

ÉLEVEURS D'ÉQUIDÉS DE SPORT : ANTICIPER LE MARCHÉ DE 2030

Françoise Chastanet – Anne-Lise Pépin
IFCE - Observatoires



Une étude réalisée en 2021 et 2022

Libéralisation du marché de l'étalonnage

Modifications de la fiscalité sur les ventes

Concurrence des importations

Crise économique mondiale

© Pixabay



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

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

*Sport = pour la compétition

- 1. Qui sont les éleveurs d'équidés de sport ?**
- 2. Le marché en 2020**
- 3. Anticiper le marché des équidés de sport de demain**
 - a. Analyse des facteurs d'évolutions
 - b. Evolutions quantitatives
 - c. Scénarii prospectifs



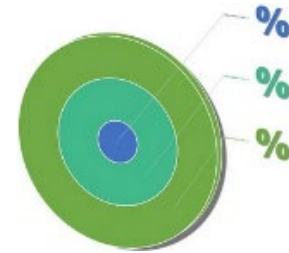
1. Qui sont les éleveurs ?

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

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 »

Et les autres
professionnels ?

Élevage équin = activité **secondaire**

Source : IFCE, sondage naisseurs SIRE 2017-2020

Typologie des 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 »

Et les autres professionnels ?

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

Démarrent 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

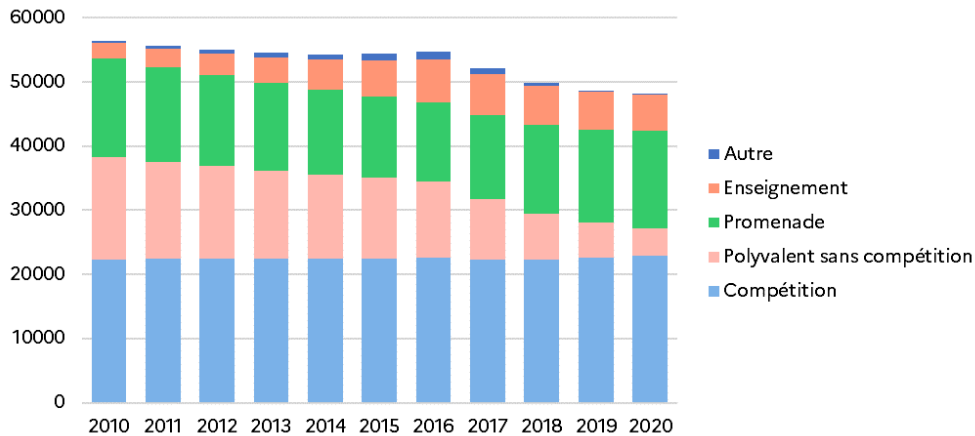
Peu envisagent de se professionnaliser

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
(hors exports)



- Tendence 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



Jeunes chevaux / poneys

Compétition ou Loisir
Agé 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
Agés de 4 à 10 ans
Races de sport (chevaux et poneys)

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

Clients : Amateurs aisés



Importés

Compétition, valorisation
ou instruction
Agés de 4 à 6 ans

Achetés plutôt à un **marchand** ou un
cavalier 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
Agés 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
Agés 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

© Pixabay

Un marché sport-loisir bien segmenté

Clients cibles des éleveurs



Jeunes chevaux / poneys

Compétition ou Loisir
Agé 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
Agés 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
Agés 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
Agés 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
Agés 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

© Pixabay

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
- 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.**

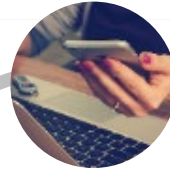


3. Anticiper le marché des équidés de sport de demain

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



Transition écologique

Pas évoqué dans les raisons de l'achat
Mais 70% sensibles au respect de l'environnement dans l'élevage



Réformés des courses

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



Bien-être animal

Prise en compte forte dans la population
90% intéressés 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

Les leviers pour les éleveurs



- Savoir mettre en valeur un équidé à vendre en fonction des **moyens de communications utilisés**
- Ne pas mettre de côté la **relation directe au client** au profit du numérique
- Valoriser ses **pratiques d'élevages** (bien-être et environnement)
- Mettre en avant le **respect du territoire** et le **savoir-faire local**
- Prendre en compte les « nouvelles pratiques » dans la **compréhension du besoin du client**

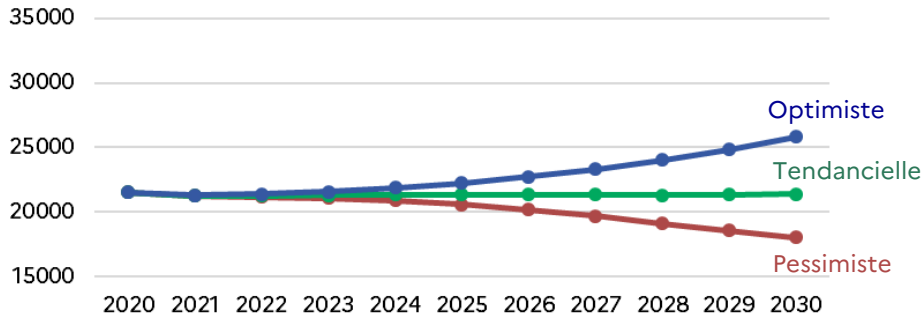
2020-2030 : la demande reste supérieure à l'offre

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

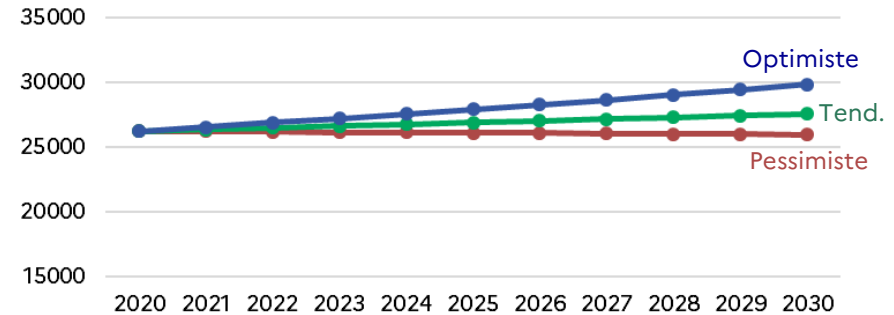
OFFRE

Equidés de **racés de sport** de 0 à 15 ans à vendre en France



DEMANDE SPORT

Equidés de **compétition** recherchés sur le marché



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

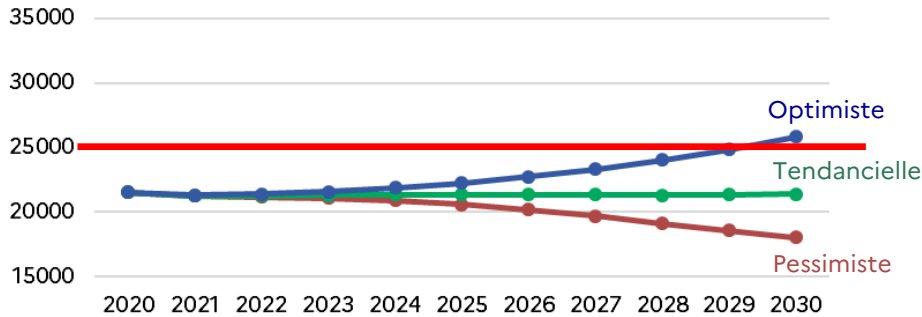
2020-2030 : la demande reste supérieure à l'offre

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

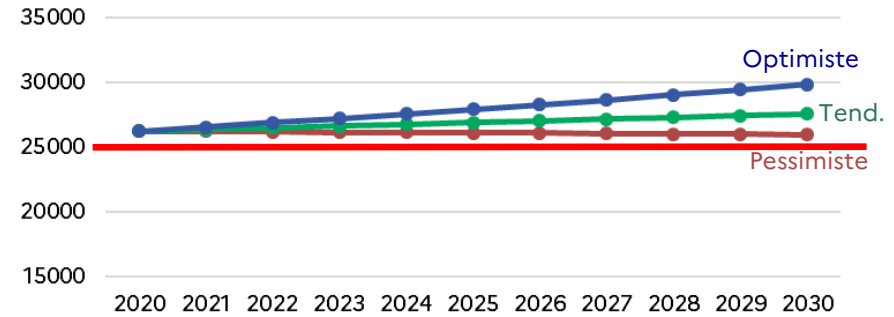
OFFRE

Equidés de **racés de sport** de 0 à 15 ans à vendre en France



DEMANDE SPORT

Equidés de **compétition** recherchés sur le marché



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 proj. : 26 à 30 000

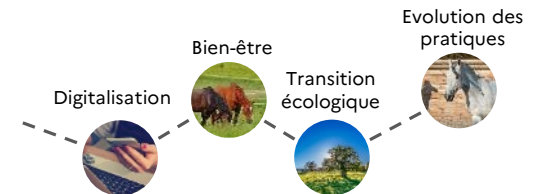
- Marché en tension
- Légère augmentation des prix et de la concurrence
- Les éleveurs doivent améliorer leurs stratégies commerciales



Sur-production

Offre optimiste : 25 800
Demande ttes proj. : 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



Renforcer ses stratégies commerciales

- 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...)
- Sécuriser les parcours d'installations



Construire un réseau solide de professionnels de la valorisation

Pour en savoir plus...



Retrouvez tous les résultats de l'étude

« Éleveurs d'équidés de sport : anticiper le marché de demain »
sur équipédia :

<https://equipedia.ifce.fr/fileadmin/bibliotheque/6.Statistiques/6.4.Notes-de-marche/Eleveurs-d-equides-de-sport-anticiper-le-marche-de-demain.pdf>