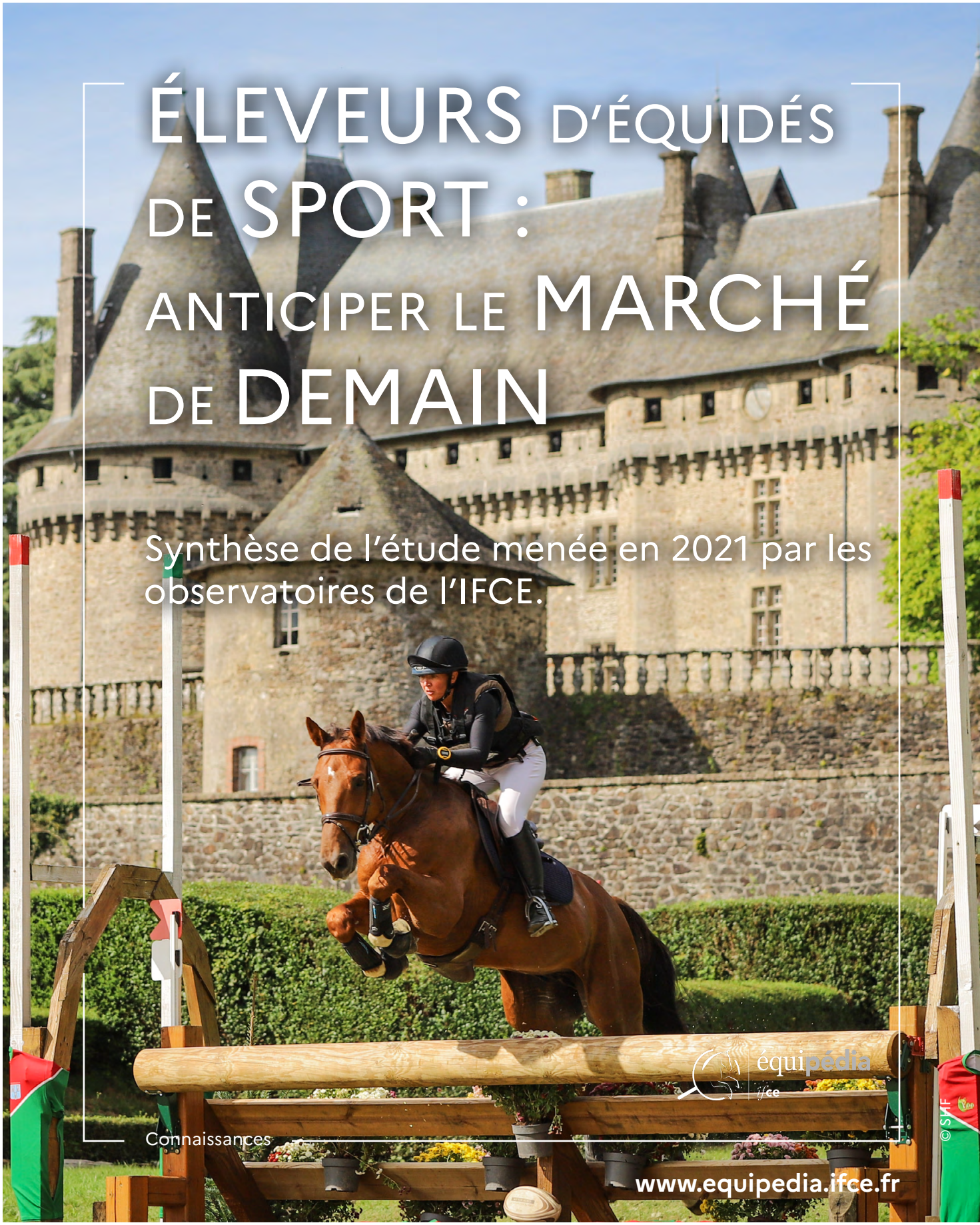
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ifce
institut français du **cheval** et de l'**équitation**

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

Synthèse de l'étude menée en 2021 par les observatoires de l'IFCE.



équipédia ifce

Connaissances

www.equipedia.ifce.fr

© SHF

société HIPPIQUE FRANÇAISE · Fédération des Poneys et Petits Chevaux de France · AFCE · FFE · SF · Aca

INTRODUCTION

Des évolutions marquantes ont impacté l'élevage de chevaux de sport sur les dix dernières années : arrêt de la mission d'étalonnage public / libéralisation du marché de l'étalonnage, concurrence des importations sur le marché du cheval de sport, modification de la fiscalité sur les ventes de chevaux, etc. dans un contexte de crise économique mondiale. La production française a ainsi fortement reculé et l'organisation de l'élevage français a fortement évolué.

Disposer d'un regard prospectif sur l'évolution des emplois et des marchés durant les dix années à venir est nécessaire, afin d'anticiper au mieux l'évolution de la demande mais aussi les effets des transitions numérique, écologique et sociétale auxquelles seront confrontés à plus ou moins long terme les élevages équins.

A l'initiative du conseil emploi formation de la filière équine, pour la SHF et avec d'autres partenaires, l'IFCE a réalisé un état des lieux des acteurs impliqués dans la production, ainsi que de la demande sur le marché du cheval. Il a ensuite analysé ses évolutions sur les dix prochaines années afin de donner une vision prospective du marché des équidés et d'appréhender ses conséquences sur les acteurs de l'élevage.

Cette synthèse présente les chiffres clés et faits marquants révélés par l'étude. Des préconisations sont formulées en dernière partie.

SOMMAIRE

PARTIE 1 –Qui sont les éleveurs d'équidés de sport ? 4

I. Panorama des éleveurs 6

II. Qui sont les éleveurs professionnels ? 7
1. Des stratégies de vente souvent opportunistes 7
2. Une main d'œuvre familiale qui domine, une sous-traitance perfectible 8
3. Peu d'ambition économique, une rentabilité rarement atteinte 9
4. Quatre profils types d'éleveurs professionnels 10
5. Focus prestations d'élevage : une inter-dépendance entre éleveurs 12
6. Vision d'avenir d'ici cinq ans 13

III. Qui sont les éleveurs amateurs ? 16
1. Situation principale des amateurs 16
2. Double jeu : concurrent ou client ? 17
3. Peu souhaitent se professionnaliser 18

IV. Principaux constats et leviers 19

PARTIE 2 – Anticiper le marché des équidés de sport de demain 20

I. Etat des lieux et tendances du marché en 2020 22
1. Un marché pour la compétition qui se développe, grâce à une offre de disciplines qui se diversifie 22
2. Des circuits d'achats diversifiés, une forte augmentation des intermédiaires en sport 24
3. Un marché sport-loisir bien segmenté 25
4. Un acte d'achat guidé par les sentiments 27

II. Quels facteurs vont impacter le marché d'ici dix ans ? 28
1. La digitalisation : oui, mais pas trop… 28
2. La transition écologique : des conditions d'élevage à mettre en avant 28
3. Bien-être animal : des bonnes pratiques à valoriser 29
4. Évolution des pratiques : un signal faible 29
5. Concurrence : des clients sensibles à la production française 30
6. Pouvoir d'achat des ménages 31

III. A l'horizon 2030, la demande reste supérieure à l'offre 32
1. 2020 – 2030 : de fortes variations pour l'offre, moins pour la demande 33
2. 2030 : Trois scenarii dépendants de la production, donc des éleveurs 34

PARTIE 3 – Synthèse 36

PARTIE 1
QUI SONT LES ÉLEVEURS D'ÉQUIDÉS DE SPORT ?

Les objectifs de cette étude sont les suivants :

- Caractériser les différents types d'éleveurs, selon leurs objectifs et leurs pratiques.
- Cerner leurs principales problématiques/enjeux afin de confronter ces résultats aux attentes du marché de demain.
- Identifier des leviers prioritaires.

© Pixabay

MÉTHODOLOGIE

La base SIRE mobilisée ...

- La base SIRE[1] gérée par l'IFCE a permis d'identifier les naisseurs de chevaux et poneys de races de sport - loisir et d'analyser leurs dynamiques de production (volume, production dominante...).

...complétées par plus de 2 000 enquêtes

- Cible : tous naisseurs ayant fait naître au moins 1 poulain de race sport - loisir entre 2017 et 2020 selon la base SIRE (environ 15 900 naisseurs)
- Types d'équidés produits : chevaux et poneys
- Races sport - loisir ciblées : Selle Français, Arabe, Anglo-arabe, Cheval de sport Anglo-Normand, Cheval de Dressage Français, Lipizzan, Lusitanien, Pure Race Espagnole, Trakehner, Connemara, Criollo, Dartmoor, Fjord, Haflinger, Highland, Islandais, New Forest, Poney français de selle, Shetland, Welsh, Irish Cob.

Les enquêtes ont été conduites en deux temps :

- Des enquêtes qualitatives exploratoires (mai-juin 2021) afin de mieux comprendre ce qui caractérise un éleveur professionnel et un éleveur amateur. Leurs objectifs, leurs pratiques et la place des activités en lien avec l'élevage équin ont été abordés. Une première typologie a été réalisée et a permis de construire le sondage en ligne en adaptant les questions aux 2 types d'éleveurs (amateurs et professionnels).

- Un sondage (octobre 2021) pour confirmer et quantifier les résultats de l'enquête qualitative. Les éleveurs ont été classés selon la place occupée par leur élevage équin :
  - Leur activité en lien avec l'élevage équin est leur activité **professionnelle** principale ou secondaire.
  - Leur activité en lien avec l'élevage équin est une activité **amateur**, de loisir uniquement.

Récapitulatif des enquêtes réalisées :

	Nombre d'entretiens réalisés	Nombre de répondants au sondage en ligne	Taux de réponse
Éleveurs professionnels	21	1 111	13 %
Éleveurs amateurs	4	1 002	
Total	25	2 113	-

L'analyse a été déclinée selon quatre groupes de races produites :

- Tous naisseurs, toutes races sport-loisir confondues
- Les naisseurs ayant fait naitre majoritairement de 2017 à 2020 des chevaux de races Selle Français et Anglo-arabe (57% des naisseurs enregistrés dans SIRE).
- Les naisseurs ayant fait naitre majoritairement de 2017 à 2020 des chevaux de races Arabe et Demi-sang Arabe (14% des naisseurs enregistrés dans SIRE).
- Les naisseurs ayant fait naitre majoritairement de 2017 à 2020 des poneys de races Poney Français de Selle, Connemara, New Forest et Welsh (9% des naisseurs enregistrés dans SIRE).

Les résultats ont été redressés selon les races produites et le nombre de naissances.

Répartition des répondants au sondage selon les races majoritaires produites :

Races majoritaires	SF / AA	AR / DSA	PFS / CO / NF / W	Autres races	TOTAL
Éleveurs professionnels	580	121	192	218	1 111
Éleveurs amateurs	605	100	212	85	1 002
Total	1 185	221	404	303	2 113

SF/AA : Selle Français, Anglo-arabe
AR/DSA : Arabe et Demi sang Arabe
PFS/CO/NF/W : Poneys Français de Selle, Connemara, New Forest, Welsh

[1]SIRE : Système d'information relatif aux équidés, géré par l'IFCE. Ce fichier central référence les données relatives aux équidés présents sur le territoire français.

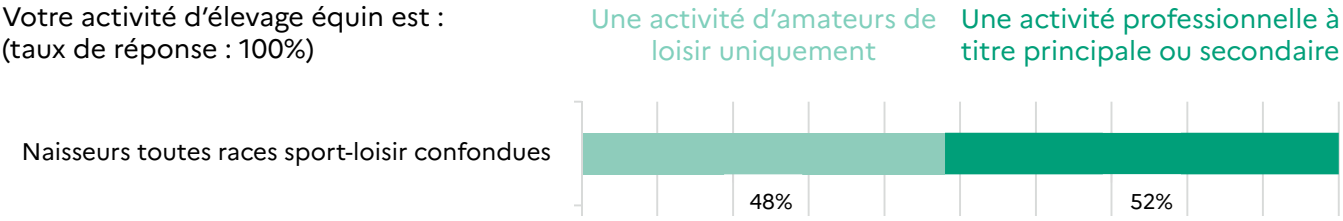
I. PANORAMA DES ÉLEVEURS

CHIFFRE CLÉ

52% des naisseurs entre 2017 et 2020 sont des éleveurs équins professionnels

© Pixabay

Votre activité d'élevage équin est :
(taux de réponse : 100%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020)

Pour les naisseurs ayant fait naître majoritairement des poulains de race SF/AA ou AR/DSA ou PFS/NF/W/CO, la répartition entre amateurs et professionnels est similaire.
80% des naissances sont portées par les éleveurs professionnels (toutes races confondues), 20% par les amateurs. La moitié des amateurs ont fait naître 1 seul équidé entre 2017 et 2020.
La caractérisation des éleveurs professionnels sera dressée en partie 2 et celle des amateurs en partie 3.

© SHF - Marie Sapin

II. QUI SONT LES ÉLEVEURS PROFESSIONNELS ?

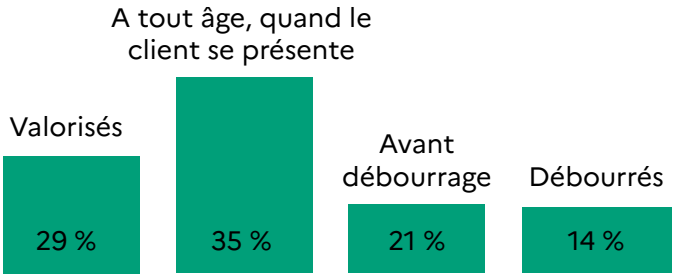
1. DES STRATÉGIES DE VENTE SOUVENT OPPORTUNISTES

CHIFFRES CLÉS

35% vendent leurs équidés produits à tout âge, quand le client se présente.

45% des éleveurs souhaitent disposer d'outils pour mieux vendre et répondre à la demande des clients.

Quel type de chevaux/poneys vendez-vous majoritairement ?
(taux de réponse = 79%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels
Lecture : 29% des éleveurs professionnels déclarent vendre majoritairement des équidés valorisés

Quelle que soit la stratégie de vente, les éleveurs partagent les facteurs de réussite suivants :

- L'importance du réseau de professionnels pour se faire connaître et accéder à des ventes aux enchères notamment.
- L'importance de la « haute génétique en vogue ».
- Le besoin de transparence autour des ventes et des commissions pour mieux fidéliser.
- Le tri des chevaux selon leur potentiel. Cette compétence n'est pas maîtrisée par tous. Beaucoup d'éleveurs expriment un « tiraillement » entre la raison et la passion : vendre au bon moment ou se laisser porter par la passion et risquer de conserver des chevaux qui n'atteindront pas le niveau souhaité.
- L'importance du prix qui doit être fixé en fonction du potentiel des chevaux.

Plus de la moitié des éleveurs « opportunistes » (qui vendent leurs équidés à tout âge, quand le client se présente) souhaite faire évoluer leur offre d'ici 5 ans, plutôt vers des chevaux valorisés ou des poulains non débourrés. Cette tendance est moins prononcée chez les naisseurs qui élèvent majoritairement les poneys PFS/CO/NF/W.

Cependant, quelle que soit la stratégie de vente des éleveurs, les besoins en outils pour mieux vendre sont plébiscités.

Accompagner les éleveurs dans leur stratégie commerciale apparait être un enjeu prioritaire.

2. UNE MAIN D'ŒUVRE FAMILIALE QUI DOMINE, UNE SOUS-TRAITANCE PERFECTIBLE

CHIFFRES CLÉS

36% des éleveurs travaillent seul sur leur élevage, 65% avec l'aide de leur conjoint(e) et/ou de leur famille.

17% des éleveurs professionnels ont recours à de la main d'œuvre (hors conjoint) et 9% à des apprentis.

© C. Losfeld

Les éleveurs sont peu employeurs. Les raisons évoquées sont fréquemment :

- Des ressources financières insuffisantes, même si le besoin existe,
- Des métiers accidentogènes : trop d'arrêts de travail à gérer,
- Et enfin, pour ceux qui souhaitent recruter : les cavaliers sont rares, l'attractivité du métier est faible (Accidents fréquents, rémunération faible, amplitude horaire forte).

Focus débourrage et valorisation des équidés d'élevage

Part des éleveurs selon la main d'œuvre utilisée
(taux de réponse = 99%)

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels
Lecture : 49% des éleveurs professionnels déclarent sous-traiter le débourrage de leurs équidés

Même si la main d'œuvre familiale domine, la sous-traitance du débourrage et de la valorisation reste très présente.

Cette dernière génère plus d'insatisfaction que la main d'œuvre familiale ou salariée. 24% des éleveurs qui sous-traitent la valorisation sont insatisfaits, 17% pour le débourrage.

Les raisons évoquées sont régulièrement un « problème de confiance » et/ou un « manque de sérieux » du cavalier professionnel.

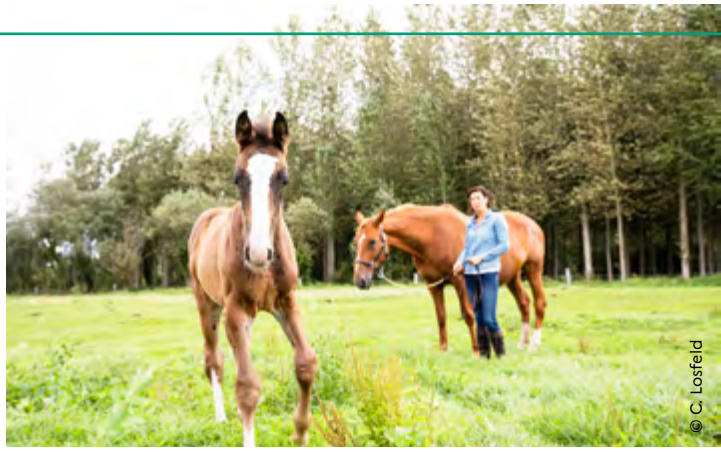
Un besoin de structuration de la chaîne de valorisation se fait ressentir.

3. PEU D'AMBITION ÉCONOMIQUE, UNE RENTABILITÉ RAREMENT ATTEINTE

CHIFFRES CLÉS

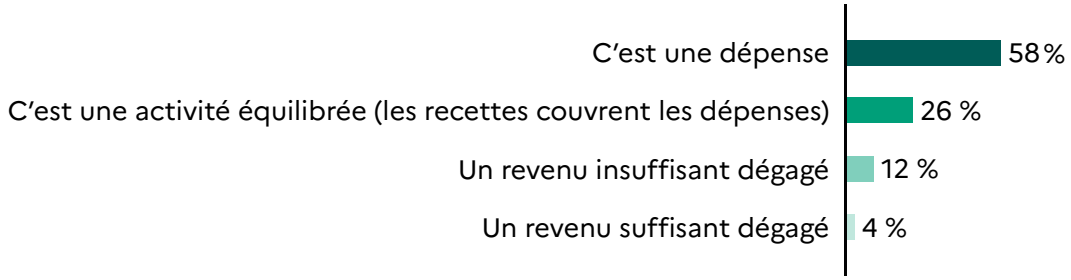
39% des éleveurs professionnels ont un objectif de rentabilité.

16% déclarent que leur activité d'élevage dégage un revenu.



Même s'il s'agit d'éleveurs professionnels, on constate que peu d'entre eux ont un objectif de rentabilité sur leur élevage d'équidés. L'élevage est rarement rentable seul. Parmi les éleveurs qui recherchent une rentabilité, seuls 3 sur 10 déclarent y parvenir, un tiers équilibre. Lorsqu'un revenu est dégagé, il est souvent qualifié d'insuffisant.

Aujourd'hui, quelle est la situation économique de votre élevage de chevaux/poneys de sport - loisir (taux de réponse : 100%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels
Lecture : 58% des éleveurs professionnels déclarent que leur élevage est une dépense.

Les élevages de chevaux/poneys de sport sont rarement conduits seuls. La diversification d'activité est très présente.

Focus : Des sources de revenus diversifiées

56% des éleveurs proposent des prestations en lien avec l'élevage.

63% des éleveurs proposent d'autres activités en lien avec le cheval.

Les trois prestations en lien avec l'élevage d'équidés les plus proposées sont les pensions élevage, les prestations de reproduction et enfin les prestations de débourrage.

Les trois activités en lien avec le cheval les plus proposées sont les pensions, l'enseignement et enfin la valorisation.

4. QUATRE PROFILS TYPES D'ÉLEVEURS PROFESSIONNELS

Typologie des éleveurs selon les réponses au sondage	PROFIL 1	PROFIL 2	PROFIL 3	PROFIL 4
	L'éleveur qui « vit » de ses activités en lien avec l'élevage	Le poly-éleveur	L'éleveur qui « se cherche »	Le passionné
	L'éleveur « pur cheval »	Un agriculteur inspirant	L'éleveur à accompagner	L'apporteur d'affaires
Place de l'élevage équin	Activité professionnelle principale	Activité professionnelle secondaire		
Autres activités agricoles	100% cheval	Autre production traditionnelle animale et/ou végétale	Autres activités agricoles : chiens, chats, miel, gîtes…	-
Objectif économique de l'élevage équin sport	Rentabilité	Rentabilité	Equilibre recette et dépenses Pas d'objectif	-
Situation économique de l'élevage équin sport	Revenu	Equilibre recette et dépenses	Dépense	Dépense
Part des prestations d'élevage dans le chiffre d'affaires élevage	de 10% à plus de 50%	Entre 10% et 50%	Moins de 10%	Pas de prestations proposées
Vente majoritaire des équidés produits	Chevaux valorisés	Chevaux débourrés	-	-
Spécificité			Démarrent leur activité	Sous traitance débourrage et valorisation
Revenu annuel du foyer	Moins de 20 000€	Entre 20 et 40 000€	-	De 40 à + de 100 000€
Main d'œuvre	Salariés			
Part des naisseurs	25%	22%	29%	23%

Cette typologie a été obtenue grâce à une ACM – analyse des correspondances multiples suivie d'une CAH-classification ascendante hiérarchique, réalisées à partir des réponses au sondage concernant les naisseurs d'équidés professionnels ayant fait naitre au moins 1 poulain de race sport - loisir de 2017 à 2020.

Parmi les éleveurs du premier groupe : l'éleveur qui « vit » de ses activités en lien avec l'élevage

On retrouve les professionnels qui vivent de leurs activités en lien avec l'élevage équin. Elles sont leur activité principale.

Ces éleveurs sont souvent employeurs de main d'œuvre salariée.

Leur élevage, seul, dégage en général un revenu, souvent jugé insuffisant. Des prestations en lien avec l'élevage sont souvent accolées et génèrent de 10% à plus de 50% de leur chiffre d'affaires en lien avec l'élevage. Ces prestations leur apportent des revenus réguliers et sécurisants. Ils proposent également d'autres activités, souvent toutes en lien avec le cheval.

Les 3 autres profils d'éleveurs concernent ceux pour qui l'élevage équin est une activité professionnelle secondaire.

Le deuxième groupe concerne : le poly-éleveur

On retrouve ici des agriculteurs diversifiés équins. Leur activité principale est une production agricole animale (bovine ou ovine le plus souvent) et/ou végétale (grandes cultures le plus souvent).

Ces éleveurs mutualisent le matériel, le foncier et les investissements entre les différents ateliers agricoles.

Ils parviennent à équilibrer leur atelier équin même s'ils visent plutôt une rentabilité. Des prestations d'élevage sont souvent proposées (elles génèrent de 10% à 50% de leur chiffre d'affaires en lien avec l'élevage équin).

Le troisième groupe prédomine légèrement : l'éleveur qui « se cherche »

Il s'agit d'éleveurs qui souvent démarrent leur activité d'élevage (« l'éleveur qui se cherche »). L'élevage équin est une activité professionnelle secondaire.

Dans ce groupe, on retrouve aussi bien des doubles actifs, des chefs d'entreprise, que des professionnels du cheval.

L'élevage reste une dépense pour l'instant. Ils proposent peu de prestations en lien avec l'élevage (moins de 10% du chiffre d'affaires élevage équin). Ces éleveurs ont besoin d'accompagnement pour sécuriser leur activité.
Leurs objectifs économiques ne sont pas atteints.

Le quatrième groupe est le groupe : le passionné

Leur élevage équin est une activité professionnelle secondaire. Ces éleveurs ne proposent pas de prestations, ils sous-traitent le débourrage et la valorisation de leurs chevaux.

Le revenu annuel de leur foyer est le plus élevé des 4 profils.
On retrouve ici beaucoup de double actifs mais aussi des professionnels du cheval, des chefs d'entreprise… qui ne sont pas dépendants du revenu de leur élevage.

Leur élevage est souvent une dépense. Peu proposent des prestations, ils sous traitent souvent le débourrage et la valorisation de leurs chevaux. Ils génèrent de l'activité dans le secteur (clients de prestations d'élevage, valorisation…).

5. FOCUS PRESTATIONS D'ÉLEVAGE : UNE INTER-DÉPENDANCE ENTRE ÉLEVEURS

Les prestations d'élevage sont fréquemment proposées chez les éleveurs professionnels, surtout chez les éleveurs équins à titre principal (les trois quarts en proposent). C'est une des solutions récurrentes pour générer des revenus réguliers.

Le client éleveur amateur

Type de relation :
- B to C (business to consumer)

Spécificité :
- Des clients chronophages

Ce qu'il recherche :
- Service client personnalisé
- Pédagogie
- Temps
- Conseils en génétique
- Conseils en alimentation

Certains éleveurs adaptent leurs prestations pour mieux répondre au besoin des amateurs : équipement (abris…), photos échographie sur clé USB, vidéo des poulinages…

Autres points soulevés :
Des tarifs facturés pas toujours suffisants.
« C'est compliqué d'augmenter le prix de la prestation, ça n'a pas augmenté depuis 15 ans. »

Le client éleveur professionnel

Type de relation :
- B to B (business to business)

Spécificité :
- Des clients exigeants

Ce qu'il recherche :
- Négociation
- Qualité, sanitaire
- Prix

Autres points soulevés :
« Les amateurs payent les pensions et tout le reste. Parce que les pros ils sont bien gentils mais ils ne veulent jamais payer ça, il faut toujours que ce soit moins cher etc. Et les amateurs ne font pas ce calcul-là. »

L'enjeu sera de :

- **Développer et structurer l'offre de services. Les composantes de cette offre comprennent les actes techniques mais également les conseils, la formation notamment auprès de la clientèle des amateurs.**
- **Développer l'attractivité et la valorisation de cette offre de services.**

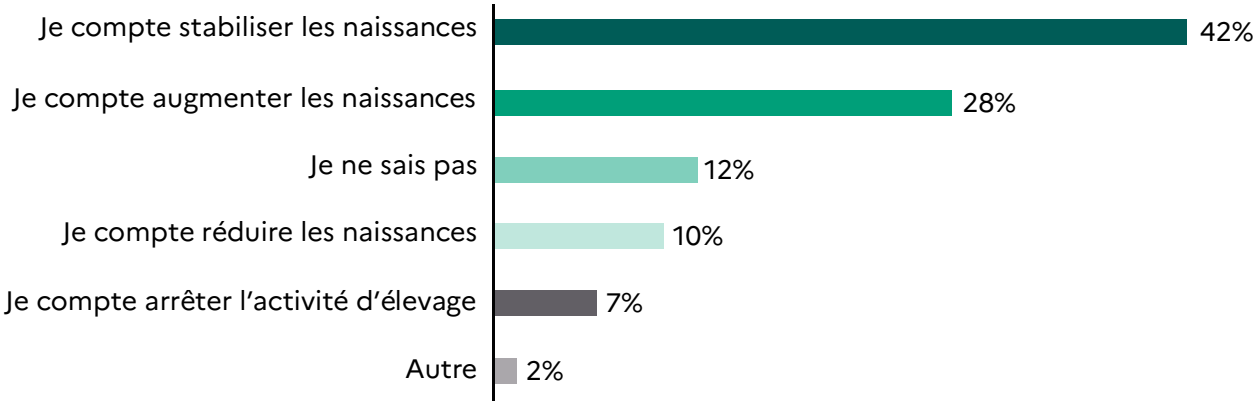
6. VISION D'AVENIR D'ICI 5 ANS

CHIFFRES CLÉS

42% comptent stabiliser les naissances d'ici 5 ans

28% comptent augmenter les naissances d'ici 5 ans

D'ici 5 ans, comment envisagez-vous l'avenir de votre activité de naisseurs de chevaux/poneys de sport - loisir ? (taux de réponse : 100%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels
Lecture : 10% des éleveurs professionnels pensent arrêter leur activité d'élevage équin sport - loisir d'ici 5 ans

La tendance est à la stabilisation des naissances dans les 5 ans. Un frein régulièrement soulevé par les éleveurs est le problème d'accès au foncier, qui ne leur permet pas d'acquérir ou maintenir une autonomie en foin, voire en céréales. Les éleveurs évoquent aussi souvent un besoin de plus de soutien financier (prime naisseur, baisse de la TVA, subventions…).

Concernant les éleveurs de chevaux d'endurance, l'avenir est plus contrasté. En effet, ce marché a été fortement impacté avec la crise sanitaire du Covid et peine à redémarrer. 29% des éleveurs produisant majoritairement des équidés de races arabe ou demi-sang arabe comptent réduire les naissances ou arrêter leur élevage.

CHIFFRES CLÉS

ÉLEVEURS MAJORITAIRES DES RACES SF/AA

Stratégie de vente	36% vendent majoritairement à tout âge 50% des éleveurs souhaitent disposer d'outils pour mieux vendre et répondre à la demande des clients
Main d'oeuvre	20% ont recours à de la main d'œuvre salariée
Ambition économique	41% des éleveurs ont un objectif de rentabilité
Rentabilité	17% déclarent que leur élevage dégage un revenu
Autres sources de revenus	52% proposent des prestations d'élevage 64% proposent d'autres activité en lien avec le cheval
Avenir de leur activité de naisseur	43% comptent stabiliser les naissances d'ici 5 ans, 29% augmenter

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

Répartition selon les 4 profils-types d'éleveurs professionnels

L'éleveur qui « vit » de ses activités en lien avec l'élevage	26%
Le poly-éleveur	23%
L'éleveur qui « se cherche »	23%
Le passionné	28%

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

ÉLEVEURS MAJORITAIRES DES RACES AR/DSA

Stratégie de vente	42% vendent majoritairement à tout âge 45% des éleveurs souhaitent disposer d'outils pour mieux vendre et répondre à la demande des clients
Main d'oeuvre	15% ont recours à de la main d'œuvre salariée
Ambition économique	36% des éleveurs ont un objectif de rentabilité
Rentabilité	15% déclarent que leur élevage dégage un revenu
Autres sources de revenus	55% proposent des prestations d'élevage 59% proposent d'autres activité en lien avec le cheval
Avenir de leur activité de naisseur	35% comptent stabiliser les naissances d'ici 5 ans, 29% réduire ou arrêter

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

Répartition selon les 4 profils-types d'éleveurs professionnels

L'éleveur qui « vit » de ses activités en lien avec l'élevage	28%
Le poly-éleveur	11%
L'éleveur qui « se cherche »	36%
Le passionné	25%

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

CHIFFRES CLÉS

ÉLEVEURS MAJORITAIRES DES RACES PFS/CO/NF/W

Stratégie de vente	30% vendent majoritairement à tout âge 36% des éleveurs souhaitent disposer d'outils pour mieux vendre et répondre à la demande des clients
Main d'oeuvre	11% ont recours à de la main d'œuvre salariée
Ambition économique	31% des éleveurs ont un objectif de rentabilité
Rentabilité	9% déclarent que leur élevage dégage un revenu
Autres sources de revenus	62% proposent des prestations d'élevage 68% proposent d'autres activité en lien avec le cheval
Avenir de leur activité de naisseur	41% comptent stabiliser les naissances d'ici 5 ans, 29% augmenter

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

Répartition selon les 4 profils-types d'éleveurs professionnels

L'éleveur qui « vit » de ses activités en lien avec l'élevage	10%
Le poly-éleveur	26%
L'éleveur qui « se cherche »	53%
Le passionné	11%

Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs professionnels

© SHF - Marie Sapin

III. QUI SONT LES ÉLEVEURS AMATEURS ?

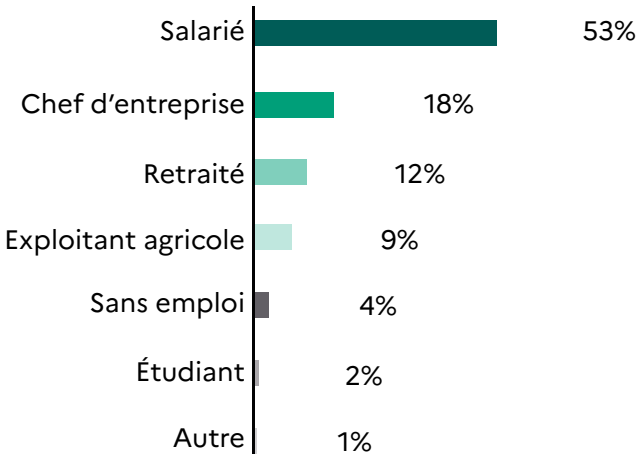
1. SITUATION PRINCIPALE DES AMATEURS

CHIFFRES CLÉS

80% des éleveurs amateurs sont des actifs

53% des amateurs sont salariés à titre principal

Quelle est votre situation principale actuelle ?
(taux de réponse : 100%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs amateurs
Lecture : 12% des éleveurs amateurs sont retraités

2. DOUBLE JEU : CONCURRENT OU CLIENT ?

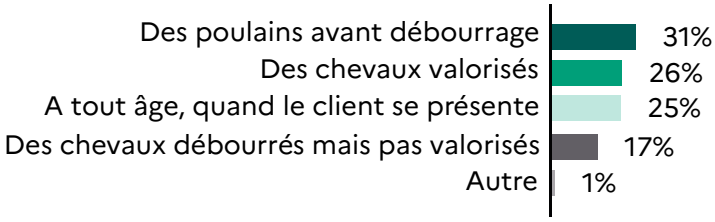
CHIFFRES CLÉS

44% des amateurs ne cherchent pas à vendre les équidés produits

69% des amateurs sous-traitent la saillie et l'insémination de leurs équidés

Près de la moitié des éleveurs amateurs ne vendent pas les équidés produits. Parmi les vendeurs, près d'un tiers préfèrent mettre sur le marché des poulains avant débourrage.

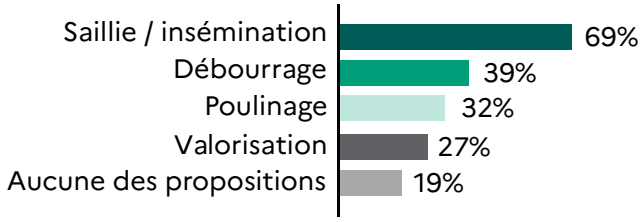
Quel type de chevaux / poneys vendez-vous majoritairement ?
(taux de réponse : 84%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs amateurs-vendeurs
Lecture : 25% des éleveurs amateurs vendent à tout âge, quand le client se présente

La prestation d'élevage en lien avec la reproduction est la plus consommée par les amateurs.

Concernant vos chevaux / poneys de sport - loisir, que sous-traitez-vous ?
(taux de réponse : 99%)



Source : OMEFFE/IFCE, d'après l'enquête naisseurs de la base SIRE (2017-2020), éleveurs amateurs
Lecture : 69% des éleveurs amateurs achètent des prestations saillie/insémination

Les amateurs vendeurs d'équidés, comme les non-vendeurs consomment des prestations chez les professionnels.

Ces achats de prestations apparaissent plutôt durables. En effet 6 amateurs sur 10 ne prévoient pas de réaliser eux mêmes les prestations actuellement sous-traitées.

Les amateurs semblent privilégier la qualité de service, la confiance, le confort des chevaux avant la proximité du prestataire. Certains amateurs ne disposent pas de structure et confient leurs chevaux à des éleveurs ou écuries en pension toute l'année.

« Je pense que c'est comme quand vous avez des enfants à la crèche ou chez la nounou. Vous êtes capables de changer 4 fois de nounou pour trouver la bonne. »
« Pour la monte naturelle, c'est en Indre et pour le débourrage, c'est en Haute Savoie »

Les amateurs interrogés sont souvent en attente de formation autour des thématiques suivantes :
- Alimentation de la jument gestante.
- Gestion du poulain les premières années ou dans ses premiers mois de vie (santé, alimentation, éducation et manipulation).

3. PEU SOUHAITENT SE PROFESSIONNALISER

CHIFFRE CLÉ

21% des amateurs souhaitent se professionnaliser

De nombreux amateurs ne chercheront jamais à se professionnaliser. L'élevage restera un loisir/plaisir uniquement. Les inciter à se professionnaliser serait inutile et inopportun.

Les amateurs aspirant à se professionnaliser recherchent :

- Pour 52% d'entre eux, un accompagnement pour mieux affiner leur stratégie et gérer une structure.
- Pour 43% d'entre eux, des outils pour mieux vendre et répondre à la demande des acheteurs.
- Des formations/conseils liés à l'installation et la création de structure.
- Des terres.
- Des formations techniques : reproduction, insémination, alimentation, débourrage, éducation du poulain, santé du cheval…

Accompagner les amateurs qui le souhaitent vers une professionnalisation. Adapter l'offre de formation, proposer des accompagnements personnalisés : formations, parrainage, mise en réseau…

IV. PRINCIPAUX CONSTATS ET LEVIERS

4 GRANDS TYPES D'ÉLEVEURS PROFESSIONNELS AVEC DES AMBITIONS ÉCONOMIQUES DIFFÉRENTES

L'élevage équin, seul, est rarement rentable. Les diversifications d'activités sont essentielles chez les professionnels.

Les stratégies de vente sont souvent opportunistes, un accompagnement en lien avec la stratégie commerciale est nécessaire.

La sous traitance débourrage/valorisation est un source d'insatisfaction, le besoin d'une structuration de cette chaîne se fait ressentir.

Un accès au foncier difficile (partagé par tous les types d'éleveurs, sauf les poly-éleveurs) qui impacte directement la rentabilité de l'élevage.

UN GRAND NOMBRE D'ÉLEVEURS AMATEURS SANS AMBITION ÉCONOMIQUE

Accompagner les amateurs qui le souhaitent vers une professionnalisation. Adapter l'offre de formation, proposer des accompagnements personnalisés : formations, parrainage, mise en réseau…

UNE INTER-DÉPENDANCE ENTRE ÉLEVEURS AMATEURS ET PROFESSIONNELS

Structurer et améliorer l'attractivité de l'offre de services entre les amateurs et les professionnels est un enjeu prioritaire.

© A. Laurioux

PARTIE 2
ANTICIPER LE MARCHÉ DES ÉQUIDÉS DE SPORT DE DEMAIN

Les objectifs du volet consacré au marché sont les suivants :

- Réaliser un état des lieux du marché en 2020 : analyser les produits achetés, les circuits d'achats et caractériser les acheteurs.
- Identifier les facteurs d'évolution du marché de demain et leur impact potentiel.
- Modéliser les évolutions quantitatives possibles de la demande à l'horizon 2030 et comparer aux évolutions de l'offre.

© SHF

MÉTHODOLOGIE

Des enquêtes ...

| 7 entretiens ont été réalisés en mars et avril 2021 auprès d'experts de la filière équine et du marché du cheval :
- ► Pascal Plancq (Président de l'AFCE – Marchand et éleveur),
- ► Pascal Cadiou (Président du Stud-book Selle français – Eleveur),
- ► Jean-Baptiste Thiebot (Stud-book Selle français – Eleveur),
- ► Emilie Morichon (Directrice FPPC au moment de l'entretien, directrice de la SHF maintenant),
- ► Delphine Herbeau (Responsable élevage SHF),
- ► Olivier Simon (Chargé de projet FFE),
- ► Cécile Arnaud (Accompagnement à la filière IFCE).

| 12 entretiens téléphoniques auprès d'éleveurs ou marchands exportateurs d'équidés (juin2020), 13 entretiens téléphoniques auprès de transporteurs à l'export (juin 2020), enquête auprès de 147 anciens propriétaires d'équidés exportés (décembre 2020).

| Enquête auprès des acheteurs d'équidés en 2020 : enquête réalisée par mail auprès des personnes ayant fait renouveler au moins une carte d'immatriculation[3] ou fait enregistrer au moins un équidé importé en 2020. Les résultats ont été redressés en fonction du nombre d'équidés achetés par le propriétaire et du type de race de l'équidé.

	Email envoyés	Nombre de répondants	Taux de réponse
Renouvellements de cartes d'immatriculation	36 907	6 798	18%
Importés	2 938	548	19%

| Enquête sur les intentions d'achats : enquête en ligne publiée sur la page Facebook® de l'IFCE et relayée sur les réseaux sociaux ou par mail par les partenaires (SHF, FFE, SBSF, AFCE) : 350 futurs acheteurs répondants.

... et une analyse des bases de données

| IFCE-SIRE : analyse de l'évolution du nombre de naissances de 2000 à 2021 couplée à l'évolution du nombre de renouvellements de cartes d'immatriculation, ainsi que du nombre d'équidés importés de 2010 à 2021.

| IFCE-OESC : utilisation des « enquêtes marché » réalisées en 2011, 2017, 2018 auprès des acheteurs d'équidés français et importés pour objectiver les évolutions de la demande.

| DDCSPP-Traces : analyse des certificats d'exportation des équidés pour estimer le nombre de chevaux exportés pour le sport de 2017 à 2020.

[3] Chaque équidé immatriculé au sein de la base SIRE possède une carte de propriété (carte d'immatriculation) qui doit être systématiquement mise à jour à chaque changement de propriétaire. Les renouvellements de cartes sont enregistrés dans la base, ce qui permet de connaitre les équidés ayant fait l'objet d'un transfert de propriété (vente, cession, don).

I. ÉTAT DES LIEUX ET TENDANCES DU MARCHÉ EN 2020

1. UN MARCHÉ POUR LA COMPÉTITION QUI SE DÉVELOPPE, GRÂCE À UNE OFFRE DE DISCIPLINES QUI SE DIVERSIFIE

CHIFFRES CLÉS

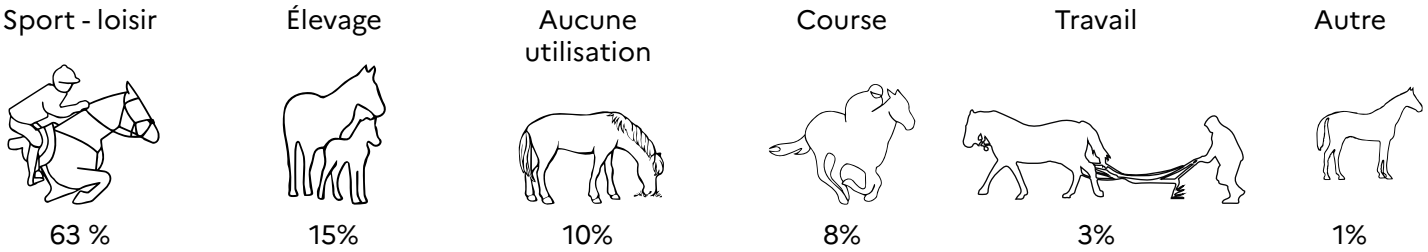
POUR LE SPORT-LOISIR

44 500 équidés ont été achetés en France

3 700 équidés ont été importés

3 300 équidés ont été exportés.

Répartition des équidés achetés en 2020 par utilisation (marché français)



Source : IFCE-OESC d'après enquête marché 2020

TENDANCES 2015 – 2020 :

- ↘ -5 points pour le sport-loisir
- ↗ +3 points pour l'élevage
- ↗ +1 point pour le travail
- ↗ +5 points pour les inutilisés

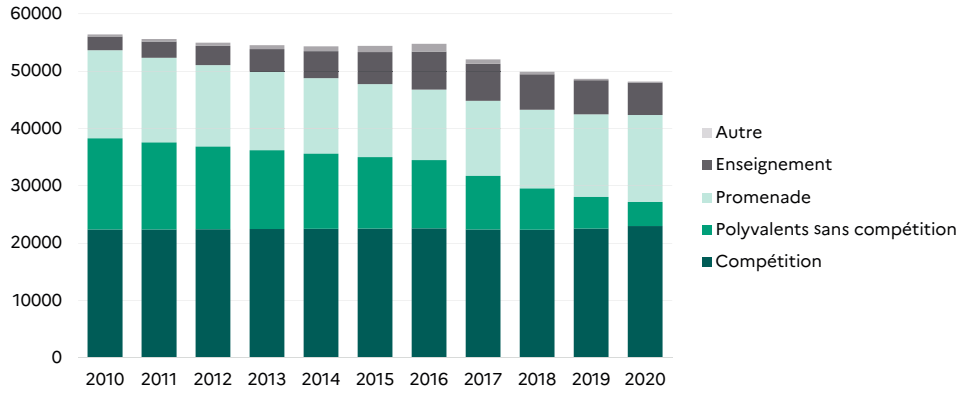
ET LES IMPORTÉS ?

75% des chevaux de selle et poneys sont importés pour faire du sport-loisir alors qu'ils étaient 83% en 2015.

TENDANCES 2010 – 2020 EN SPORT-LOISIR :

- ↗ Hausse des achats pour la compétition
- ↗ Hausse des achats pour la promenade
- ↘ Forte baisse des achats pour des activités polyvalentes sans compétition

Évolution des achats sport-loisir de 2010 à 2020 (hors équidés exportés)



Source : IFCE-OESC d'après enquêtes marchés 2020, 2018, 2017 et 2011

Les achats ont tendance à se spécialiser : en 2020, les nouveaux propriétaires envisagent plus la possibilité de faire de la compétition. Cela peut s'expliquer en partie par le fait que la Fédération Française d'Equitation a créé des disciplines de compétition adaptées à une pratique plus diversifiée (Equifun, Mountain trail, etc.).

LES ACHATS POUR LA COMPÉTITION

CHIFFRES CLÉS

63% sont achetés pour du CSO dont 1% pour du Hunter

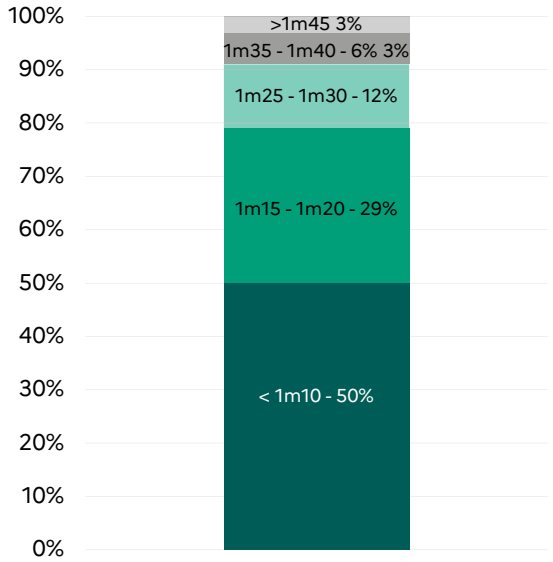
12% pour du Concours Complet d'Equitation (CCE)

13% pour du Dressage

La demande en compétition porte essentiellement sur des équidés de niveau modeste. Seul 1 équidé acheté pour le CSO sur 2 le sera dans un objectif de concourir sur des épreuves d'une hauteur d'1m15 ou plus.

Le Concours de Saut d'Obstacles (CSO) reste la première discipline citée par les acheteurs de chevaux de compétition.

Niveaux envisagés pour les équidés achetés pour le CSO



Source : IFCE-OESC d'après enquête

2. DES CIRCUITS D'ACHATS DIVERSIFIÉS, UNE FORTE AUGMENTATION DES INTERMÉDIAIRES EN SPORT

CHIFFRES CLÉS

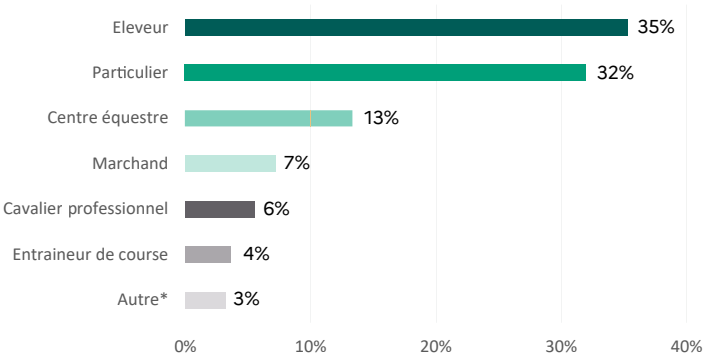
1 / 3 des achats sport-loisir auprès de l'éleveur

1 / 3 auprès des particuliers

TENDANCES 2015-2020 :

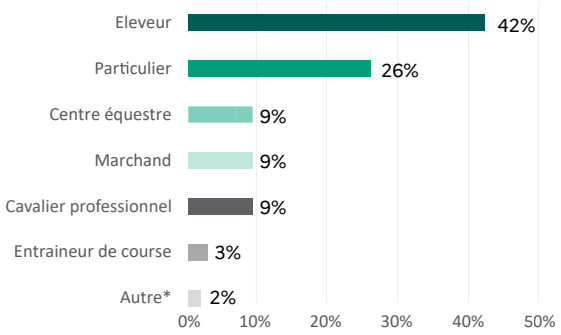
- ↘ Achats auprès des particuliers : -2 points
- ↗ Achats auprès des marchands : +2 points
- ↗ Achats auprès des entraineurs de courses : +2 points

Répartition des achats sport - loisir selon l'ancien propriétaire



*Autre : Associations, écuries de reconversion, etc.
Source : IFCE-OESC d'après enquête

Répartition des achats compétition selon l'ancien propriétaire



Source : IFCE-OESC d'après enquête

Lorsqu'on zoome sur les équidés de sport, les achats auprès d'un éleveur sont majoritaires. Par rapport à 2015, les particuliers ont perdu des parts de marché au profit des achats aux professionnels de la vente (marchands et cavaliers professionnels).
En 2015, un intermédiaire était intervenu dans 1 achat pour la compétition sur 10. En 2020, les intermédiaires interviennent dans un quart des achats pour le sport. Le plus souvent, les clients sont orientés par leur moniteur ou coach ou par un cavalier professionnel.

3. UN MARCHÉ SPORT-LOISIR BIEN SEGMENTÉ

Les produits achetés sur le marché du sport-loisir se divisent en 6 profils-types. Chacun répond à une demande particulière et a sa propre clientèle.

Les 6 profils-types d'équidés sur le marché sport-loisir

JEUNES CHEVAUX ET PONEYS – 27%

- Pour le sport ou le loisir
- Agés de 0 à 3 ans
- Non valorisés
- De race spécifique à l'utilisation
- Achetés directement à un éleveur

© M. Muller

CLIENTS

Professionnels : Marchands, cavaliers professionnels, dirigeants de centre équestre

Amateurs passionnés isolés :

- Niveaux galops 5 à 7 et 7 et plus
- Toutes catégories socio-professionnelles

Ces clients sont des amateurs qui aiment les équidés « verts » à former à leur main. Ils sont souvent isolés d'une structure équestre.

© A. Bassaler

PRÊTS À CONCOURIR – 19%

- Pour la compétition et/ou la valorisation
- Agés de 4 à 10 ans
- Chevaux et poneys de races de sport
- Achetés à un marchand, un cavalier professionnel ou un particulier

CLIENTS

Amateurs aisés :

- Cadres, étudiants/lycéens, artisans
- Moins de 18 ans à 40 ans et plus
- Niveau Galop 7 et plus

Ces clients cherchent des chevaux ou poneys prêts à concourir pour que leurs enfants, ou eux-mêmes, puissent sortir en compétition dès l'achat. Ils ont un fort pouvoir d'achat et investissent dans des équidés à prix élevés.

IMPORTÉS – 8%

- Pour la compétition, la valorisation ou l'instruction
- Agés de 4 à 6 ans
- Achetés à un marchand ou un cavalier professionnel

© A. Laurioux

CLIENTS

Amateurs aisés :

- Cadres, étudiants/lycéens, artisans
- Moins de 18 ans à 40 ans et plus
- Niveau Galop 7 et plus

Ces clients cherchent des chevaux ou poneys prêts à concourir pour que leurs enfants, ou eux-mêmes, puissent sortir en compétition dès l'achat. Ils ont un fort pouvoir d'achat et investissent dans des équidés à prix élevés.

RÉFORMÉS DES COURSES – 11%

- Pour des activités polyvalentes avec éventuellement de la compétition occasionnelle ou de la promenade
- Races de course
- Achetés à un entraineur

CLIENTS

Acheteurs de réformés :

- Employés ou étudiants
- Niveau Galop 1 à 6
- Jeunes adultes (18 à 30 ans)

Les acheteurs de réformés sont des jeunes peu fortunés avec plutôt un petit niveau. Ils achètent des réformés des courses à un prix très bas.

EQUIDÉS D'INSTRUCTION – 13%

- Pour de l'instruction ou des activités polyvalentes
- Agés de 7 ans et plus
- ONC ou de races de sport ou loisir
- Achetés à un centre équestre

CLIENTS

Professionnels : centres équestres

Amateurs loisir encadrés :

- Employés ou Professions intermédiaires
- Moins de 18 ans ou 41 à 50 ans

Les acheteurs de ces équidés sont des personnes qui achètent un équidé pour continuer d'apprendre l'équitation. Il s'agit souvent de leur premier cheval. Parmi eux, on retrouve des personnes qui se mettent à cheval tardivement.

POUR LA PROMENADE – 22%

- Pour la promenade ou la randonnée
- Agés de 7 ans et plus
- ONC ou races orientées loisir
- Achetés à un particulier

CLIENTS

Amateurs orientés loisir :

- Employés, ouvriers, agriculteurs, sans activité
- Débutants à Galop 6

Ces clients achètent des équidés de 2ème main plutôt peu chers pour faire de l'équitation d'extérieur.

En sport, les clients directs des éleveurs sont les professionnels (marchands ou cavaliers professionnels) et les « amateurs passionnés isolés ». La cible qui a le pouvoir d'achat le plus important sont les « amateurs aisés ». Les éleveurs touchent peu cette clientèle qui est surtout en contact avec les marchands et cavaliers professionnels.

Cette intermédiation est donc indispensable et il y a un enjeu fort à la renforcer.
Une part des clients des équidés importés sont des clients potentiels pour les éleveurs français. En effet, 40% d'entre eux ne savent pas que l'équidé acheté a été importé.

4. UN ACTE D'ACHAT GUIDÉ PAR LES SENTIMENTS

Les acheteurs ont des attentes vis-à-vis du produit à vendre mais aussi vis-à-vis de l'acte d'achat. Elles sont différentes de ce qu'il se passe réellement lors de l'achat.

CRITÈRES DE CHOIX CONCERNANT L'ÉQUIDÉ

Attentes des futurs clients avant de se lancer dans la démarche d'achat

1 | Bilan vétérinaire favorable
2 | Prix dans leur budget
3 | Aptitudes sportives
4 | Bon caractère
5 | Praticité d'utilisation

Comportement à l'achat lors de l'achat

1 | « Coup de cœur »
2 | Bon caractère
3 | Origines génétiques
4 | Aptitudes sportives

Le prix et le bilan vétérinaire ne sont pas souvent cités.

Paroles d'acheteur :

« Prix intéressant, caractère attachant, compétences correspondant à ce que je recherchais »
« C'était le plus mignon »

BESOINS POUR UN ACTE D'ACHAT RÉUSSI

Attentes des futurs clients avant de se lancer dans la démarche d'achat

Les besoins exprimés par les clients 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.

Ces besoins doivent être comblés pour que la « transaction idéale » se réalise : achat réalisé et acheteur heureux.

Comportement à l'achat lors de l'achat

Dans les faits, ces besoins ne sont pas toujours comblés, ce qui entraine un malaise au moment de la vente.

1/3 des clients ne savent pas s'il y a une part de TVA dans le prix.

Les enquêtés expriment de nombreuses et vives critiques sur les circuits d'achats et la transparence du marché.

Paroles d'acheteur :

« La transparence sur la commission des intermédiaires serait un vrai plus, un bilan vétérinaire obligatoire par deux vétérinaires à partir d'un certain prix aussi. »

« Le particulier non pro et peu connaisseur est parfois encore trop « vulnérable » si mal accompagné… et que le marché devrait être plus transparent. »

6 futurs acheteurs sur 10 veulent privilégier un achat auprès d'un éleveur pour satisfaire les besoins cités ci-dessus : *« Avec un éleveur, on a accès à tout l'historique du poulain et on peut choisir des conditions qui nous correspondent dès le sevrage. »*

II. QUELS FACTEURS VONT IMPACTER LE MARCHÉ D'ICI DIX ANS ?

Les transitions numérique, écologique et sociétale sont présentes sur le marché via des facteurs d'évolution propres à la filière équine.

1. LA DIGITALISATION : OUI, MAIS PAS TROP…

En 2020, 37% des équidés achetés pour la compétition ont été repérés grâce à l'utilisation d'internet (petites annonces, réseaux sociaux, etc.). Ce mode de repérage est en augmentation de huit points par rapport à 2015. De plus, depuis quelques années, les ventes aux enchères sur internet ont connu un essor non négligeable : en 2020, l'agence Fences a organisé 12 ventes aux enchères en ligne et la société Ekestrian en a organisé dix. De plus, plusieurs élevages français de chevaux de sport organisent leurs propres ventes aux enchères. Les acheteurs amateurs apprécient l'offre très importante sur internet et une comparaison plus facile des équidés. Le sérieux, le professionnalisme et la fiabilité des sites d'éleveurs ou de marchands sont mis en avant par les acheteurs.
Les modes de communications digitaux ont leurs propres codes qui changent rapidement. Certains vendeurs peuvent être impactés par leur manque de maitrise de ces codes, notamment lors des ventes d'équidés.
En 2020, Internet n'a pas été utilisé dans un achat sur deux pour la compétition. Son utilisation peut donc encore se développer. Ce potentiel développement est limité. En effet, un futur client sur deux est totalement réfractaire aux transactions qui se feraient par internet du repérage du cheval à son achat, notamment via les ventes aux enchères.

L'enjeu pour les éleveurs est de savoir mettre en valeur leurs produits en optimisant leurs annonces, leur page de réseaux sociaux ou leur site internet. Il est important de ne pas tout miser sur ce mode de communication et de préparer la relation client au téléphone ou en présentiel pour la suite de la démarche d'achat.

2. LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE : DES CONDITIONS D'ÉLEVAGE À METTRE EN AVANT

La réduction des pesticides en agriculture, le maintien de la biodiversité, la gestion de l'énergie sont des axes stratégiques pour la transition écologique. Les consommateurs y sont sensibles. L'élevage d'équidés est concerné par la gestion des entrants (nourriture, litière) et des effluents d'élevage. Les acheteurs y sont sensibles car 70% d'entre eux sont intéressés par un équidé produit dans le respect de l'environnement pour un futur achat.
Cette considération peut impacter les éleveurs si la prise en compte du développement durable devient prédominant dans l'acte d'achat. En 2020, ce critère n'a jamais été cité comme déterminant dans l'acte d'achat.

Dans la mesure où les équidés de sport sont généralement élevés de manière extensive et raisonnée, il serait intéressant pour les éleveurs de valoriser le respect de l'environnement dans leurs pratiques d'élevage auprès des clients.

3. BIEN-ÊTRE ANIMAL : DES BONNES PRATIQUES À VALORISER

Face à la prise en compte du bien-être, la société évolue vers de nouvelles attentes :

- Évolution des consommations alimentaires (moins de produits carnés, attrait pour les filières plein air, bio, etc.).
- Médiatisation forte des questions de bien-être animal des animaux d'élevage et des conditions d'abattage.
- Contestation renforcée de la production agricole par certaines associations.

Source : MAA – Bien-être animal : contexte juridique et social

Les sports équestres n'échappent pas à ces prises de consciences et les témoignages, pratiques, dénonciations se multiplient. De plus, 90% des futurs acheteurs indiquent vouloir acheter un équidé élevé dans le respect de son bien-être.

Il y a un enjeu fort de mise en avant des bonnes pratiques d'élevage et/ou de détention pour les vendeurs d'équidés.

Le bien-être animal au travers des lois illustre la pensée collective :
En France, depuis la loi de 1976 qui a édifié la politique de protection animale, les progrès et les obligations en terme de respect du bien-être n'ont cessé de progresser. En 1999, le code civil a été modifié pour que les animaux ne soient plus assimilés à des choses. En 2015, la loi relative à la modernisation et la simplification du droit et des procédures modifie à nouveau le code civil en qualifiant les animaux comme des êtres doués de sensibilité. Plus récemment, la loi visant à lutter contre la maltraitance animale et conforter le lien entre les animaux et les hommes a été promulguée le 30 novembre 2021.

4. ÉVOLUTION DES PRATIQUES : UN SIGNAL FAIBLE

L'enquête réalisée par l'IFCE-OESC sur les achats 2015 avait révélé une augmentation de 12 points du nombre d'achat pour la pratique à pied, en complément de la pratique montée. Cet engouement pour le travail à pied est lié à des pratiques plus éthologiques, pour créer une relation différente avec l'équidé.
En plus de l'éthologie, des nouvelles approches de l'équitation émergent, en lien avec le bien-être du cheval et une relation homme-cheval renforcée. Le développement des réseaux sociaux contribue à leur diffusion. Dans la mesure où ces pratiques concernent les achats, elles risquent d'impacter les éleveurs qui pourraient gagner des parts de marché en les prenant en compte.
En 2020, seul un acheteur sur dix juge qu'il a des pratiques innovantes et parmi les plus citées, on retrouve l'éthologie, le travail à pied et d'autres activités en lien avec le renforcement du bien-être animal. Peu de clients se sentent donc concernés par ces émergences. Cependant, quatre futurs acheteurs sur dix sont intéressés pour acheter un cheval dressé pour le travail à pied.

L'émergence de ces nouvelles pratiques a peu d'impact sur la nature des produits à vendre et le dressage préalable des équidés mais doit être prise en compte dans la compréhension du besoin du client pour améliorer la relation.

5. CONCURRENCE : DES CLIENTS SENSIBLES À LA PRODUCTION FRANÇAISE

Sur le marché des équidés de compétition, les races de sport françaises sont confrontées à deux concurrences : les équidés importés et les équidés réformés des courses.

En 2020, les **équidés importés** représentent 9% des équidés achetés pour la compétition. Cette part a légèrement diminué durant ces dernières années (-1 point par rapport à 2015 et - 3 points par rapport à 2010). Certains achats d'importés s'expliquent par le manque d'offre dans la production française (pour le Dressage par exemple). Les autres sont sur le même segment de marché que les équidés produits en France. De plus, la typologie des clients montre qu'il s'agit des mêmes clients et des mêmes circuits d'achats. Pour un futur achat, 7 clients sur 10 sont intéressés par une production française et plus de 2 sur 10 sont indifférents.

Les **chevaux de races de courses** n'ont pas été produits pour être utilisés en compétition. Cependant, certains chevaux retirés ou réformés des courses sont reconvertis en sport-loisir. En 2020, 11% des équidés achetés pour la compétition sont de races Pur sang ou AQPS et 5% sont des Trotteurs français. Leur part a respectivement augmenté de 5 points et 1 point par rapport à 2015. Cette augmentation de part de marché fait écho aux politiques de reconversion des chevaux de courses soutenues par les sociétés mères France Galop et le Trot. Cependant, 6 futurs acheteurs de chevaux pour faire de la compétition sur 10 ne sont pas intéressés par un réformé des courses et 3 sur 10 sont indifférents. De plus, sur les achats sport-loisir 2020, les réformés des courses sont un segment à part. Les clients sont plutôt jeunes, peu fortunés, avec plutôt un petit niveau. Ce ne sont pas les mêmes que ceux qui achètent les équidés de races de sport (« Amateurs aisés » et « Amateurs passionnés isolés »).

Les sociétés mères des courses s'engagent dans la reconversion des chevaux :
France Galop a signé, en avril 2019, une convention avec l'association Au-Delà des Pistes afin de structurer et professionnaliser la gestion de la reconversion des chevaux pour augmenter significativement le nombre de galopeurs reconvertis.
Du côté des trotteurs, Le Trot a signé, en septembre 2021, deux conventions de partenariat avec la Fédération Française de la Reconversion et Passerelle, qui œuvrent pour la reconversion des trotteurs, dans le même but.

Ces concurrences représentent un manque à gagner pour les éleveurs. Elles sont susceptibles de les impacter directement en cas de baisse de production et d'augmentation des prix. Dans un premier temps, les importations entreraient directement en concurrence avec la production française. Dans un deuxième temps, si les prix venaient à augmenter de manière significative, certains clients des équidés de races de sport pourraient se tourner vers l'achat de réformés.

L'enjeu pour les éleveurs est de mettre en avant les qualités de leurs produits sélectionnés pour être de bons équidés de sport mais aussi de mettre en avant l'intérêt d'une production locale, en terme de savoir-faire, d'aménagement du territoire et de maintien des paysages.

6. POUVOIR D'ACHAT DES MÉNAGES

Selon l'INSEE, le niveau de vie médian de la population en France métropolitaine est en augmentation entre 2000 et 2019 (date de la dernière estimation). Il augmente notamment chez les personnes les plus modestes et la classe moyenne.

(Source : INSEE Première n°1875 – Octobre 2021 – A. Goin, S. Pujol)

Cependant, il augmente moins vite que le taux d'inflation.

(Source : INSEE – Taux d'inflation 1991-2021)

Les français ont donc un pouvoir d'achat qui diminue.

Cette baisse du pouvoir d'achat peut impacter le marché du cheval et empêcher les plus modestes de concrétiser leur désir d'acheter un équidé.

© Fotolia

POUR RÉSUMER :

LES ACHETEURS D'ÉQUIDÉS DE SPORT :

- Des professionnels.
- Des « amateurs passionnés isolés » ou des « amateurs aisés » à haut pouvoir d'achat.
- Les amateurs ont un besoin d'accompagnement, de bienveillance et d'être rassurés dans leur acte d'achat.
- Ils ont sensibles aux conditions d'élevage et à la production française.
- Ils ont intégré la digitalisation dans leurs pratiques d'achat mais ne sont pas prêts à tout digitaliser.
- Certains ont des pratiques équestres innovantes qu'il faut intégrer dans la compréhension du besoin plus que dans le dressage ou la sensibilisation de l'équidé en lui-même.

© C Losfeld

III. A L'HORIZON 2030, LA DEMANDE RESTE SUPÉRIEURE À L'OFFRE

L'évolution quantitative de l'offre et de la demande sur le marché des équidés de sport permet de confronter les deux et d'orienter la production à l'avenir.

MÉTHODOLOGIE

1. Modélisation de l'offre

OFFRE = L'ensemble des équidés à vendre et produits pour le sport - donc de races de sport[4] - et en âge de faire de la compétition - donc âgés de 0 à 15 ans - représentent l'offre sur le marché des équidés de sport.

Données utilisées :
- IFCE-SIRE : naissances et renouvellements de cartes d'immatriculations de 2000 à 2020
- DDCSP-Traces : âge des équidés exportés

Facteur d'évolution 2020-2030 : naissances

La projection du nombre de chevaux à vendre est réalisée à partir de l'âge de vente des équidés ramenée à leur année de naissance. Toutes les ventes éventuelles pouvant intervenir au cours de la vie de l'équidé sont prises en compte.

2. Modélisation de la demande

DEMANDE = L'ensemble des équidés achetés ou recherchés en France ou à l'international pour pratiquer la compétition.

Données utilisées :
- IFCE-OESC : enquêtes marché 2010 à 2020
- DDCSPP-Traces : nombre d'équidés exportés pour le sport en 2019 et 2020

Facteur d'évolution 2020-2030 : nombre d'équidés achetés pour la compétition en France (d'après enquêtes) et à l'export (DDCSPP-Traces / analyses des experts pour l'évolution).

EXEMPLE SUR 2020

OFFRE :
21 500 équidés de sport sur le marché (races de sport, de 0 à 15 ans)

15 600
ont été achetés pour du sport

4 900
pour du loisir

1 000
pour de l'élevage ou une autre utilisation

DEMANDE :
26 000 équidés achetés pour faire de la compétition

15 600
équidés de races de sport

3 400
chevaux de races de course

5 000
autres (OC, autres races)

2 000
importés

[4]Races de sport : Selle français, Anglo-arabe (y compris demi-sang), Arabe, Barbe, Demi-sang Arabe, Cheval de Dressage Français, Connemara, New Forest, Poney Français de Selle, Welsh, Dartmoor, Irish Cob, Haflinger, Highland, Islandais, Shagya, Trakehner

1. 2020 – 2030 : DE FORTES VARIATIONS POUR L'OFFRE, MOINS POUR LA DEMANDE

L'évaluation des évolutions quantitatives de l'offre et de la demande entre 2020 et 2030 présente 3 projections : basse, moyenne et haute. Les projections haute et basse sont des bornes peu réalisables mais permettent de distinguer le spectre des possibilités autour de la projection moyenne.
Ces projections sont basées sur les évolutions passées.

Construction des projections offre et demande

Projection pessimiste	Projection tendancielle	Projection optimiste
Moyenne des 5 plus basses évolutions entre 2010 et 2020.	Moyenne des évolutions entre 2010 et 2020.	Moyenne des 5 plus hautes évolutions entre 2010 et 2020.

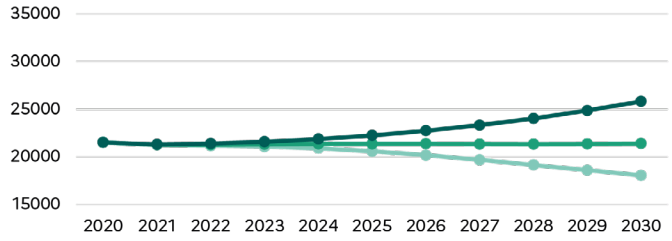
Hypothèses des projections de la demande :
Évolutions annuelles des naissances entre 2020 et 2030 selon les scénarii

	Projection pessimiste	Projection tendancielle	Projection optimiste
Selle Français	-5%	-1%	4%
Autres races de sport SHF	-5%	-1%	3%
Races de sport étrangères	-1%	2%	6%
Poneys et petits chevaux	-6%	0%	5%

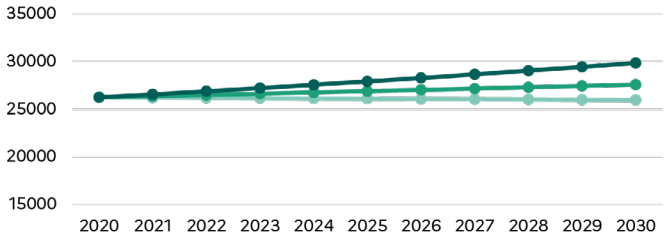
Hypothèses des projections de l'offre :
Évolutions annuelles des naissances entre 2020 et 2030 selon les scénarii

	Projection pessimiste	Projection tendancielle	Projection optimiste
Demande sport	0%	0%	1%
Exports	0%	2%	5%

Évolution de l'offre (équidés de races de sport de 0 à 15 ans à vendre en France)



Évolution de la demande (équidés de compétition recherchés sur le marché)



Source : IFCE-OESC d'après enquêtes, IFCE-SIRE, DDCSPP/Traces — optimiste — tendancielle — pessimiste

Quel que soit le scénario envisagé, la demande est toujours supérieure à l'offre. Ceci est confirmé sur les dernières années par un volume soutenu d'équidés importés qui vient combler un manque. Il existe donc un potentiel de développement de la production pour les éleveurs.

De plus, les différentes projections sont plus fluctuantes pour l'offre que pour la demande. Les scénarii prospectifs qui en découleront seront donc très dépendants de la production d'équidés.

2. 2030 : 3 SCENARII DÉPENDANTS DE LA PRODUCTION, DONC DES ÉLEVEURS

Projections quantitatives sur l'offre et la demande en équidés de sport en 2030

Situation en 2030		Besoins en équidés de compétition		
		Projection pessimiste	Projection tendancielle	Projection optimiste
Offre en équidés de races de sport	Pessimiste	18 000 / 26 000	18 000 / 28 000	18 000 / 30 000
	Tendancielle	21 500 / 26 000	21 500 / 28 000	21 500 / 30 000
	Optimiste	25 800 / 26 000	25 800 / 28 000	25 800 / 30 000

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

Pour 2030, au regard des modélisations, trois scenarii se dégagent :

SCÉNARIO	DESCRIPTION	FACTEURS D'ÉVOLUTION MAJORITAIRES LES PLUS IMPACTANTS
Scénario 1 : Manque de production | Offre : pessimiste | Demande : pessimiste	Les éleveurs produisent moins d'équidés de races de sport à partir de 2021. Tous les chevaux produits devront être utilisés en compétition ou les carrières sportives devront être optimisées. Augmentation des prix et des importations.	Concurrence : développement de la concurrence internationale. Les moins aisés peuvent se tourner vers les réformés. Pouvoir d'achat des ménages : impact s'il y a une baisse de pouvoir d'achat de la classe moyenne.
Aggravation du scénario 1 : Le cheval de sport = produit de luxe | Offre : pessimiste | Demande : tendancielle, optimiste	Les éleveurs produisent moins d'équidés de races de sport à partir de 2021 et la demande se stabilise ou se dynamise. L'écart entre les équidés produits et recherchés est très grand. Le cheval de race de sport devient un produit de luxe. Les prix augmentent drastiquement, les importations aussi. Certains acheteurs n'ont plus les ressources financières pour le produit recherché. Ils sont frustrés et mécontents. Les éleveurs vendent très bien leurs produits mais beaucoup ont arrêté la production.	

SCÉNARIO	DESCRIPTION	FACTEURS D'ÉVOLUTION MAJORITAIRES LES PLUS IMPACTANTS
Scénario 2 : Un marché qui se tend | Offre : tendancielle | Demande : pessimiste, tendancielle, optimiste	La production suit celle amorcée sur la période 2010 – 2020. L'offre se stabilise. Le marché est en tension, les prix augmentent un peu, de même que les importations. Si la demande se dynamise, ces phénomènes vont s'accentuer. Comme en 2020, les éleveurs doivent améliorer leur démarche commerciale.	Digitalisation : pour aider à la vente. Concurrence : développement de la concurrence internationale. Pouvoir d'achat des ménages.
Scénario 3 : Sur-production | Offre : optimiste | Demande : pessimiste, tendancielle, optimiste	La production se développe entre 2020 et 2030. L'offre est constituée de plus de jeunes chevaux issus de la production post-2021. Les éleveurs ne trouveront pas preneur pour toute leur production en sport et devront se tourner vers le loisir. Les prix vont baisser. La prise en compte du besoin des clients, la mise en valeur de l'élevage et du produit seront indispensables aux éleveurs pour vendre leurs équidés.	Digitalisation : bien savoir utiliser l'outil et les nouveautés pour avoir une communication performante. Transition écologique, bien-être animal, évolution des pratiques : pour coller aux valeurs du consommateur.

La forte dépendance des scénarii à la production d'équidés et donc aux éleveurs montre qu'il y a un enjeu fort pour la filière à les aider à se maintenir et se structurer

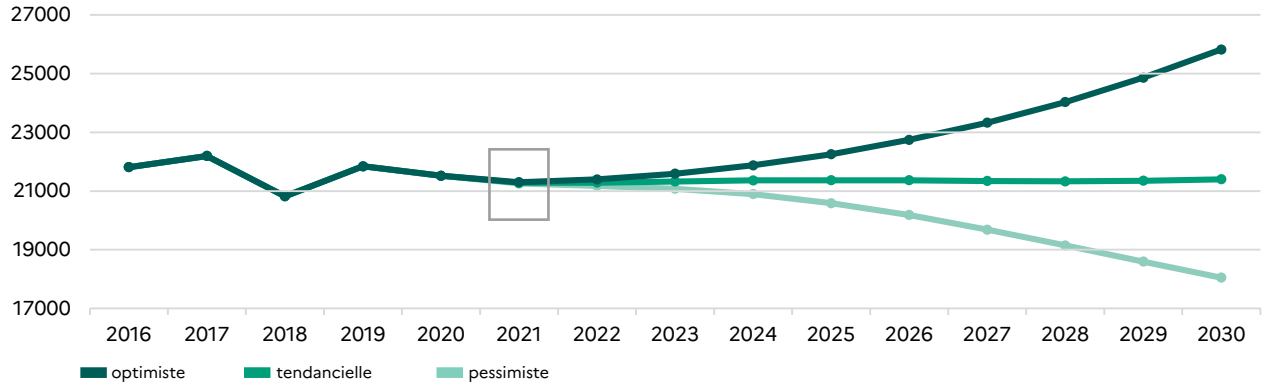
Et 2021 ?

« Les chevaux se vendent très bien. »
« Les centres équestres ne trouvent plus de poneys ni chevaux.»
« Les chevaux de compétition se vendent à prix d'or. »

↗ + 9% de transactions par rapport à 2020
+20% sur le prix moyen des équidés de sport-loisir

→ Demande = projection optimiste

Graphique zoomé de l'évolution de l'offre entre 2016 et 2030



→ Offre : creux en 2021 du à la baisse de production connue à partir de 2013

Pour le moment, le marché est dans le scénario 2, attention à ce qu'il ne bascule pas dans le 1.

PARTIE 3
SYNTHÈSE

© Pixabay

CONSTATS ÉLEVEURS

- **4** grands types d'éleveurs professionnels avec des ambitions économiques différentes.
- **Un grand nombre** d'éleveurs amateurs n'ont pas d'ambition économique.
- **Chez les professionnels,** l'élevage équin, seul, est rarement rentable. Les diversifications d'activités sont essentielles chez les professionnels.
- **Les stratégies de vente** sont souvent opportunistes, un accompagnement en lien avec la stratégie commerciale est nécessaire.
- **La sous traitance** débourrage/valorisation est source d'insatisfaction.
- **+ un accès au foncier difficile** (partagé par tous les types d'éleveurs, sauf les poly-éleveurs).

CONSTATS MARCHÉ

- **2010-2020 :** Augmentation des achats pour la compétition et la promenade, diminution globale du loisir.
- **Marché du sport-loisir bien segmenté :**
  Clients directs des éleveurs : « Amateurs passionnés isolés » et professionnels
  Clients indirects ou potentiels : « Amateurs aisés »
- **Demande pour des chevaux** à bon caractère, dociles et facilement manipulables mais aussi performants. Place prépondérante du « Coup de cœur »
- **Les clients recherchent la transparence et la confiance :**
  Souhait d'acheter plus aux éleveurs
  Intérêt de revalorisation du lien entre éleveurs et intermédiaires
- **Offre en race de sport < Demande :** acheteurs qui se tournent pour le moment vers des importés ou des équidés aux Origines Constatées.
- **Les éleveurs :**
  Des atouts à mettre en valeur
  Une « relation clients » à développer

Leviers prioritaires :

- Accompagner les stratégies commerciales des éleveurs professionnels : développer la relation client, la prise compte du besoin, la communication, les outils de commercialisation. Faciliter et assainir les intermédiations.
- Renforcer les interactions entre éleveurs : structurer l'offre des prestations d'élevage, renforcer son attractivité auprès des éleveurs amateurs, aider à la professionnalisation des amateurs qui le souhaitent (formation, parrainage, etc.) et sécuriser les parcours à l'installation.
- Accompagner les stratégies de production : construire un réseau solide de professionnels.

RÉSUMÉ

La production française d'équidés de sport a reculé de 7% en 10 ans et le marché évolue rapidement. Les éleveurs d'équidés de sport peinent à l'anticiper.
Cette étude, basée sur des analyses d'enquêtes et de bases de données, montre que les éleveurs professionnels n'ont pas tous une ambition économique pour leur élevage qui est rarement rentable. La diversification des activités est, cependant, source de revenu. Le marché des équidés de sport est bien segmenté en 2020 avec des clients qui achètent via les éleveurs mais aussi via les autres circuits d'achats. La demande en équidés de compétition est en augmentation depuis 2010. Cette augmentation devrait se poursuivre d'ici 2030 avec une offre en équidés de races de sport qui restera inférieure. Il y a donc un enjeu à maintenir une production soutenue en veillant à satisfaire les besoins de la clientèle.

Les éleveurs ont des atouts à mettre en avant via une relation aux clients et des liens avec les intermédiaires (marchands et cavaliers professionnels) à développer. Un accompagnement au niveau de leur stratégie commerciale permettrait également d'améliorer la rentabilité.

Éleveurs d'équidés de sport : anticiper le marché de demain | Synthèse 2021
Observatoire économique et social du cheval (IFCE)
Directeur de publication : Jean-Roch Gaillet, Direction générale, IFCE
Rédaction : Françoise Chastanet (Observatoire des métiers, de l'emploi et des formations de la filière équine)
et Anne-Lise Pépin (Observatoire économique et social du cheval)
Conception graphique : IFCE
Parution : Novembre 2022

Agir pour la filière équine de demain

ifce

institut français
du **cheval**
et de l'**équitation**

www.ifce.fr