



Les centres équestres

Des structures à l'écoute de leur clientèle

Il s'agit de la famille la plus représentée dans le nouveau dispositif en raison de l'engouement qu'elle suscite à l'installation. 28 exploitants ont répondu à l'enquête. A l'exception de cinq d'entre elles, ce sont des entreprises spécialisées en équin. Elles proposent généralement plusieurs activités : enseignement, compétition, équithérapie, ferme pédagogique, élevage... L'activité d'enseignement est stable voire se développe dans 7 cas sur 10.

Les difficultés rencontrées par les exploitants sont de plusieurs natures :

- une baisse du budget des familles,
- l'augmentation des tarifs suite à l'évolution de la TVA,
- le changement des rythmes scolaires qui a impacté l'activité,
- une forte concurrence sur ce secteur,
- la zone de chalandise du centre équestre qui peut freiner son développement, en raison d'un potentiel de clients limité
- le turn-over du personnel qui entraîne souvent une perte de clientèle,
- et parfois, le manque d'infrastructures qui bloque le développement.

« Les gens comptent beaucoup »
 « Des demandes mais les tarifs freinent »
 « Un peu de flottement suite au changement de rythmes scolaires, moins de recrues chez les jeunes »
 « L'absence de manège est un frein »

Plus d'un exploitant sur deux notent une évolution de la demande. Les clients sont plus exigeants sur le contenu des cours et les supports pédagogiques utilisés, mais aussi, sur les infrastructures mises à disposition. Les exploitants ont bien pris la mesure de l'effet crise et proposent des formules attractives pour les familles (pack rentrée scolaire, forfait découverte), des ½ pensions pour les propriétaires. Pour fidéliser et/ou attirer de nouveaux clients, une large gamme de nouveaux produits a été élaborée par les exploitants : des cours particuliers de 30 minutes pour les cavaliers qui souhaitent progresser, du travail à pied, des stages autour de la connaissance du cheval, de l'initiation à l'attelage, des balades pour les adultes, des balades equifeel, des séances de « horse concept », etc...

Des entreprises qui se distinguent par la qualité des prestations et les compétences pédagogiques des enseignants

Les exploitants ont décrit 43 produits qui se commercialisent plutôt bien sur leur structure. Ils concernent six grandes catégories de publics où les jeunes sont fortement représentés. Une partie d'entre eux est présentée ci-après.

Les exploitants pensent que plusieurs éléments contribuent à la réussite du système : la qualité de l'encadrement, de l'accueil, mais aussi des infrastructures (propreté des abords, plantations, parking). Ils sont nombreux à souligner la qualité des prestations, de la cavalerie et du bon rapport qualité/prix. L'individualisation du service, les prestations à la carte suscitent l'intérêt de certains clients. Le dynamisme de la structure (évolution des infrastructures, proposition de nouvelles activités) est selon les exploitants un plus pour fidéliser la clientèle.

« On fait beaucoup d'efforts pour l'encadrement et l'accueil : utilisation des mails, explication de la progression des cavaliers, effort de communication »
 « Je n'ai pas trop de chutes, c'est rassurant pour les parents »

Les produits les plus vendus dans les centres équestres en fonction des différents profils de clientèle

Public ciblé	De 3 à 10 ans (plutôt des filles pour l'anniversaire)		Jeunes et adolescents (de 10 à 17 ans, plutôt des filles) Stage : cavaliers club et hors club		Tout public (de 6 à 70 ans) Filles 15 km alentour		Centre aéré	Cavaliers expérimentés	Propriétaires/cavaliers de concours		
Produit	Baby poney Découverte de l'équitation Différentes formules : séances de 30 min ou d'1h30 avec temps de préparation du poney	Anniversaire au poney-club, ½ journée, 8 enfants maxi., préparation des poneys 45 min avec des jeux, desseller et gouter <i>Activité ponctuelle</i>	Stage à la journée ou à la ½ journée pendant les vacances scolaires, alternance soins au poney, pratique et apport théorique	Pension compétition light, pension pré avec abri, 3 repas/j, 2 cours/semaine non rattrapables et 1 sortie en concours/mois dans le département, transport et coaching inclus	Cours forfait annuel 1 cours/semaine avec adhésion comprise Découverte de l'équitation et perfectionnement	Cours pony games avec objectif de compétition Lamotte Forfait annuel 1h30/semaine, séance plus longue pour préparer les compétitions	1 jour (sans intendance mais mise à disposition d'une salle) 3 ateliers : attelage, voltige, équitation +chasse au trésor <i>Activité ponctuelle</i>	½ pension sur chevaux de club avec 1h ou 2 h de cours/semaine Avoir un cheval bien dans sa tête et bien éduqué Sorties régulières	Sorties concours club et/ou poney	Cours particulier d'1 ou 2h Cours de dressage ou obstacles Individualisation du conseil Cours en petits groupes	
Prix constatés¹ en € ttc	10 à 15 € selon la durée	85 €/ ½ journée pour le groupe d'enfants	40 à 70 € /j /cheval Possibilité de restauration et d'hébergement (en sus)	520 €/mois	De 13,50 à 16€ /h	598 €/an	12 € /enfant/j	De 165 € à 207€/mois et participation à la moitié des frais de vétérinaire et maréchalerie	25 à 75 € selon le montant de l'engagement et le nbre de parcours Jusque 400 € ² pour la tournée des as	De 10 à 25 € pour 1 heure en petit groupe 18 € pour ½ h de cours particuliers	
Promotion/ Communication	Site internet						Bouche à oreilles				
	Flyers dans les commerces, camping, office de tourisme, journée portes ouvertes, Lepom'infos (bulletin communal) panneaux lumineux de la commune	Réseaux sociaux (Facebook)	Planning des stages affiché dans le club, flyers dans les boîtes aux lettres, chez les commerçants, mailing, office du tourisme, comité d'entreprise, facebook	Affichage des résultats en concours sur la page Facebook et rédaction d'articles	Articles de presse, Journées portes ouvertes Ecoles	Découverte du pony games aux adhérents Presse locale Kermesses Démonstrations Facebook	Démarchés par les écoles et communautés de communes				
Compétences et Savoir-faire de l'exploitant	Cavalerie adaptée aux différents publics - Compétence pédagogique et d'animation - disponibilité de l'enseignant Qualité des infrastructures – sécurité – qualité de l'accueil										
				Aspiration pour la compétition Entraîneur sportif, expérience de compétiteur		Forte motivation pour le pony game, Coach sportif	Gestion de plusieurs groupes	Capacité à dresser les chevaux	Expérience compétiteur Régularité des sorties	Résultats concours Expérience cavalier Gestion d'une saison A l'écoute des cavaliers dans leurs objectifs de progression, de plaisir	

¹ il s'agit des prix relevés dans les exploitations du Réseau Equin enquêtées

² forfait coaching et engagement pour la saison de concours

ZOOM sur trois produits

Cours éveil ludo-pédagogique pour les enfants

Un très bon contact avec les enfants, des compétences pédagogiques et une très grande créativité contribuent au succès de ce produit. L'exploitante a su concevoir un produit et créer un environnement adapté à sa cible : sellerie où tout le matériel est à hauteur d'enfant, cavalerie de poneys A, B, et C, petits boxes, petit manège (15mx15m).



Public cible	Enfants de 3 à 10 ans, clientèle locale dans un rayon de 30 minutes en voiture
Demande	Activité d'éveil pour les enfants avec le poney
Produit	Une activité à poney en petit groupe dans un petit manège décoré sur le thème de l'enfance : nounours, musique, couleur douce. La pédagogie ludique est fondée sur utilisation de jeux, fables et autres contes dans lequel l'enfant est acteur, aidé d'un de ses parents. L'exploitante est soucieuse de l'éveil psychomoteur de l'enfant.
Tarif	Cours baby : séance 1 h à 20 € TTC, forfait trimestre à 140 € TTC, Carte 10 h à 140 € TTC
Communication	Pour le lancement : portes ouvertes, publicité radio, site internet et en rythme de croisière le bouche à oreilles.



Journée animation

La réussite de ce produit repose sur une combinaison de plusieurs facteurs : ambiance festive, diversité des activités proposées et une participation collective. Il permet de responsabiliser les plus grands qui prennent en charge les petits dans les équipes. Pour le mettre en œuvre, une cavalerie polyvalente et bien dressée est nécessaire.

Public cible	Les cavaliers du club, jeunes à partir de 6 ans et adultes
Demande	Une activité à partager en famille ou entre copains cavaliers
Produit	Des équipes sont composées en mixant les âges et les niveaux. Sur la journée les équipes s'affrontent dans des épreuves de pony games, création et réalisation d'un carrousel, parcours de maniabilité... Une récompense des meilleures équipes clôture la journée.
Tarif	14 à 16 €/heure TTC
Communication	Bouche à oreilles interne au club, inscription sur le tableau d'affichage, promotion pendant les heures de cours et article de presse



Prestation d'une ½ pension

La réussite de ce produit repose sur l'attractivité du prix de la pension qui permet à des cavaliers de se préparer à l'acquisition d'un cheval sans en assumer la totale responsabilité. Ils peuvent aussi monter plus souvent et préparer une saison sportive avec un équidé bien dressé et adapté à leur âge et leur niveau. Cette expérience peut aussi déboucher sur l'achat du cheval, en amenant une pension au club et en transférant la gestion de la future retraite du cheval à un cavalier.

Public cible	Cavaliers réguliers, sur des poneys, du galop 2 au 7, jusqu'à la compétition
Demande	Pouvoir monter plusieurs fois dans la semaine, se préparer à l'acquisition d'un équidé, préparer une saison de concours.
Produit	Cheval ou poney de club monté par un ou plusieurs cavaliers de manière privilégiée. 2 cours /semaine et monte possible en dehors des heures de cours.
Tarif	135 €/mois pour la demi-pension poney et 165 €/mois pour la demi-pension cheval
Communication	En grande partie le bouche à oreilles dans le club, des affiches d'information sur le produit dans le club

Les exploitants qui réussissent dans ce secteur à forte concurrence sont ceux qui restent attentifs à la qualité des prestations proposées, à la demande de la clientèle et qui offrent un cadre agréable pour pratiquer l'équitation en toute sécurité dans une bonne ambiance. La diversité des publics ciblés nécessite des compétences larges relatives à l'enseignement, à l'animation de groupes d'enfants mais aussi à l'entraînement et à la compétition. Là aussi, la communication est importante et doit être réfléchie en fonction de la clientèle.



Pour en savoir plus : contacter un conseiller du réseau Equin national (voir coordonnées sur la chemise du dossier)

Document édité par l'Institut de l'Élevage

Janvier 2017

ISBN : 978-2-36343-813-3 – ISSN : demande en cours

Référence Idele : 00 17 602 001

Crédit photos : CA Bourgogne, IFCE, CA Grand-Est



RÉFÉRENCES - Réseau Économique de la Filière Équine

