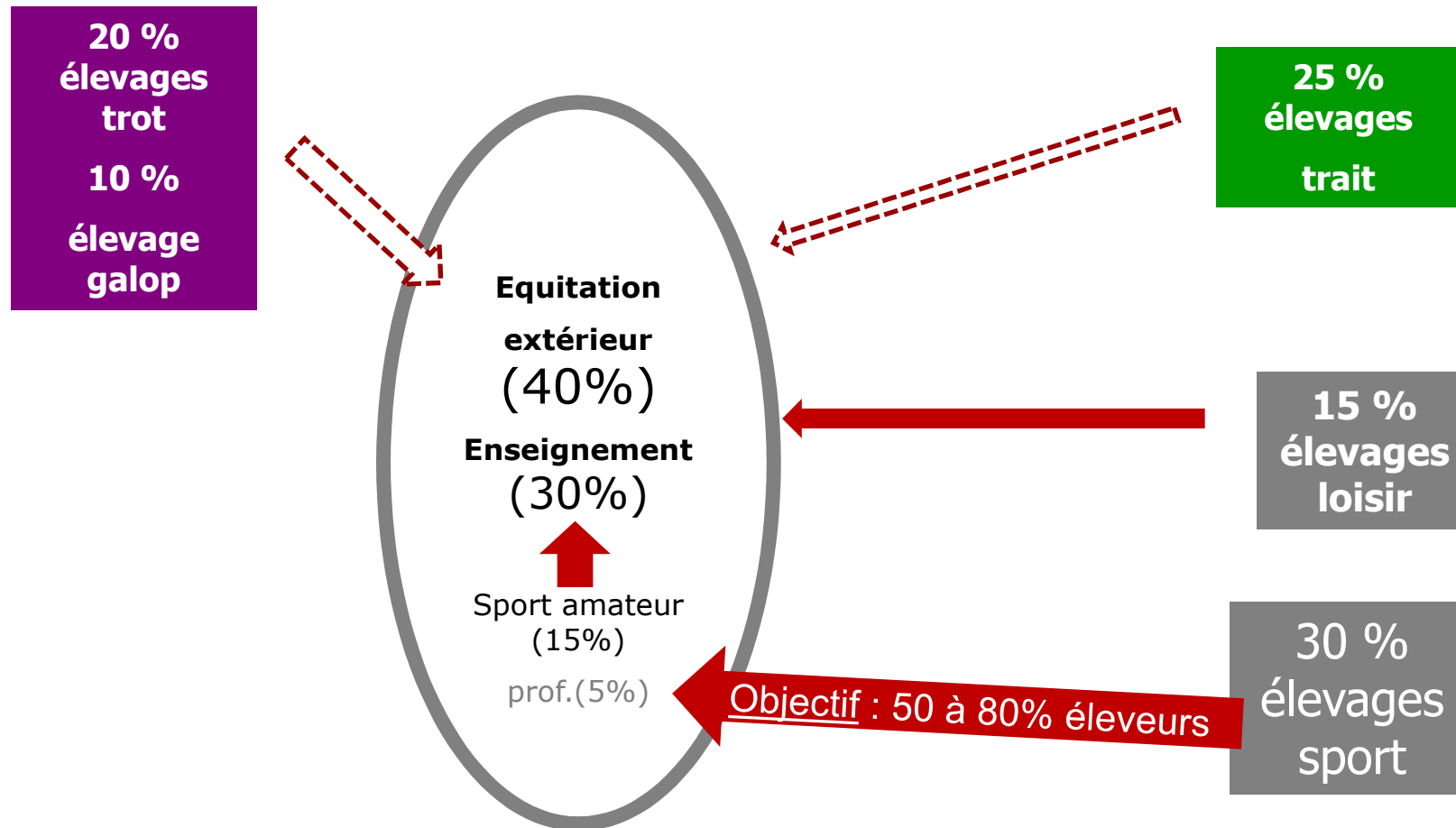
2 500 équidés

Compétition professionnelle
à 12 000 €*

Cumulés : 30 000 000 €

Source : enquête transaction Fival- Hn, 2005-2006 auprès de 4063 achats d'équidés utilisés pour le sport, le loisir, le travail.

Ce que les éleveurs produisent...



Source : enquête transaction Fival- Hn 2005-2006 + traitement base SIRE + enquêtes typo éleveurs IE

Donc, un marché...

1. Des produits « d'élite » **très nombreux**

On **produit** essentiellement des chevaux pour le **sport de haut niveau**, la course...

2. Des produits « d'élite » **trop nombreux ?**

« Objectif » de 8000 naissances par an pour 2500 échanges /an segment sport haut niveau.

3. Un marché qui « **déclasse/requalifie** »

Produits **utilisés** pour l'enseignement, l'équitation d'extérieur

Permet d'avoir des chevaux « **pas chers** »

Donc, un marché...

3. Peu de chevaux **d'extérieur, d'enseignement**

Les chevaux d'élevage « ciblés » équitation d'extérieur sont des chevaux chers, produits sur le même modèle que le sport élite

Questions

Pourquoi ?

Peut-on produire des chevaux « ciblés »
enseignement, extérieur, pas trop chers ?

Peut-on produire moins de chevaux d'élite ?

... qui joue sur les extrêmes

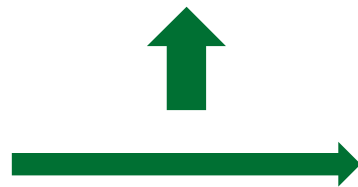
Demande

Offre majoritaire



« Déclassés »

pas offre
« médiane »



Élite sportive

2. Éléments d'explication...

Pourquoi tant d'équidés d'élite ?

Culture française de l'excellence :

- Race « Selle Français » : le « bon » cheval
- Issue arts militaires

Raisons identitaires :

- Produire... c'est aussi se produire

Raisons économiques :

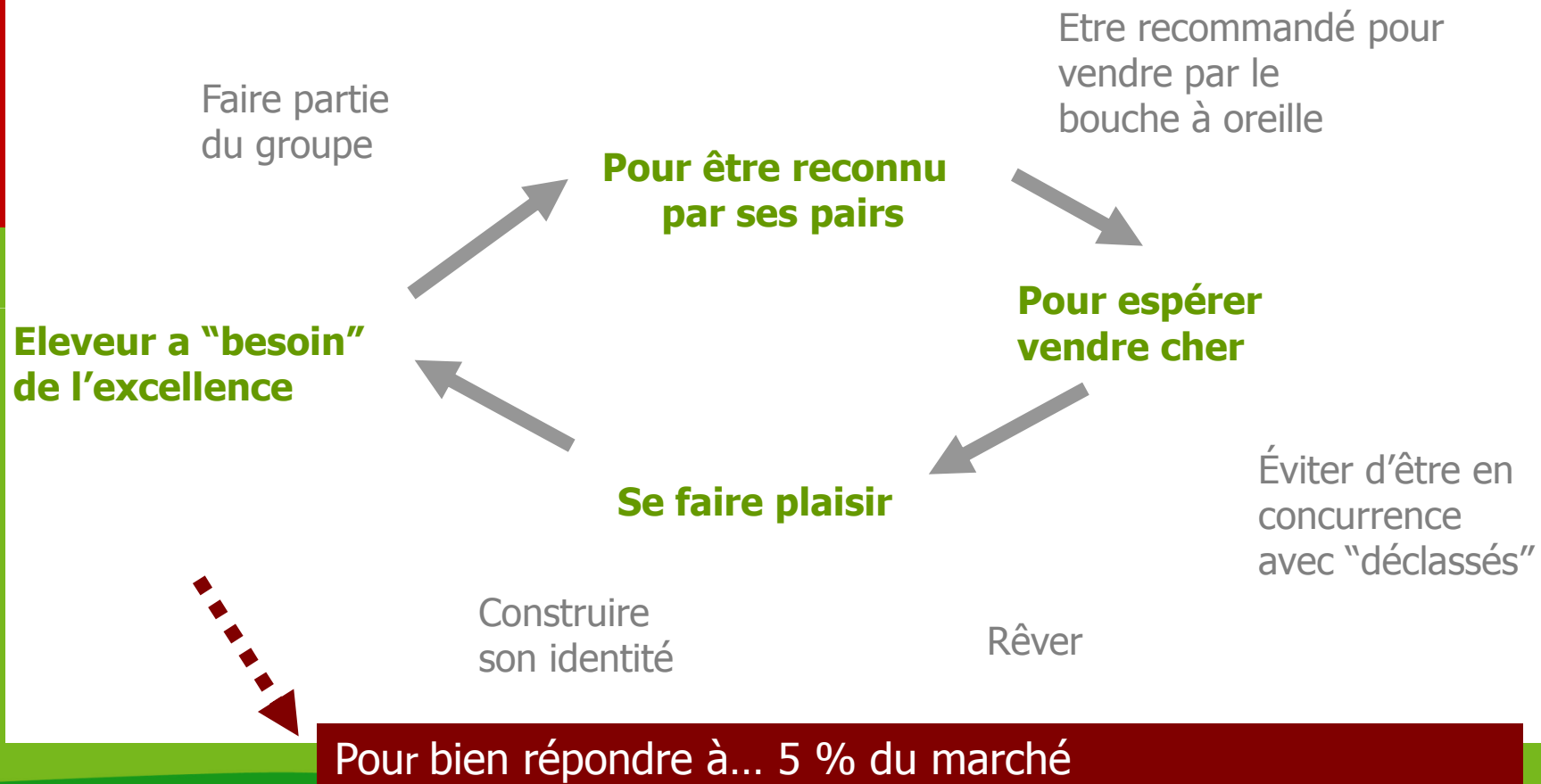
- Besoin de vendre cher, au moins certains chevaux...
- Rarement activité autonome

un modèle « élite »

Elevage de selle français de haut niveau :

- une sélection génétique coûteuse, aléatoire pour espérer produire un « crac »
- un segment de marché réduit
- une rentabilité espérée sur le moyen terme
*« 50% chevaux vendus à perte, 25% éq., 25% gain »
(propos éleveur qui réussit)*

« cercle vicieux » de l'excellence



De fait...

Des **frustrations** importantes :

- Si l'éleveur ne réussit pas
- S'il réussit...

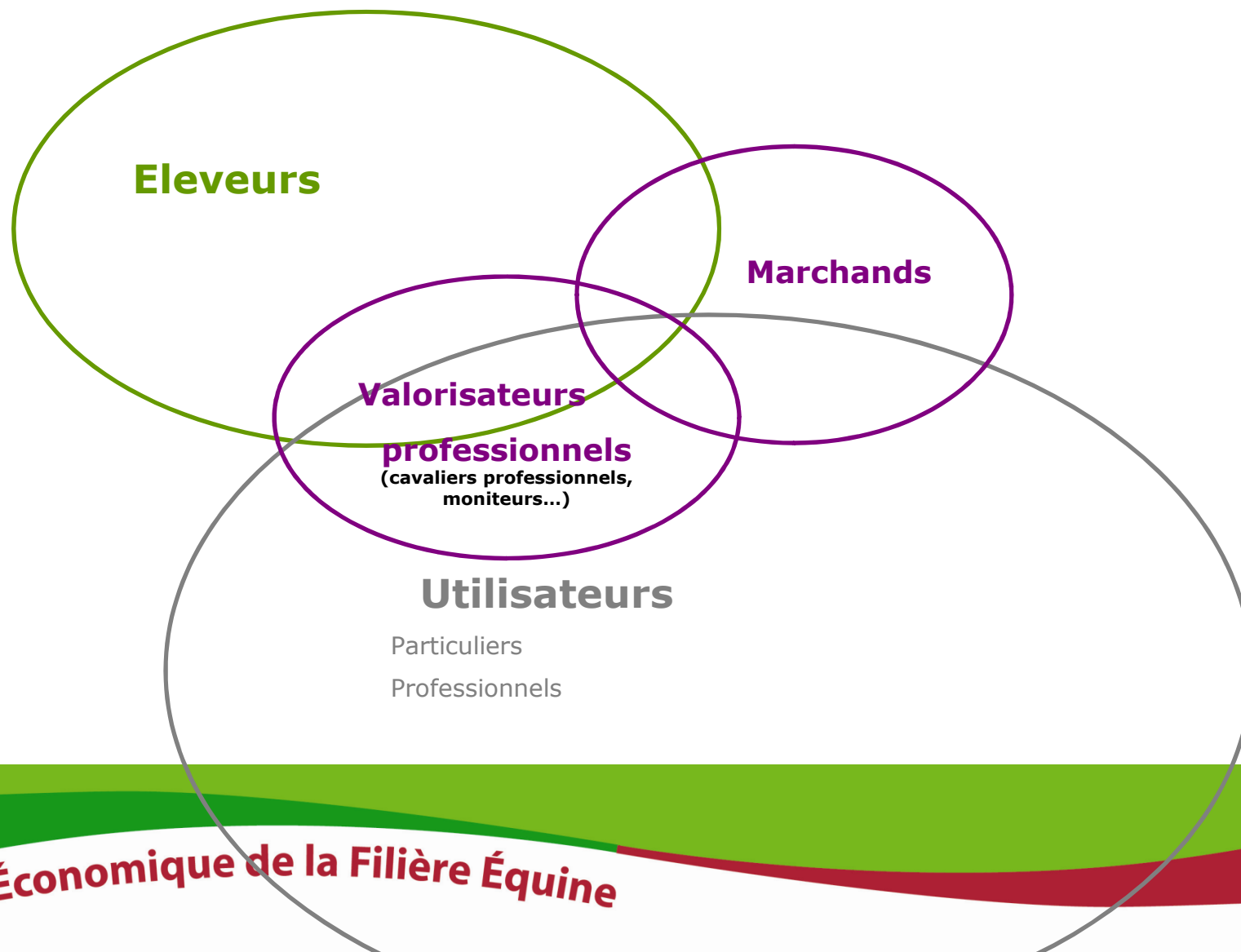
Des chevaux **bradés** :

- Car pas assez « adapté »
- Car pas assez d'utilisateurs

Un modèle pour tous ?

3. Quelles représentations du marché ?

Les acteurs du marché (1)



Les acteurs du marché (2)



* Source : enquête typologique auprès éleveurs

Quelle vision du marché (1) ?

1/ Vision d'ensemble

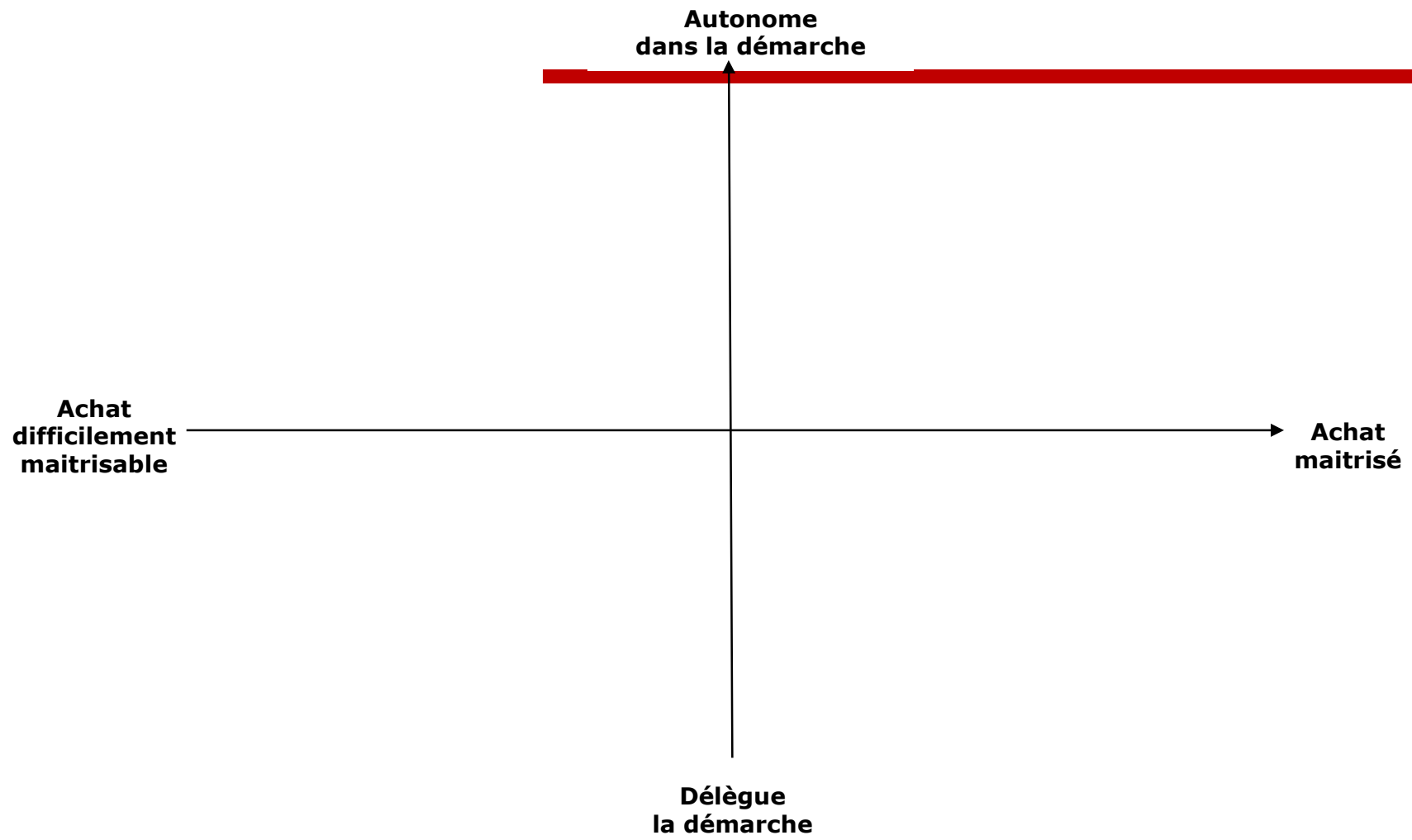
- pas vision construite “le marché c'est...”
- surtout à partir des prix
- éleveurs : “chevaux clé en main” “jeunes chevaux” “trouvent ce qu'ils cherchent”... “pas un souci”... “pas réalistes / prix”

2/ Opacité ?

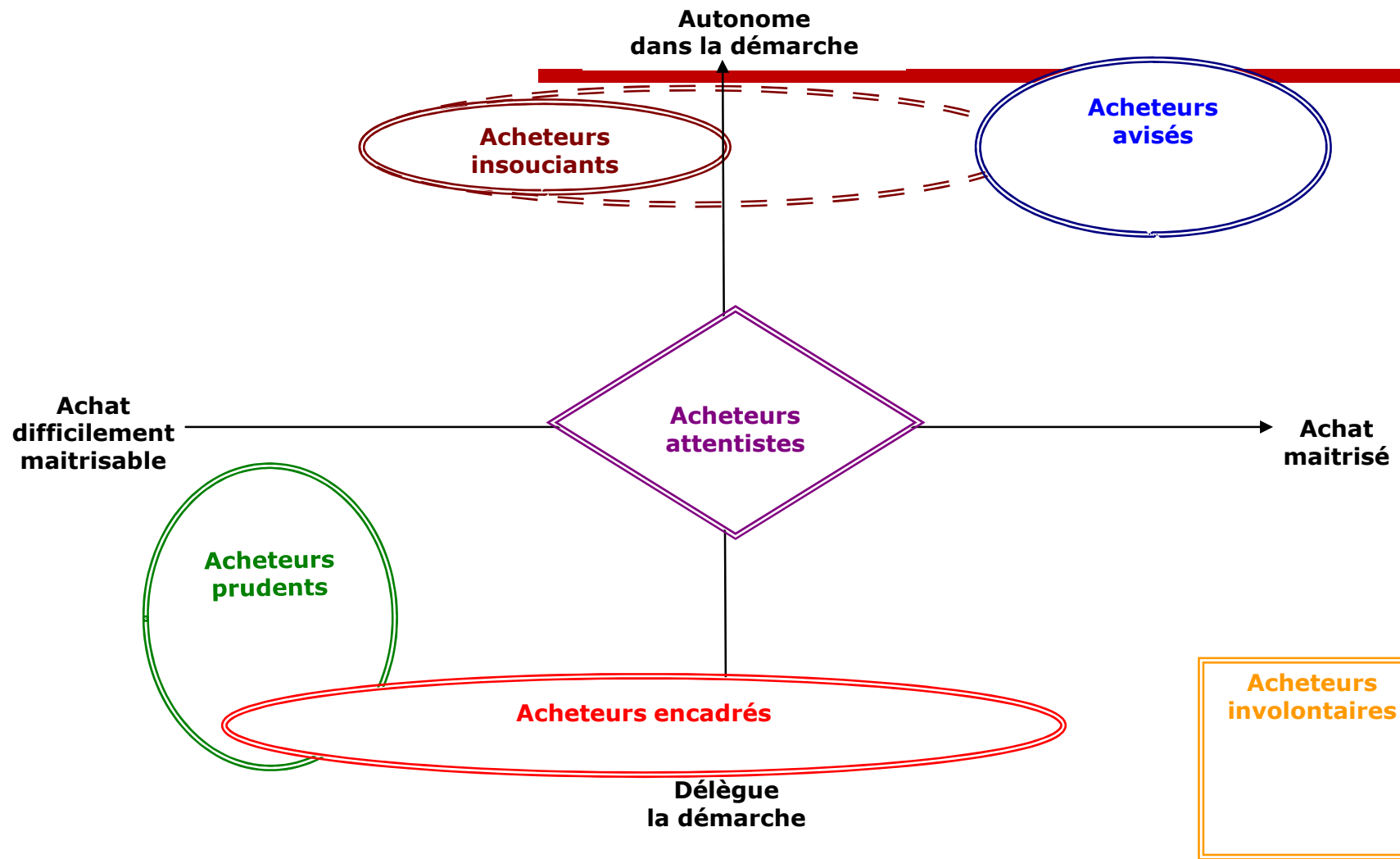
- oui, et alors ?
- peu acceptable : tromperie, malhonnêteté (loisir), commissions (sport)

4. Quelles sont les pratiques d'achat ?

Mieux connaître les marchés de la filière équine pour adapter sa stratégie



Mieux connaître les marchés de la filière équine pour adapter sa stratégie



Quels conseils pour les éleveurs ?

Etre **clair** sur son objectif :

Produire pour un marché ? Se produire ? Vendre, si possible, ce qu'on produit ?

Avoir un système **cohérent** et **réaliste** :

- Éleveurs qui ont un débouché bien identifié, un lien commercial établi... et toutes les conditions nécessaires (géographique, technique, installations...)
- Éleveurs qui ont de multiples circuits de valorisation (vente + utilisation centre équestre...) ou partenariat (valorisation)

Conclusion

Mieux comprendre le marché du cheval de selle... c'est :

- Objectiver, rendre plus lisible le marché
- Contribuer à construire collectivement des pistes d'amélioration
- Tester des outils d'organisation, de transparence

Merci de votre attention