De nouvelles pistes de développement pour la valorisation et la commercialisation des équidés produits en Auvergne-Rhône-Alpes

Suite aux actions mises en place dans le cadre du Contrat régional d'objectif filière porté par le Conseil de la filière cheval Rhône-Alpes un diagnostic sur les différents circuits de valorisation et de commercialisation a été réalisé en 2016. **Cette étude qualitative auprès des acteurs de la filière a mis en avant leurs difficultés et les évolutions qu'ils attendent.**

Présentation de l'enquête

→Des **entretiens semi-directifs** par téléphone et/ou en face à face en 2016.

→**114 enquêtés** concernés par les chevaux de sport, de loisir, de course, de trait et les ânes

→Différents métiers ou fonctions représentés : **cavaliers professionnels, éleveurs, marchands, organisateurs de vente, syndicats d'éleveurs**

→Une répartition géographique des enquêtes sur le territoire **Auvergne-Rhône-Alpes**

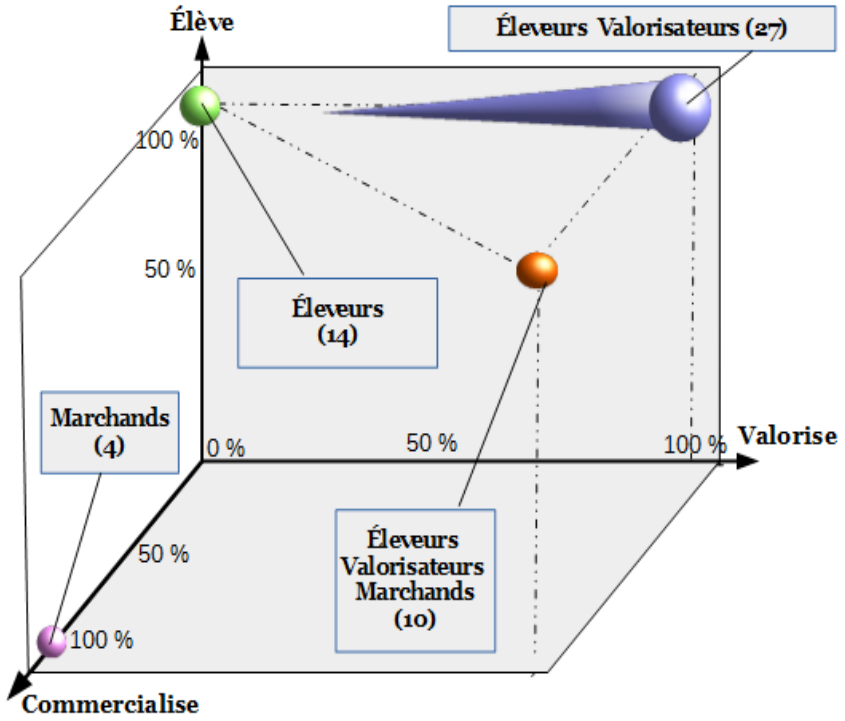

Illustration : Typologie des personnes enquêtées

Définitions des axes de l'illustration

Élève : Commercialise les chevaux qu'il fait naître uniquement ou que ses adhérents font naitre dans le cas d'une association d'éleveurs
Valorise : Apporte une plus-value en dressant et/ou en présentant les chevaux en compétition
Commercialise : Achète et revend des chevaux, aide à commercialiser les chevaux des clients ou apporte un appui / service pour la commercialisation

Chevaux de sport / Valorisation

Une perte d'intérêt pour les concours d'élevage au profit de nouveaux outils

En sport les chevaux sont valorisés sur des circuits officiels (SHF, modèles et allures, circuits FFE, qualifications loisir..). D'autres pratiques ont aussi été identifiées (débourrage, travail en selle, manipulation, concours d'entraînement…).

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
De moins en moins d'épreuves d'élevage	Apporter une aide logistique ou financière aux organisateurs de concours ou aux participants dans le cadre d'un programme de valorisation des chevaux produits dans la région
Un coût de valorisation très élevé	Mettre en place des services (commerciaux, logistiques, transports groupés), aides financières, sponsoring...
	Labelliser des concours d'entraînement (warm-up, winter tour), des installations ou encore des épreuves FFE pour valoriser des chevaux de niveau loisir-amateur.
	Former les propriétaires ou leur proposer l'appui de professionnels compétents et reconnus pour diagnostiquer le potentiel des chevaux et les orienter sur les bons circuits (amateur, haut-niveau).
Les concours d'élevage ont perdu leur intérêt commercial	Coupler occasionnellement le circuit SHF et le circuit FFE et apporter des services commerciaux (vidéo, affichage, animations Web...)
Des systèmes peu connus des acheteurs	Identifier des interlocuteurs et des outils pour informer les acheteurs sur les systèmes d'évaluation des chevaux (M&A, qualifications loisir, index) et les attirer sur les concours d'élevage.
Les systèmes de notation sont discutés	Intégrer des moyens informatiques moins discutables pour évaluer les chevaux. (morphométrie...)
Méfiance entre acteurs impliqués dans la valorisation	Proposer des contrats encadrant l'utilisation des chevaux de propriétaires par des cavaliers à qui leur sont confiés la valorisation en s'appuyant sur des bases législatives.
Trouver des structures pour valoriser des chevaux « loisir-amateur »	Inscrire des centres équestres et des cavaliers s'engageant à valoriser des chevaux de niveau amateur à des coûts modestes dans un programme régional apportant services (vidéos, adhésion site de vente en ligne gratuit...) ou avantages financiers pour accéder à des infrastructures, des événements...
Certaines races ou disciplines méconnues	Soutenir les centres équestres qui valorisent des équidés de races de sport à faible effectif dans leur cavalerie. Organiser une journée portes ouvertes dans les élevages professionnels régionaux.

ifce institut français du cheval et de l'équitation
Conseil de la filière cheval Auvergne-Rhône-Alpes
La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Chevaux de sport / Commercialisation

Des outils diversifiés et une communication mal maîtrisée

L'objectif des professionnels est généralement de vendre leur cheval à un tarif rémunérateur, supérieur à leur coût de production. Le niveau de valorisation et l'âge des équidés au moment de la vente sont différents en fonction de la clientèle visée, des possibilités du cheval mais aussi des stratégies de l'éleveur. Les outils de mise sur le marché sont divers (annonces, ventes collectives…).

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Les coûts de production ne sont pas couverts par les prix du marché en vigueur	Proposer un service de « formation du couple cavalier-jeune cheval » afin de vendre les produits plus tôt (« verts ») aux amateurs et ainsi limiter les coûts de production, adapter les tarifs.
	Labelliser les élevages respectant une « charte de bonnes pratiques » afin de les démarquer des élevages « amateurs ». Revaloriser les tarifs.
	Proposer des services supplémentaires après la vente (transport du cheval, échange, coaching, pension…) en les assurant soi-même ou en faisant appel à des prestataires.
Le lien entre les éleveurs et les acheteurs est faible	Programmer une date de journée portes ouvertes des élevages régionaux, des tour-opérateurs sélectionnant les chevaux et les élevages à rencontrer...
La communication n'est pas la priorité des professionnels	Conseiller les vendeurs sur les outils de communication (formation, appui à la création de site internet, intervention de professionnels de la vente...)
	Donner aux vendeurs l'accès à des infrastructures équipées et chaleureuses lorsqu'ils n'en ont pas pour accueillir leurs clients.
Les ventes collectives ne font pas l'unanimité	Cf tableau de « ventes collectives / pistes d'évolution »
Il faut faire correspondre le cheval au cavalier	Proposer des outils d'aide à l'achat afin de cibler la recherche de l'acheteur et optimiser les essais (contrats, questionnaires pré-essai...)
	Former les vendeurs ou identifier des professionnels reconnus (enseignants) pour diagnostiquer objectivement la correspondance cavalier-cheval lors d'un essai.
Sécuriser les ventes	Apporter des garanties en utilisant les contrats de vente, en adaptant les visites vétérinaires à l'utilisation prévue pour le cheval, en mettant en place des services après vente (coaching sur le long terme ou pour « la mise en route du couple », échange du cheval...)

ifce institut français du cheval et de l'équitation
Conseil de la filière cheval Auvergne-Rhône-Alpes
La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Chevaux de loisir / Valorisation

Pas de circuit incontournable mais il y a du choix

En loisir les chevaux sont généralement peu valorisés à part à travers le travail apporté sur la structure ou des circuits mal répertoriés (débourrage, travail en selle manipulation, concours d'entraînement…). Lors des enquêtes des outils officiels ont aussi été identifiés (qualification loisir, concours d'utilisation, épreuves de caractérisation, circuit FFE, SHF…).

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Un manque de compétences	Former les éleveurs ou identifier des professionnels compétents pour valoriser des chevaux dans un objectif de loisir avec des formules peu onéreuses.
Des structures peu équipées ou inadaptées	Mutualiser des moyens pour faire des économies : accès à des infrastructures adaptées, transport (co-voiturage)...
Méfiance entre propriétaires et cavaliers	Proposer des contrats encadrant l'utilisation des chevaux de propriétaires par des cavaliers à qui leur sont confiés la valorisation en s'appuyant sur des bases législatives.
Le coût de la valorisation est élevé pour peu de bénéfice	Labelliser des concours d'entraînement (warm-up, club) ou encore des épreuves FFE pour valoriser des chevaux identifiés « loisir » pour les mettre en avant auprès de clients potentiels mis au courant de ces événements par une communication efficace.
Peu de clients sont présents sur les circuits de valorisation et comprennent le but des épreuves	Rassembler les épreuves (qualifications loisir, concours d'élevage) avec des événements fréquentés et les faire commenter pour intéresser et informer les acheteurs.
Améliorer l'image des qualif'loisir	Faire connaître ces labellisations et les faire évoluer pour leur donner une image professionnelle
Les compétitions d'élevage sont parfois difficiles à organiser	Rassembler les concours dans un circuit régional distinct permettant de mutualiser des moyens matériels et humains. Le financer dans le cadre d'un programme de promotion de l'élevage régional.
Les chevaux à problème(s) ne peuvent pas être commercialisés	Se tourner vers la filière bouchère. Organiser ce circuit pour plus de transparence.
	Identifier des professionnels compétents pour les dresser, les valoriser, les orienter sur la bonne utilisation et leur trouver un débouché adapté
Les systèmes de notation en concours sont remis en question	Former les participants en amont des épreuves sur la méthode de jugement et de notation.

Source image : http://www.auvergne-tourisme.info/activites/activites-equestres-36-1.html

Chevaux de loisir / Commercialisation

Un marché pour les chevaux rares et les montures vendues « clé en main »

Afin de limiter les coûts et s'assurer une rentabilité économique, les professionnels s'accordent à dire qu'il faut mettre en vente des chevaux répondant aux exigences du marché (rareté ou facilité d'utilisation) le plus tôt possible.

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Les coûts de production ne sont pas couverts par les prix du marché	Proposer des produits rares (spécificité phénotypique, génétique, comportementale…) qui se vendent généralement jeunes.
	Labelliser les élevages respectant une « charte de bonnes pratiques » afin de les démarquer des élevages « amateurs » et des vendeurs de chevaux importés.
	Proposer des services supplémentaires après la vente (transport du cheval, échange, coaching, pension…) quitte à faire appel à d'autres prestataires compétents.
Le lien entre les éleveurs et les acheteurs est faible	Organiser une journée portes ouvertes des élevages régionaux, des tour-opérateurs, mettre en place un répertoire en ligne des professionnels régionaux et de leurs chevaux en vente ...
La communication n'est pas maîtrisée	Conseiller les vendeurs sur les outils de communication (formation, appui à la création de site internet, intervention de professionnels de la vente...)
Les ventes collectives ne font pas l'unanimité	Cf tableau de « ventes collectives / pistes d'évolution »
Des couples cheval / cavalier qui ne fonctionnent pas	Proposer des outils d'aide à l'achat afin de cibler la recherche de l'acheteur et optimiser les essais (contrats, questionnaires...)
	Former les vendeurs ou identifier des professionnels reconnus (enseignants) pour diagnostiquer objectivement la correspondance cavalier-cheval lors d'un essai.
Sécuriser les ventes	Apporter des garanties en utilisant les contrats de vente, en adaptant les visites vétérinaires à l'utilisation prévue pour le cheval, en mettant en place des services après vente (coaching sur le long terme ou pour « la mise en route du couple », échange du cheval...)
Les races de loisir peu mises à l'honneur	Organiser des journées de promotion et de démonstration pour les chevaux de loisir.
	Soutenir les centres équestres qui valorisent des équidés de races à faible effectif dans leur cavalerie.
	Soutenir les centres équestres qui achètent des équidés de races de loisir dans leur cavalerie.
	Proposer une entité fédérant et promouvant les structures du secteur « loisir », éleveurs et utilisateurs.

ifce institut français du cheval et de l'équitation
Conseil de la filière cheval Auvergne-Rhône-Alpes
La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Chevaux de courses / Valorisation Commercialisation

Une filière indépendante

Cette sous-filière est caractérisée par des particularités liées à ses systèmes de ventes (Enchères, courses à réclamer) ou encore à sa valorisation (système de qualifications, exploitation en courses, revalorisation à la selle…).
Contrairement aux autres productions où les amateurs ont un rôle non négligeable, le commerce de chevaux dans la filière des courses s'effectue majoritairement entre professionnels (éleveurs, entraîneurs) et investisseurs. Les circuits de vente de chevaux réformés se rapprochent de ceux des ventes de chevaux de selle ou de boucherie.
A l'exception de rares concours de poulinières il n'existe pas de concours d'élevage dans cette filière. La valorisation se fait par la mise en avant des performances des chevaux en courses.

Problèmes	Solutions proposées
Manque d'investisseurs	Proposer sur les hippodromes des animations, des journées portes ouvertes en facilitant les entrées (tarif, entrée gratuites…) afin que le public revienne.
	Animer l'élevage grâce à des rassemblements (organiser des concours de poulinières).
Des chevaux réformés difficilement revalorisés	Revaloriser les réformes pour la selle grâce aux centre équestres, des cavaliers amateurs ou professionnels souhaitant travailler avec ce type de chevaux
	Faire la promotion des chevaux de courses comme chevaux adaptés pour une autre utilisation.
	Former des professionnels et des cavaliers amateurs au travail de chevaux réformés
	Soutenir les associations de revalorisation à la selle, les « maisons de retraite » pour équidés
	Faciliter l'accès à la filière bouchère en informant au préalable les professionnels sur les règles sanitaires à respecter.
Trop de produits de qualité médiocre	Faciliter l'accès à la meilleure génétique en mettant en place des partenariats avec des détenteurs d'étalons ou en facilitant le déplacement des juments via la mutualisation (transport...).

Source image : www.lamontage.com

Ânes / Valorisation Commercialisation

Une filière de passionnés qui manque de débouché

La valorisation des ânes passe par le dressage mais aussi par la participation à des compétitions officielles ou d'autres événements. Ces derniers peuvent être des concours modèle et allures, des concours d'utilisation, des Tests de tempérament simplifiés ou encore des qualifications loisir. L'objectif est d'apporter une plus-value à l'animal.

Les outils de ventes sont variés tout comme les débouchés et les utilisations possibles des ânes.

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Des circuits à dynamiser	Rassembler les compétitions et les animer afin de faire connaître aux acheteurs l'objectif et le fonctionnement des différents circuits de valorisation
Les foires sont moins attractives	Proposer des solutions aux organisateurs pour faciliter l'organisation des événements et les rendre plus attractifs (choix du vétérinaire, animations, sélection des équidés...)
Vendre sur les sites internet généralistes dévalorise l'élevage	Promouvoir le travail des éleveurs en labellisant des structures respectant un cahier des charges (bonnes pratiques sanitaires, bien-être, …) et en les mettant en avant via des outils « officiels » (site internet, catalogue...)
Pas assez de débouchés pour des animaux qui présentent des atouts	Soutenir des centres équestres utilisant l'âne au sein de leur structure (attelage, travail).
	Promouvoir la viande d'âne (communication, label, vente directe…).
	Promouvoir l'utilisation des ânes en milieu rural et dans les collectivités. Former leurs personnels.
	Proposer aux personnels de santé d'utiliser des ânes dans leurs structures (équi-thérapie)

ifce institut français du cheval et de l'équitation
Conseil de la filière cheval Auvergne-Rhône-Alpes
La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Viande chevaline / Pistes d'évolution

L'échantillon

27 personnes concernées dont :
- 18 éleveurs de chevaux de trait dont 5 commercialisant uniquement pour la viande
- 5 syndicats de race ou d'éleveurs
- 4 organisateurs de foire

D'autres témoignages d'enquêtés commercialisant des chevaux réformés des courses ou de la selle ont été pris en compte.

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Les débouchés sont insuffisants	Trouver et sécuriser les débouchés grâce à des partenariats à l'international, ou encore des contrats entre éleveurs et bouchers. Les entreprises de restauration sont aussi une piste.
	Promouvoir la viande chevaline auprès des bouchers
	Promouvoir la viande chevaline auprès des consommateurs en communiquant sur ses qualités nutritionnelles. Mettre en avant la menace d'extinction de certaines races liée à la diminution de la consommation de viande et son impact sur la biodiversité notamment en zone de montagne. La mise en place d'un label régional pour la viande chevaline rassurerait les consommateurs.
Le prix de la viande n'est pas suffisant pour rémunérer les éleveurs	Promouvoir les systèmes de transformation et de vente à la ferme.
Des incompréhensions sur les aspects administratifs et sanitaires	Informer les éleveurs sur les évolutions réglementaires et de normes sanitaires pour éviter le retrait de chevaux de la consommation humaine.
Les éleveurs sont décourager par l'élevage de chevaux de trait	Former les agriculteurs aux différentes pratiques permettant d'optimiser la complémentarité entre espèces dans les élevages. Rapprocher les éleveurs bovins et les éleveurs équins.
Le nombre d'abattoirs est insuffisant	Mettre en place de nouvelles formes d'abattoirs (abattoirs itinérants)

Source image : www.2010un-nouveau-paradigme.com

Ventes collectives / Pistes d'évolution

Les faire évoluer pour qu'elles remplissent leur premier objectif : vendre

www.cheval-auvergne.com

http://france3-regions.francetvinfo.fr/

Il existe plusieurs types de ventes collectives. Durant les enquêtes deux types de ventes ont fait l'objet de remarques : les présentations ventes et les foires. Les ventes aux enchères réservées plus souvent à une élite sont organisées par des organismes reconnues et ne sont pas remises en question dans la dynamique régionale.

Problèmes rencontrés	Solutions proposées
Peu de public acheteur présent	Organiser les ventes à l'occasion d'événements fréquentés à des dates adaptées au marché et avec des produits homogènes correspondant à la demande pressentie (ventes à réclamer sur des concours FFE)
	Répéter d'année en année les événements : même lieu, même date
Les ventes ne sont pas abordables pour les vendeurs et manquent de transparence	Diminuer le prix des inscriptions
	Organiser des ventes distinctes pour des chevaux de différentes qualités et pour différentes utilisations ou faire une vente avec des lots homogènes pour tous
	Aider les initiatives privées, les associer à une dynamique régionale cohérente.
	Communiquer sur les résultats et sur le fonctionnement (distribution des sommes perçues)
Un manque de service-client	Mettre en place des services commerciaux avec des personnes compétentes : accueil, matériel (vidéo...), conseil sur les prix, essais sur place encadrés...
Les foires sont délaissées et le modèle vieillit	Créer de nouveaux types de vente qui se rapprochent des foires en terme de quantité de chevaux présentés qui apporteraient une sécurité aux acheteurs avec notamment une sélection des chevaux, une augmentation des contrôles (sanitaire, papiers , état des équidés), des services (essais, conseil vétérinaire, informations diverses sur les obligations du propriétaire...).
	Organiser des manifestations de ventes sur des lieux attractifs avec des installations pour les essais des chevaux
Des races de chevaux non-conviées dans les ventes actuelles	Créer une tournée de ventes pour les chevaux de loisir et/ou de races moins représentées dans chaque département dans des structures adaptées.