

Éleveurs de chevaux de sport : anticiper le marché de demain

Anne-Lise Pépin, Françoise Chastanet – Observatoires IFCE

Contexte et objectifs de l'étude

Libéralisation du marché de
l'étalonnage

Concurrence des importations



Modifications de la fiscalité sur les
ventes

Crise économique mondiale



Aider les éleveurs d'équidés de sport* à anticiper le marché de demain :

- Analyse de la situation actuelle : les **éleveurs** et la demande
- Analyse des **évolutions futures du marché** des équidés de sport*

*Sport = pour la compétition



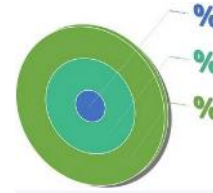
1. Qui sont les éleveurs ?

Éleveurs professionnels – grandes tendances



Peu d'ambition économique
Rentabilité rarement atteinte

Diversification d'activité très présente



Stratégies de vente plutôt opportunistes

Sous-traitance de la valorisation perfectible

Typologie des professionnels

Et les autres professionnels ?

L'ÉLEVEUR QUI « VIT » DE SON ÉLEVAGE...

25%

Élevage équin = activité **principale**

100% cheval

Objectif de **rentabilité**
situ éco = revenu

Salariés

Prestations élevage essentielles (de
10% à + de 50% du CA)

Vente majoritaire de **chevaux valorisés**

Revenu foyer : moins de 20 k€

L'Éleveur « pur cheval »

Élevage équin = activité **secondaire**

22%

LE POLY-ÉLEVEUR

Production « traditionnelle » animale et/ou végétale

Objectif de **rentabilité**
situ éco = équilibre

Prestations élevage essentielles entre 10 et
50% de CA

Vente majoritaire de **chevaux débourrés**

Revenu foyer : entre 20 et 40 k€

L'agriculteur inspirant

L'ÉLEVEUR QUI SE CHERCHE...

29%

Pas d'objectif de rentabilité
Objectif d'équilibre
Situ éco = dépenses

Prestations = moins de 10% du CA

Démarrer leur activité

L'éleveur à accompagner

LE PASSIONNÉ

23%

Pas d'autres activités agricoles

Situ éco = dépenses

Pas de prestations

Débouillage externe valo externe

Revenu foyer : de 40 à + de 100k€

L'apporteur d'affaires

Source : IFCE, sondage naisseurs SIRE 2017-2020

Les éleveurs amateurs : clients ou concurrents ?

Consommateurs de prestations

69% achètent des prestations reproduction

Des clients chronophages mais essentiels



Service client personnalisé +++

Pédagogie+++ , temps+++ , conseils +++

Des tarifs facturés pas toujours suffisants

«c'est compliqué d'augmenter le prix de la prestation, ça n'a pas augmenté depuis 15 ans.»

Besoin de structurer et renforcer l'offre
Offre = acte technique, conseils, formation

44% ne vendent pas leurs équidés

Peu envisagent de se professionnaliser

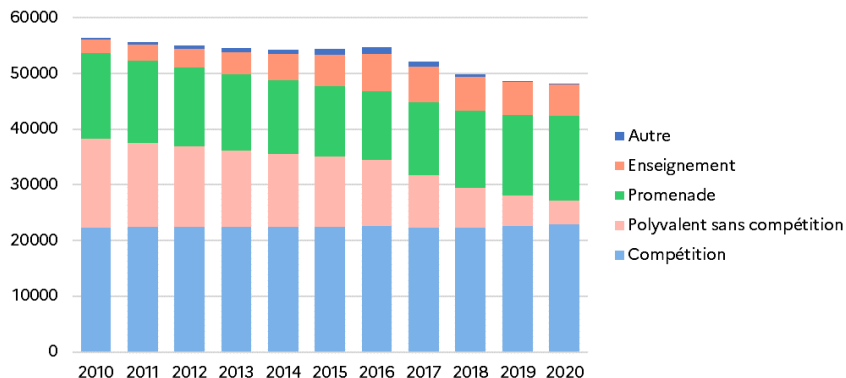
2. Le marché en 2020



Un marché pour la compétition qui se développe

Pour l'utilisation en **sport-loisir**, 44 500 équidés sur le marché français + 3 700 équidés importés
= 48 200 équidés achetés en 2020
+ 3 300 exportés pour le sport

Evolution des achats sport-loisir de 2010 à 2020
(sans les exports)



- Tendance générale à la baisse, **portée par le loisir**
- Légère augmentation des achats pour la **compétition**
- Légère augmentation des **exports**

Source : IFCE-OESC d'après enquêtes et IFCE-SIRE

Un marché sport-loisir bien segmenté

Clients cibles des éleveurs



Jeunes chevaux / poneys

Compétition ou Loisir
Âgé de 0 à 3 ans et non valorisé
Races sport ou loisir.

Achetés plutôt à un **éleveur**

Clients : Professionnels
Amateurs passionnés isolés



Prêts à concourir

Compétition ou valorisation
Âgés de 4 à 10 ans
Races de sport (chevaux et poneys)

Achetés plutôt à un **marchand**, un
cavalière professionnel ou un
particulier

Clients : Amateurs aisés



Importés

Compétition, valorisation
ou instruction
Âgés de 4 à 6 ans

Achetés plutôt à un **marchand** ou un
cavalière professionnel

Clients : Amateurs aisés



Réformés des courses

Act. polyvalentes (avec compét.
occasionnelle) ou promenade
Races de course

Achetés plutôt à un **entraîneur**

Clients : Acheteurs de réformés



Equidés d'instruction

Instruction ou act. polyvalentes
Âgés de 7 ans et plus
ONC ou races de sport-loisir

Achetés plutôt à un **centre équestre**

Clients : Centres équestres
Amateurs loisir encadrés



Pour la promenade

Promenade / randonnée
Âgés de 7 ans et plus
ONC ou races orientées loisir

Achetés plutôt à un **particulier**

Clients : Amateurs orientés loisir

Source : IFCE-OESC d'après enquêtes

Un achat guidé par les sentiments

Sur le marché du cheval, les besoins exprimés par les acheteurs amateurs sont les suivants :

- La **sécurité** : assurance d'un bon rapport qualité/prix, de ne pas se « faire avoir »
- La **conformité** : avoir un équidé qui correspond aux critères primordiaux (caractère, aptitudes sportives, etc.)
- La **bienveillance** par rapport à leur recherche : être écouté, compris et pris au sérieux par le vendeur.

Mais :

- Nombreuses critiques sur les circuits d'achat et la transparence du marché



6 futurs acheteurs sur 10 veulent privilégier un achat auprès d'un éleveur pour satisfaire ces **besoins et déclencher le coup de cœur.**



3. Anticiper le marché des équidés de sport de demain

Quels facteurs vont impacter le marché ?

Digitalisation

4 acheteurs sur 10 repèrent sur internet
Mais 1 futur client sur 2 complètement réfractaire

Concurrence internationale

Manque d'offre française ou hasard
Mais 7 sur 10 intéressés par une production française

Réformés des courses

Hausse de l'achat des PS et TF pour la compétition (+5 pts et +1 pt)
Mais pas les mêmes clients



Transition écologique

Pas évoqué dans les raisons de l'achat
Mais 7 sur 10 sensibles au respect de l'environnement dans l'élevage

Bien-être animal

Prise en compte forte dans la population
9 sur 10 intéressé par un équidé élevé dans le respect de son bien-être

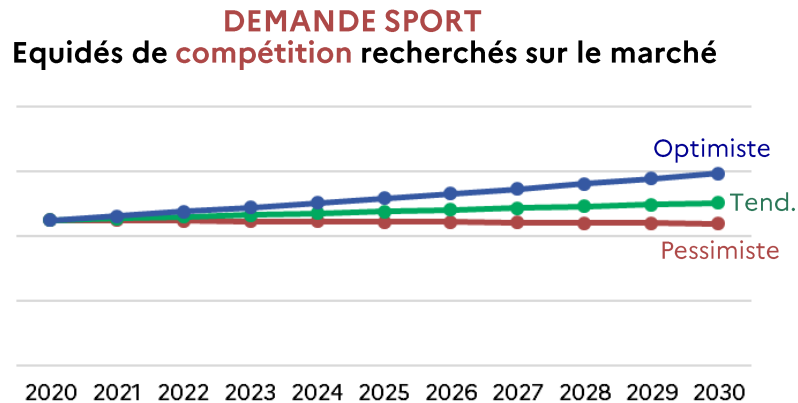
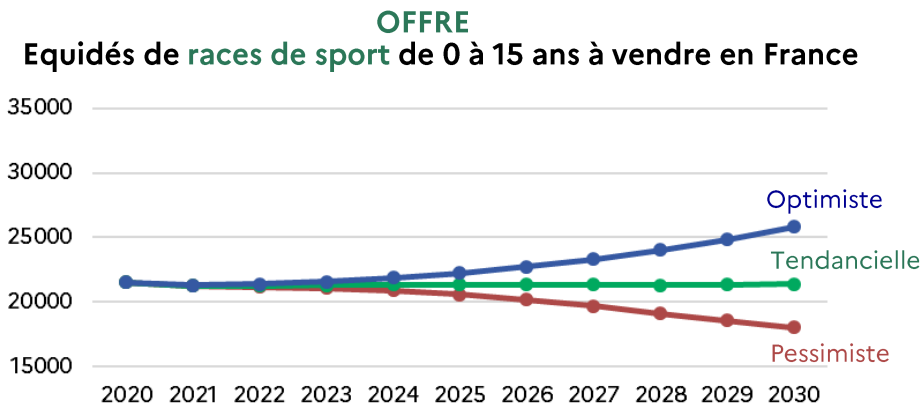
Evolution des pratiques équestres

1 client sur 10 juge qu'il a des pratiques innovantes (éthologie, travail à pied)
Mais 4 sur 10 pour un dressage préalable

2020-2030 : la demande reste supérieure à l'offre

3 projections basées sur les évolutions 2010-2020 :

Pessimiste	Tendancielle	Optimiste
Moyenne des 5 plus basses évolutions	Moyenne des évolutions	Moyenne des 5 plus hautes évolutions



Source : IFCE-OESC d'après enquêtes, IFCE-SIRE, TRACES-DDCSPP

3 scénarii dépendants de la production, donc des éleveurs

Manque de production

Offre pessimiste : 18 000
Demande pessimiste : 26 000

- Tous les chevaux utilisés en compétition / optimisation des carrières sportives
- Augmentation des prix et de la concurrence

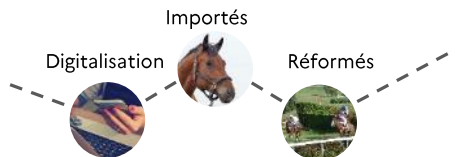
Si la demande se dynamise :
Cheval de sport = Produit de luxe



Marché qui se tend

Offre tendancielle : 21 500
Demande ttes projections : 26 à 30 000

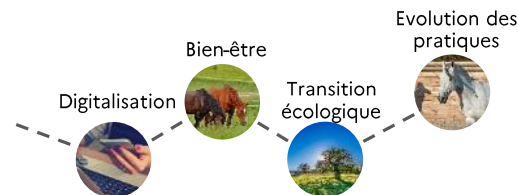
- Marché en tension
- Légère augmentation des prix et de la concurrence
- Les éleveurs doivent améliorer leurs stratégies commerciales



Sur-production

Offre optimiste : 25 800
Demande ttes projections : 26 à 30 000

- Orientation vers le loisir
- Baisse des prix
- Importance de la prise en compte du besoin client, de la mise en valeur de l'élevage et des produits.



Les leviers prioritaires



Accompagner les stratégies commerciales des éleveurs professionnels

- Développer la relation client, prise compte du besoin, communication, outils de commercialisation...en fonction des attentes des clients 2030
- Faciliter/assainir les intermédiations



Renforcer les interactions entre éleveurs

- Structurer l'offre prestations d'élevage et renforcer son attractivité auprès des éleveurs amateurs. (Offre = prestations techniques, mais aussi formations, conseils...)
- Professionnaliser les amateurs qui le souhaitent (formation, parrainage...)
- Sécuriser les parcours d'installations



Accompagner les stratégies de production

- Construire un réseau solide de professionnels de la valorisation

Et la suite ?



- Diffusion des résultats pilotée par la SHF avec appui de l'IFCE
 - Lors d'événements nationaux (présentations, tables rondes, débats)
 - En région lors des AG des associations de races
 - Outils dédiés : pocket sur les circuits d'achat co-construit avec le GHN, vidéo « Qui sont les éleveurs », présentation type webconférence, etc.
- Plan d'actions en cours au sein de la SHF (notamment sur la transparence du marché)
- Démarrage du 3^{ème} volet de l'étude : Prospective métiers et compétences d'ici 2030 en élevage sport-loisir