De nouvelles pistes de valorisation et de commercialisation

Auvergne-Rhône-Alpes

Chevaux de loisir

Une étude sur les circuits de valorisation et de commercialisation en Auvergne-Rhône-Alpes a été effectuée en 2016. Parmi les 114 acteurs de la filière équine enquêtés 55 d'entre eux avaient une activité liée aux chevaux de loisir. Ils nous ont révélé leur pratique et leur vision des circuits existants. Cette fiche récapitule l'ensemble des réponses récoltées et tente d'apporter des solutions aux problèmes rencontrés.

Source image : http://auvergne-tourisme.info/activités-equestre-3-6-1.html

Sommaire :

Page 2
La méthode et les caractéristiques des enquêtés

Page 3
Rappels chiffrés sur l'utilisation et la valorisation

Page 4
La valorisation

Page 11
La commercialisation

Page 19
Conclusion

La méthode et les caractéristiques des enquêtés

Les enquêtes se sont déroulées sous forme d'entretiens semi-directifs par téléphone ou en face à face. Les personnes interrogées dans toute la région étaient invitées à présenter leur(s) activité(s) liée(s) aux équidés, leur méthode pour valoriser et commercialiser leurs chevaux. Pour chaque étape un point était fait sur les avantages et inconvénients des moyens utilisés ainsi que les limites ou actions particulièrement intéressantes. Enfin les enquêtés étaient invités à donner un avis global sur les circuits de valorisation et de commercialisation en place dans la région.

Parmi les 55 personnes ayant une activité liée aux chevaux de loisir 41 sont des éleveurs (dont 13 spécialisés en chevaux de loisir, 15 produisant des chevaux de sport et de loisir et 13 spécialisés en chevaux de trait), 10 sont des représentants d'éleveurs (syndicats de chevaux de selle, de trait et de territoire) et quatre sont des organisateurs de ventes. Tous ont des stratégies et rôles plus ou moins diversifiés de la production au commerce de chevaux (cf. Illustration 1). La majorité sont des professionnels. Plusieurs races sont représentées (Selle français, Welsh, Halfinger, Frison, Comtois...) et la taille d'élevage varie de 1 à 12 poulinières. La majorité des enquêtés sont double actifs, peu d'entre eux vivent uniquement de l'élevage de chevaux ou sont amateurs (pas de rentabilité de l'élevage). Les éleveurs de chevaux de trait cumulent souvent une autre activité d'élevage (bovin, ovin, caprins…).

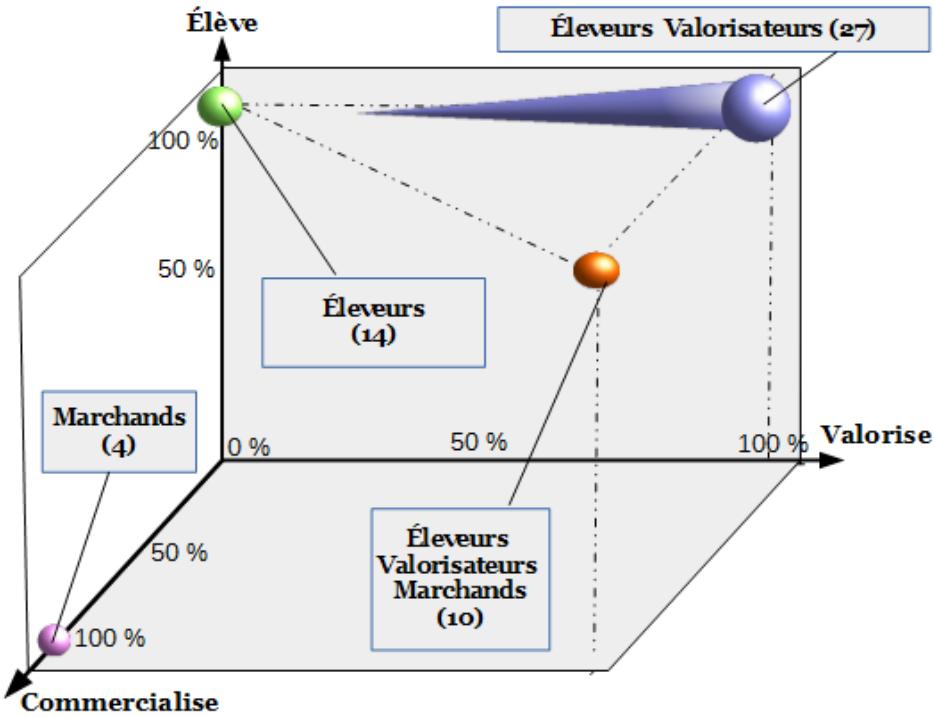

Illustration 1: Typologie des acteurs enquêtés selon leur activité dominante de la production à la vente d'équidés

Axe élève : Commercialise uniquement ses propres produits
Axe commercialise : Commercialise des chevaux qu'il n'a pas produits
Axe valorise : S'implique dans la préparation des chevaux

Rappels chiffrés sur l'utilisation et la valorisation

Avec 673 026 licenciés en 2015, la fédération française d'équitation est la troisième fédération française de sport derrière le foot et le tennis. La région Auvergne-Rhône-Alpes est la deuxième française (80 012 licenciés) derrière l'île de France. Parmi les licenciés Auvergnats et Rhône-alpins moins d'un quart participent à des compétitions. Le tourisme équestre s'est fortement développé durant les 15 dernières années (cf. illustration 2).

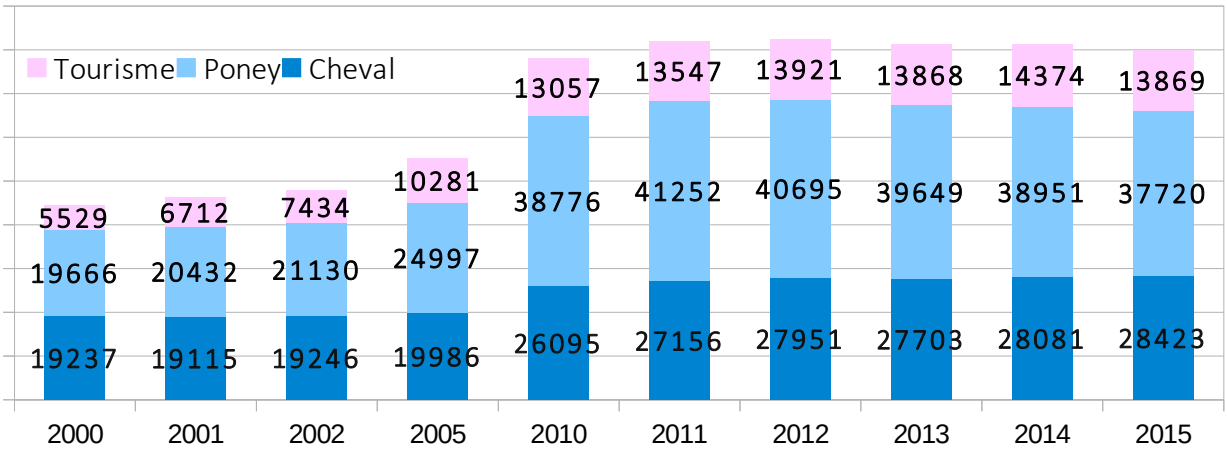

Illustration 2: Nombre de licenciés en fonction du fléchage

Région Auvergne-Rhône-Alpes (ffe, 2016)

Illustration 3: Cavalière lors d'une épreuve de qualification loisir

Source :http://www.equitation-rhonealpes.com/

En termes de manifestations, 82 « qualifications loisirs »[1] sont programmées en 2016 en France dont 13 en Auvergne et 7 en Rhône-Alpes ce qui représente plus de 24% des rencontres. (ifce, 2016). La Société Française des Équidés de Travail (SFET)[2] annonce une centaine de concours d'utilisation[3] programmés dans l'année 2016 dont 8 en Auvergne-Rhône-Alpes. Sur cette même période 356 concours modèle et allures[4] étaient prévus dont 53 sur les territoires Auvergnat et Rhône-Alpin pour les chevaux de trait et de territoire. (http://www.equides-excellence.fr/)

1 Les qualifications loisir visent à évaluer les qualités d'un équidé adapté à l'équitation d'extérieur ou le sport amateur. Cela permet de donner aux acquéreurs des repères sur la praticité du cheval et la sécurité qu'il peut apporter dans son utilisation

2 La Société Française des Équidés de Travail a pour but d'encourager l'élevage, la formation, la valorisation, la commercialisation et de favoriser l'utilisation des chevaux de trait, des ânes, des mulets et des équidés de territoire

3 Les concours d'utilisation sont destinés à mettre en avant l'aptitude au travail des chevaux de trait, à permettre des échanges techniques entre utilisateurs et juges ainsi que d'encourager le dressage des jeunes chevaux de trait en vue de leur commercialisation.

4 Les concours modèle et allures sont gérés par les sociétés mères et les stud-book ou associations de races concernées. Les chevaux sont jugés selon une grille adaptée sur des critères morphologiques

La valorisation

Les stratégies des acteurs pour la valorisation

Afin de valoriser les chevaux plusieurs stratégies sont adoptées par les acteurs de la filière, elles dépendent :

- Des moyens privilégiés (officiels ou non)
- Des chevaux choisis pour être valorisés (circuits identiques pour tous les chevaux ou non)
- Des personnes choisies pour travailler les chevaux

Quels outils utiliser ?

Il semblerait que les moyens de valorisation « non organisés » soient privilégiés par les acteurs de la filière loisir. Ces derniers correspondent à un stade de l'apprentissage du cheval. Ce sont par exemple la manipulation de base du jeune cheval, le débourrage et le « dressage à la maison ». D'autres actions, telles que le ferrage ou la castration, doivent être mises en place afin de répondre à la demande et éventuellement d'augmenter la valeur des équidés.

Certains éleveurs font le choix d'utiliser des circuits de compétitions officiels :

- Les qualifications loisir
- Les concours FFE[5] (Club et Ponam) : ils sont destinés à l'ensemble des cavaliers et chevaux. Le choix de ce circuit est généralement motivé par le fait que ces compétitions rassemblent un grand nombre d'acheteurs, sont plus nombreuses et moins coûteuses que les compétitions des circuits d'élevage. De plus ces dernières ont lieu le week-end, les personnes valorisant les chevaux de loisir sont alors plus disponibles.
- Les concours d'élevage officiels : les « modèle et allures », les concours d'utilisation, et les concours SHF[6] sont les circuits créés pour valoriser les jeunes chevaux. Les épreuves sont adaptées afin d'assurer la formation des équidés mais aussi de mesurer leurs aptitudes. Les Tests de Tempérament Simplifiés[7] (TTS) ont été cités aussi.

Illustration 4: Conccurent lors d'une épreuve modèle et allures au sommet de l'élevage de Cournon d'Auvergne (Puy de Dôme)
Source : www2.cheval-breton.fr

5 Le circuit FFE : la Fédération française d'Équitation organise de épreuves sportives à destination de tous les licenciés
6 Le circuit SHF : la société hippique française a pour mission d 'encourager l'élevage, la valorisation et la commercialisation des chevaux et poneys de selle en particulier de sport. Elle organise des compétitions dans 6 disciplines (dressage, CSO, CCE, Hunter, Attelage et Endurance) pour des équidés de 4, 5 et 6 ans.
7 Les Tests de Tempéraments Simplifiés : les tests reflètent différentes situations auxquelles le cheval sera confronté au moins de temps en temps au cours de son utilisation. Ils permettent de connaître rapidement et simplement les principaux traits de tempérament d'un cheval.

Quels chevaux valoriser ?

Le choix des chevaux à valoriser varie selon les éleveurs et leur production. Tout d'abord une grande partie des interrogés (un tiers) a déclaré ne pas valoriser. Ces derniers se démarquent généralement par une production rare (races ou robes particulières…) ou de qualité leur permettant de commercialiser rapidement les produits (renommée de l'élevage, génétique recherchée…). Les personnes valorisant leur production souhaitent voir évoluer leurs chevaux sous la selle avant de les vendre. D'autres partent du principe que la demande en chevaux « clé en main » est forte et que la valorisation est donc un moyen d'y répondre. Le niveau de valorisation peut ensuite être adapté en fonction du potentiel dans les disciplines ou utilisations visées. En effet des contraintes temporelles ou d'espace peuvent pousser les éleveurs à commercialiser des chevaux plus tôt que d'autres. D'autres partent du principe que la valorisation est coûteuse et que les retours sur investissement ne sont au rendez-vous que pour « les bons chevaux ».

Et les « chevaux inadaptés » ?

Les éleveurs précisent que les chevaux dangereux doivent être écartés du circuit du loisir. Il en est de même pour les chevaux ayant de gros problèmes de santé ou de boiteries. La valorisation bouchère peut alors être une solution. Ce circuit est aussi souvent utilisé par les éleveurs de chevaux de trait pour les mâles ou les « chevaux décevants » pour l'utilisation ou le loisir. Il semblerait qu'avoir recours à un cavalier/meneur ou un vétérinaire soit rare pour avoir un regard extérieur et déterminer la meilleure orientation pour l'équidé et éventuellement lui donner une seconde chance. Serait-il judicieux de proposer des services de ce type à des coûts raisonnables ?

Qui faire intervenir ?

Le prix de vente moyen des chevaux de loisir étant peu élevé les acteurs de la filière font rarement appel aux services de professionnels dont le coût d'intervention est assez élevé. Ils privilégient ainsi d'autres moyens :

Illustration 5: Cheval au débourrage dans une écurie Rhône-Alpine
Source:http://www.ecurie-barbarin.fr/debourrage-travail-du-cheval.html

- **Travailler les chevaux eux-même** ou par un des employés de l'élevage
- **Contractualiser avec des centres équestres :** cette solution peut consister à faire débourrer le cheval / poney par les professionnels de la structure qui l'utilisent en contrepartie dans la cavalerie d'école ou le mettent en pension payée par un client. Le système de dépôt vente fait aussi partie des solutions de contractualisation possibles comme la location.
- **Mettre les chevaux en pension ou les confier à des cavaliers amateurs** avec un intéressement sur la vente par la suite ou non. Le système de **location** fait aussi partie pour certains éleveurs d'un moyen de valorisation.

La vision des acteurs sur les différents moyens de valorisation

Travail du cheval : infrastructures inadaptées, trouver des partenaires de confiance

Des solutions peu coûteuses

Un besoin de compétences, de temps et de confiance

Les moyens non officiels sont les plus couramment utilisés par les acteurs de la filière loisir ceci peut s'expliquer pas leur faible coût. Cependant la manipulation, **le débourrage ou le dressage d'un cheval demandent des compétences**, du temps et des installations adaptées. Certains acteurs se trouvent alors dans l'incapacité d'effectuer la valorisation ou dans l'obligation de faire appel aux services souvent coûteux d'un professionnel.
Dans le cas où la solution de la contractualisation avec un centre équestre ou un cavalier amateur est envisagée les acteurs rappellent **l'importance de la relation de confiance** entre les deux parties et de la nécessité de sécuriser le partenariat (assurance, contrat). Certains sont même défavorables à ces solutions qu'ils considèrent comme « trop risquées ». Les éleveurs recherchent des documents, contrats, bornant d'un point de vue législatif l'utilisation du cheval mis en pension dans un centre équestre ou avec un amateur. De manière générale comment les éleveurs pourraient être informés et avoir les outils qui sécuriseront leurs pratiques ?

Des formations sont disponibles pour l'acquisition de compétences sur la valorisation et la commercialisation cependant une éleveuse souligne qu'elles sont souvent loin. L'organisation de telles formations dans la région semble opportune.
De nombreuses installations de qualité, privées ou associatives, existent dans la région (Parc du Cheval...). Y faciliter l'accès avec des partenariats et peut être une animation spécifique permettrait aux éleveurs de travailler leurs chevaux dans différentes installations adaptées et sécurisées.

Participer aux concours : coûteux et des déplacements difficiles

Quels que soient les concours les acteurs de la filière soulignent qu'ils ont toujours l'intérêt de « maintenir l'ambiance » et de **se faire connaître**. Cependant **le coût** de la participation aux compétitions ainsi que les **contraintes en temps et logistiques** engendrées (besoin de disposer d'un véhicule...) sont souvent des freins.

Un soutien financier pour la valorisation des jeunes chevaux a été mis en place dans certaines régions[8]. Ce système serait-il applicable au territoire Auvergne-Rhône-Alpes ? En ce qui concerne les transports, un système de « covoiturage » officiel pour les professionnels participant aux événements de la région pourrait-il répondre au problème ?

8 Un programme d'aide à la mise à la valorisation de chevaux faciles d'utilisation a été mis en place à titre expérimental dans la région Languedoc-Roussillon par le Conseil des Équidés grâce à des aides du Fond EPERON et du ministère de l'agriculture

Les qualification loisirs : un bon test mais des retombées incertaines

L'intérêt de la participation à ces journées pour **mettre en avant la qualité des chevaux pour le loisir** a souvent été évoqué. Les acteurs concernés par la valorisation de poneys ont d'ailleurs rappeler que les notions de sécurité et de plaisir sont d'autant plus importantes lorsque les **montures sont destinées à être utilisées par des enfants**. D'après certains le label « loisir » est une solution pour que les clients « discutent » moins le prix au moment de la vente. L**'aspect éducatif des épreuves pour les jeunes chevaux** a aussi été mis en avant.

Valorisation des aptitudes
Formation des jeunes

Les enquêtés ont aussi noté plusieurs aspects de ces manifestations à améliorer :

Circuit encore méconnu
Difficultés d'organisation

Illustration 6 : concurrente lors d'une épreuve qualification loisir sur le salon du cheval d'Equita Lyon

http://qualifications-loisirs-ra.webnode.fr/qualifications-loisirs/trophee-des-elites/

- le circuit n'est **pas assez connu du grand public** voir même de certains professionnels. Il est donc parfois difficile de valoriser des participations lors de la vente, les « retours sur investissements sont donc plutôt faibles ».
- **l'intérêt du système de notation a été remis en cause** car certaines épreuves peuvent être préparées par les participants. Les critères morphologiques recherchés défavoriseraient certaines races pourtant adaptées au loisir (la longueur du dos par exemple chez les chevaux barbes)
- les concours apparaissent aussi **difficiles à mettre en place** et certains enquêtés ont parfois abandonné l'idée d'organiser de telles journées sur leur structure
- certains éleveurs ne voient **pas l'intérêt de la participation à ces épreuves** car leurs chevaux sont déjà connus pour leurs aptitudes à être de bons chevaux de loisir.

Augmenter la communication auprès des professionnels mais aussi du grand public sur l'intérêt de ces épreuves pourrait être une piste d'amélioration de ce circuit. Le rassemblement de ces concours avec d'autres circuits seraient aussi un moyen de faire connaître ces épreuves. Enfin existerait-il des moyens pour aider les personnes souhaitant organiser ces compétitions dans leurs structures notamment au niveau logistique et administratif ?

Modèle et allures : un intérêt mitigé

Valorisation des reproducteurs

Pas d'intérêt commercial

Pour les enquêtés l'intérêt de la participation à ces concours réside dans le fait que l'on peut y **comparer plusieurs chevaux.** L'inscription à ce type d'événement donne aussi une **motivation aux éleveurs pour préparer les chevaux.** En revanche, en dehors de la valorisation des futurs reproducteurs, **l'intérêt des résultats pour le commerce de chevaux est assez limité**. En effet **peu de clients sont présents** sur le circuit et rares sont les personnes comprenant le système de notation ou y portant de l'intérêt. **Le montant des primes reçues lors des participations est aussi trop faible**. Enfin le système de notation est parfois remis en cause (conflits d'intérêts…).

Comme pour les qualifications loisir le rassemblement de ces compétitions avec d'autres circuits ne serait-il pas un moyen d'améliorer la connaissance de ce type d'épreuve et de s'assurer la présence de plus de public ? Enfin quels moyens pourraient être mobilisés en plus des dotations pour équilibrer les frais de participation des éleveurs ?

Les circuits FFE (club et ponam) : pratique et relativement économe

Ces circuits sont moins chers et assurent une meilleure visibilité des chevaux par les acheteurs que les circuits uniquement destinés à la valorisation des jeunes équidés. Ils sont assez nombreux et bien répartis au niveau géographique. Les personnes concernées par les poneys précisent que leur participation aux divers championnats organisés à Lamotte-Beuvron sont une très bonne vitrine.

Particularités des chevaux de trait

Les éleveurs peuvent inscrire leurs chevaux à des compétitions d'utilisation. Ces dernières semblent assez adaptées pour l'apprentissage et la valorisation des jeunes chevaux cependant comme pour les autres compétitions réservées aux équidés d'élevage peu de public est présent et les participants se font rares. Certains interrogés préconisent ainsi de **rassembler les concours d'utilisation et les autres circuits (modèle et allures et TTS).** D'autres déclarent aussi avoir du mal à accéder aux informations sur les circuits de valorisation (dates des concours…). Les méthodes de **communication sur les événements** pourraient-elles être revues et éventuellement adaptées à un public ne maîtrisant pas toujours les outils informatiques? Enfin pour certains acteurs la valorisation des chevaux de trait doit passer par **le développement de nouvelles utilisations.**

Les syndicats : le « loisir » mis à part ?

Se tenir informé

Des éleveurs se sentant « à part »

Lors des entretiens certains enquêtés se sont exprimés sur leur adhésion ou non à des syndicats. Faire partie d'un syndicat permet d'avoir une représentation politique et de « se tenir informé » des différents événements qu'il met en place. Hormis les éleveurs de chevaux de trait ou de territoire peu des acteurs enquêtés adhèrent à un syndicat régional ou départemental. De manière générale **les acteurs de la filière loisir se sentent à part et pensent que les syndicats locaux et régionaux « sont plus pour les chevaux de sport ».** La plupart d'entre eux adhèrent donc seulement au syndicat (association) de la race qui les concerne. Ils espèrent par ce biais avoir de la publicité pour la vente des chevaux. Malgré tout **le manque de communication** reste réel selon eux.

Une éleveuse impliquée dans un syndicat évoque l'idée de mettre en place une maison de l'élevage dans la région qui serait le siège social de toutes les associations. Une permanence pourrait éventuellement être tenue à tour de rôle par l'ensemble des personnes engagées dans les associations afin d'assurer aux personnes recherchant une information d'en disposer de façon claire et rapide. Afin de solutionner le problème de représentativité des éleveurs de chevaux de loisir serait-il possible d'encourager la mise en place d'un syndicat régional les rassemblant ?

Synthèse des problèmes et solutions sur les circuits de la valorisation

Le tableau ci-dessous récapitule les problèmes soulevés ainsi que les solutions déjà apportées par les acteurs du « loisir » ou qui résultent des discussions.

Solutions proposées	Exemple d'actions
Le coût de la valorisation est trop élevé	
Apporter un soutien financier	Mettre en place une aide directe à la valorisation Soutenir les primes des concours d'élevage
La valorisation nécessite des compétences	
Permettre aux éleveurs d'accéder à des compétences sur la valorisation des chevaux	Proposer des formations aux éleveurs souhaitant valoriser eux-mêmes leur production Trouver des professionnels de la valorisation souhaitant travailler des chevaux de loisir
La valorisation nécessite du matériel et des installations	
Mutualiser des moyens	Rendre des structures adaptées accessibles aux éleveurs. (animer des « circuits d'entraînement »?) Inciter les acteurs de la filière à se rassembler pour le transport des chevaux jusqu'aux lieux de rassemblement
Besoin de sécurité et de confiance entre l'éleveur et les personnes valorisant les chevaux	
Sécuriser les partenariats	Mettre en place des contrats encadrant précisément l'utilisation des chevaux / poneys et une veille juridique
Peu de clients sont présents sur les circuits de valorisation	
Organiser les compétitions d'élevage sur des événements où il y a du public	Rassembler plusieurs circuits et événements, mettre en place des animations pour le public et les acheteurs potentiels
Les acheteurs ne comprennent pas l'intérêt des compétitions	
Apporter des connaissances aux intéressés	Créer des supports d'information et des animations sur les concours pour éclairer le public et les potentiels acheteurs.
Les compétitions d'élevage sont difficiles à organiser	
Apporter un soutien aux organisateurs	Proposer des aides logistiques ou financières Mutualiser des moyens humains.
Les chevaux à problème ne doivent pas être commercialisés	
Trouver d'autres débouchés pour tous les chevaux	Orienter sur la filière bouchère Trouver des professionnels pouvant apporter une aide efficace et relativement économe aux éleveurs pour les chevaux à problème
Les systèmes de notation en concours sont remis en cause	
Faire évoluer les systèmes de notation	Revoir ou expliquer le système et les critères de notation

La commercialisation

Les stratégies adoptées pour la commercialisation des chevaux sont variées, elles sont notamment liées à l'age des chevaux à la mise en vente mais aussi au calcul du prix. Plusieurs éléments peuvent expliquer les choix opérés par les acteurs de la filière :

- Les exigences du marché et la demande des acheteurs
- La recherche de rentabilité économique
- La capacité d'hébergement en chevaux dans la structure

A quel âge vendre les chevaux ?

Les acteurs spécialisés en chevaux de loisir sont divisés en deux catégories :

- les personnes qui vendent des chevaux non valorisés répondant grâce à leur rareté ou leur qualité à une demande particulière : ce sont souvent des « chevaux de couleur » ou ayant une génétique recherchée. Certains éleveurs produisent même des chevaux à la demande. Les ventes s'effectuent alors dès le sevrage.
- les personnes vendant des chevaux valorisés : Ces derniers ont généralement comme objectif de répondre à une forte demande de chevaux « clé en main ». Les chevaux sont alors vendus débourrés et parfois avec un bon niveau de dressage entre 3 et 6 ans.

Répondre à la demande

Limiter les coûts de production

La quasi totalité des acteurs s'accordent à dire que plus la vente s'effectue tôt plus la rentabilité économique est au rendez-vous. L'entretien et la valorisation d'un cheval étant coûteux il n'y a « pas d'intérêt à garder » les chevaux. De plus pour certains éleveurs le manque de place ou le besoin en trésorerie les poussent à « vendre dès qu'un acheteur se présente ». Les enquêtes font ressortir qu'il existe une différence sur l'age de mise en vente entre les femelles et les mâles. En effet les juments sont plus recherchées, se vendent donc plus tôt et sont alors moins valorisées.

Comment définir le prix lors de la vente ?

Les acteurs de la filière ont évoqué à de nombreuses reprises le problème de différence entre les coûts de production et les prix du marché, les premiers étant souvent plus élevés que les seconds. La vente est souvent déficitaire si les prix sont fixés selon le marché. Pourtant c'est la pratique la plus courante en intégrant l'âge et la « qualité du cheval » selon différents critères (tempérament, génétique, modèle, facilité d'utilisation, travail, robe…). Le prix peut aussi être revu en fonction des clients. Par exemple une personne possédant une structure équestre sera prête à faire un geste commercial lors de la vente du cheval si elle est assurée que les clients laisseront par la suite le cheval en pension chez elle.

Les acteurs professionnels de la filière du loisir se retrouvent confrontés à deux types de concurrence :

- la concurrence avec les amateurs non soumis à la TVA et n'ayant pas systématiquement un besoin de rentabilité.
- la concurrence avec les chevaux issus d'importations

Certains soulignent aussi que la situation économique globale n'est pas favorable à la vente de chevaux et que beaucoup de clients potentiels sont freinés par les coûts élevés d'entretien d'un cheval.

Les professionnels de la filière souhaiteraient valoriser et différencier leur production de celle des producteurs amateurs en communiquant auprès des acheteurs sur *« le sérieux de leurs méthodes de travail »* (bien-être animal, technique de dressage, pratiques respectueuses de l'environnement, sélection des reproducteurs…). **La mise en place d'un label permettrait-elle de valoriser l'élevage professionnel régional?** Certains regrettent aussi le manque de lien entre les acheteurs et les producteurs, et évoquent ainsi des projets de **journées portes ouvertes dans les élevages** afin d'amener les clients amateurs à prendre contact avec les éleveurs.

La labellisation une solution pour les chevaux hors stud-book ?

Certains acteurs de la filière produisant des chevaux de races non reconnues par les stud-books se retrouvent face à la difficulté de valoriser des chevaux OC ayant pourtant fait l'objet d'une sélection. La mise en place d'un label ne serait-elle pas une solution pour valoriser le travail de ces éleveurs ?

Comment trouver des clients ?

Les personnes enquêtées sont quasiment unanimes sur le fait que le réseau de connaissances joue un rôle non négligeable dans le commerce. En effet le « bouche à oreille » ou la présence sur les terrains de concours, apparaissent comme les premiers outils de commercialisation utilisés par les éleveurs. Ces derniers notent aussi que la notoriété de leur structure est un atout pour être en contact avec les clients. Les personnes interrogées ont aussi cité à de nombreuses reprises l'utilisation d'outils internet tels que :

- Les sites de petites annonces spécialisée ou non en équidés
- Le site internet de la structure
- Les réseaux sociaux et les sites tels que YouTube (surtout pour les poneys qui sont destinés à des enfants ou adolescents habitués à ces outils)

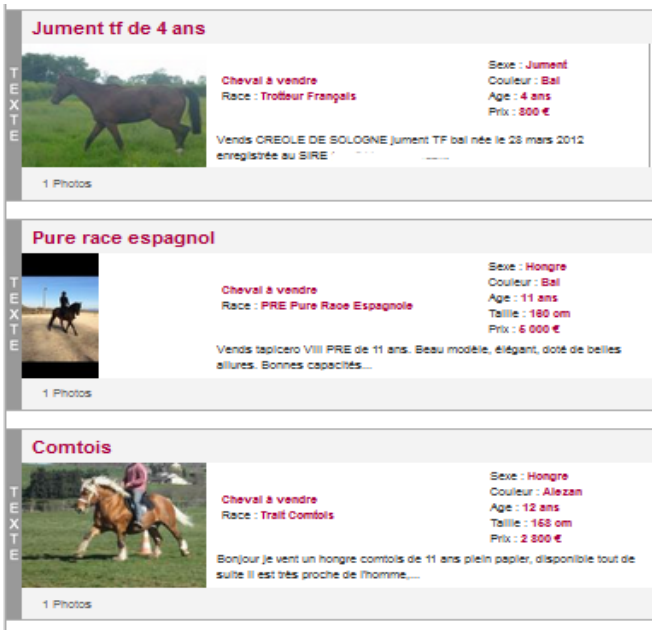

Illustration 7: petites annonces pour la vente de chevaux de loisr sur internet
source :equirodi.com

Certains éleveurs peuvent aussi passer par une association de race ou un syndicat d'éleveurs pour la vente.

Les moyens de mise en vente sont ainsi multiples et certains enquêtés déplorent qu 'il n'y ait pas de « réflexion collective » au niveau régional. Certains acteurs souhaiteraient donc qu'une base de données officielle rassemblant tous les chevaux en vente de la région soit créée.

Et si un cheval ne se vend pas ?

Lorsque les vendeurs se retrouvent en difficulté en raison du caractère ou des problème de boiterie d'un cheval certains prennent le temps de trouver un client adapté, certains diminuent le prix, d'autres enfin préfèrent passer par un marchand (ou un abattoir).

Les professionnels avouent être très peu organisés pour commercialiser. Ils sont pourtant conscients que l'aspect marketing autour de la vente des chevaux ne doit pas être négligé (toilettage des chevaux, accompagnement des clients…).
Ainsi certains évoquent la nécessité de faire évoluer leurs pratiques. Un accompagnement pourrait-il être un moyen de les aider à mieux vendre leur production ? Cet appui pourrait prendre différentes formes :

- Formation sur les techniques de ventes
- Aide à la création de site internet pour promouvoir l'élevage
- Conseil d'un professionnel de la vente pour l'établissement du prix des chevaux et des canaux de communication à utiliser pour le public visé
- Service d'un commercial chargé de mettre en relation les acheteurs et les vendeurs sur la région.

Enfin les enquêtés se sont exprimés sur la participation aux salons et aux ventes collectives. Les avis concernant ces événements sont partagés entre l'intérêt pour la prise de contacts et l'aspect chronophage ainsi que l'investissement financier important que ces manifestations engendrent. Les ventes collectives concernant le plus les acteurs de la filière loisir sont les foires. Certains acteurs souhaiteraient d'ailleurs pouvoir participer à d'autres types d'événements avec leurs chevaux telles que des journées de ventes dans les centres équestres.

Illustration 8: Foire aux chevaux de Maurs (Cantal)
Source : www.lamontagne.fr

Ces événements concernent en majorité des chevaux de trait, des ânes et de « petits chevaux de loisir » amenés par des éleveurs professionnels ou non et des marchands de la région. Le public présent est constitué de particuliers, de marchands et de visiteurs non acheteurs. Tous les chevaux respectant les règles sanitaires sont acceptés et les vendeurs s'occupent eux même de la vente. Ces événements se déroulent généralement de façon annuelle et approximativement aux mêmes dates. Les organisateurs sont des associations spécialisées ou non en équidés, des collectivités locales.
Ils font la promotion de l'événement grâce à divers outils (site internet, presse locale, office de tourisme, affiches, presses spécialisées et journaux professionnels…).
Leur objectif commun est de pérenniser ce genre d'événements. Pour cela plusieurs moyens sont mis en place :

- Accompagner le vente d'animations festives, touristiques et éducatives (taureaux piscines, marché de producteurs, découvertes des vieux métiers…) ou liées au chevaux (compétition d'élevage, d'utilisation, courses, spectacle…)
- Mettre en place des stands de restauration et autre (sellerie, buvettes…)
- Donner des lots aux participants
- Bien accueillir les participants avec du matériel et des installations de qualité (foirail, bascules homologuées, barre d'attache, parc de chargement, rond d'essais)

Un soutien des Communautés de communes, du département ou de la région peut parfois être apporté.

Les organisateurs se retrouvent souvent confrontés à plusieurs difficultés :

- Les foires ont une mauvaise image, les chevaux vendus sont réputés comme de « mauvaise qualité » et les vendeurs « malhonnêtes »
- Certains vendeurs craignent « l'achat coup de cœur » sur ce type de vente qui se termine généralement par un retour de l'animal. Ils aiment connaître l'acheteur avant d'effectuer toute transaction
- Les vendeurs reprochent à ces ventes de ne pas attirer assez d'acheteurs et trop de promeneurs

Face à ces problèmes les organisateurs souhaiteraient disposer de plus de moyens financiers ou humains afin d'assurer l'avenir des foires. De plus ils ont des difficultés à s'assurer du respect des règles sanitaires pour l'ensemble des équidés présents et désireraient être aidés sur ce point. Pour faire évoluer l'image des foires et accroître la part de ventes aux particuliers par rapport aux « échanges » entre vendeurs, sélectionner les chevaux présentés en amont de l'événement ou sur place reste la meilleure solution.

Pour un grand nombre d'acteurs le problème du manque de débouchés pouvant être rencontré pour les chevaux de loisir vient d'un défaut de communication sur les différentes races et utilisations possibles. En effet les chevaux de loisir souffrent parfois d'une image trop « pépère » et « folklorique ». Des journées de promotion pourraient-être une solution pour montrer aux grand public « la qualité des chevaux » et la multiplicité des disciplines pouvant être pratiquées à différents niveaux. Un professionnel rappel qu'une journée dédiée aux chevaux de couleur était organisée sur l'hippodrome de Saint-Galmier (Loire). Une éleveuse déclare aussi que le développement des sentiers de randonnée contribuerait à développer l'utilisation des chevaux de loisir et donc les débouchés. Les centres équestres sont aussi un bon moyen de communiquer notamment quand ils ont dans leur cavalerie des chevaux de races différentes. Ce sont les acteurs de la filière les plus proches du grand public.

Comment procéder pour conclure une vente ?

Illustration 9: Éleveur présentant un cheval

Source : http://www.eleveursficarella.fr/fr/

Après les premières prises de contact commerciales, les vendeurs enquêtés doivent avoir des stratégies lorsqu'ils traitent avec l'acheteur ou son intermédiaire. Les pratiques « classiques » en lien avec l'acte de vente ont été citées : présentation du cheval, essai, visite vétérinaire, contrat de vente… Elles ne sont pas toutes utilisées systématiquement lors de la vente des chevaux.

Les vendeurs de chevaux de loisir ont souvent comme clientèle des familles et des particuliers recherchant un cheval calme. Les ventes sont régulièrement le résultat « d'achat coup de cœur » cependant les vendeurs cherchent tout de même à s'assurer de la correspondance entre les cavaliers et l'animal vendu. En effet les enquêtés mettent en avant la nécessité d'instaurer une relation de confiance afin de contenter l'acheteur et de placer le cheval « dans une bonne maison ». Certains vendeurs peuvent même aller jusqu'à refuser une vente afin d'assurer la « sécurité des acheteurs ». Ils précisent aussi qu'une vente réussie permet parfois par la suite de conclure une nouvelle transaction avec le même acheteur ou l'une de ses connaissances. Les vendeurs doivent pouvoir avoir des compétences pour cibler la demande des clients et vérifier la correspondance avec le cheval. Enfin quelques personnes interrogées rappellent que le prix de vente fixé initialement fait aussi partie des objectifs à atteindre.

S'assurer de l'adéquation entre l'acheteur et le cheval ainsi que de la mise en confiance entre acheteur et vendeur peut être facilité par différents moyens :

- Les essais : ils sont régulièrement mis en place sur les structures des vendeurs. Peu d'entre eux laissent partir les chevaux chez les acheteurs pour un essai par crainte que ça se passe mal. Lorsque les chevaux ne sont pas encore débourrés les éleveurs proposent aux futurs acheteurs de venir voir le cheval plusieurs fois et présentent les résultats de produits issus des mêmes souches.
- La visite vétérinaire : celle-ci est généralement proposée par les vendeurs mais effectuée aux frais de l'acheteur. Certains vendeurs peuvent parfois disposer de radiographies des membres des chevaux et les présenter aux acheteurs.
- La rédaction d'un contrat de vente : peu de vendeurs la mettent en œuvre car ils n'en voient souvent pas l'utilité. Certains y inscrivent des conditions permettant de garder l'exclusivité en cas de revente des chevaux.
- Le service après-vente : certains vendeurs proposent la reprise et l'échange du cheval en cas de problème.

Synthèse des problèmes et solutions sur les circuits de commercialisation

Le tableau ci-dessous récapitule les problèmes soulevés ainsi que les solutions apportées par les acteurs de la filière ou pouvant être mises en place dans le futur.

Solutions proposées	Exemple d'actions
Les coûts de production ne sont pas couverts par les prix du marché	
Vendre des chevaux plus jeunes	Proposer des produits rares
Démarquer les produits de ceux des vendeurs amateurs et des chevaux importés	Mettre en place un label pour valoriser le travail des professionnels
Profiter d'une vente pour s'assurer d'une autre retombée financière sur un autre produit	Proposer la mise en pension des chevaux ou du coaching
Le lien entre les éleveurs et les acheteurs est faible	
Être plus visible et accueillant pour les acheteurs	Mettre en place des journées portes ouvertes dans les élevages
Mettre en place des outils clairs mettant en avant la production régionale	Créer un site répertoriant tout les chevaux à vendre par les professionnels de la région
La communication n'est pas la priorité des professionnels qui ne sont pas à l'aise	
Conseiller les vendeurs sur les outils de communication	Faire des formations sur les méthodes de vente Apporter un appui pour la création de sites internet / pages Facebook Proposer l'appui de professionnels de la vente
Les ventes collectives ne font pas l'unanimité	
Soutenir l'organisation des foires	Proposer de nouveaux types de vente qui se rapprochent des foires en terme d'organisation mais qui apportent une sécurité aux acheteurs
Organiser des journées de ventes dans les centres équestres de la région	Créer une tournée de ventes pour les chevaux de loisir par département.

Trouver le bon cheval pour le cavalier	
Faciliter les essais	Mettre en place des contrats vendeur/acheteur pour les essais
Former les vendeurs à évaluer les clients cavaliers pour qu'ils proposent le cheval le plus adéquat	Organiser des formations Identifier des enseignants ressources pouvant intervenir ponctuellement sur les essais
Apporter des garanties lors des ventes	
Promouvoir les contrats de vente	Diffuser des contrats et expliquer leur intérêt.
Faire des visites vétérinaires adaptées	Proposer un protocole type pour le type de cheval présenté (par prix, utilisation?)
Mettre en place un service après vente	Proposer d'échanger le cheval si celui-ci ne correspond pas au cavalier
Promouvoir les chevaux de loisir	
Augmenter la communication sur les chevaux de loisir	Organiser des journées de promotion Communiquer dans les centres équestres Faciliter l'achat de chevaux de race de loisir pour les centre équestres Créer une entité fédérant les structures du secteur « loisir » et se chargeant de leur promotion.

Conclusion

Les enquêtes ont montré que les acteurs de la filière cheval de loisir se trouvent confrontés à une conjoncture économique défavorable. Les éleveurs doivent répondre à la forte demande en chevaux « clé en main » tout en limitant leur revenu. Vendre les produits le plus rapidement possible apparaît ainsi comme une des meilleures stratégies pour limiter les charges, mais ce n'est pas réalisable pour toutes les productions. Les enquêtes ont fait ressortir que pour améliorer la valorisation des chevaux de loisir en limitant les dépenses, la meilleure solution serait de regrouper les acteurs pour qu'ils bénéficient d'actions ou de moyens en commun. Il a semblé d'ailleurs que ce secteur était particulièrement peu fédéré voir très éclaté, particulièrement chez les producteurs.

L'existence des circuits, outils, événements actuels pour la valorisation et le commerce n'est pas remise en cause et des intérêts y sont trouvés dans chacun. Cependant tous ne répondent pas à l'ensemble des besoins des vendeurs ou même des clients. En effet le sentiment d'avoir à faire à des chevaux de « mauvaise qualité » par rapport aux chevaux de sport notamment perdure dans le secteur « loisir ». D'ailleurs la définition du cheval de loisir n'est pas clairement arrêtée : cheval de races spécifiques ou cheval n'ayant pas réussi dans la discipline pour laquelle il était produit ? Ainsi, malgré des initiatives déjà amorcées (Qualifications Loisir, foires sélectionnant les équidés) remettre en avant ces chevaux qui n'ont peut être pas de grandes qualités sportives mais qui sont adaptés à un public familial, pour un usage sécurisé, et qui demandent souvent moins de charges d'entretien (rusticité…) semble toujours d'actualité. D'ailleurs l'émergence de nouvelles pratiques basées avant tout sur la relation homme-cheval va dans ce sens.

Comme pour les autres secteurs, les acteurs impliqués dans la valorisation et la vente de chevaux de loisir ont communiqué leur besoin d'évoluer dans leurs pratiques afin de suivre l'aire du temps avec la digitalisation, la communication, le marketing et la mise en place de procédures de vente qui rassurent les acheteurs.

Les acteurs de la branche « loisir » affichent leur désir de se professionnaliser pour être plus visibles, transparents et compétitifs.