



**HAL**  
open science

## Mieux satisfaire et fidéliser sa clientèle en centre équestre : des leviers d'action en fonction du type de cavalier

Celine Vial, Camille Eslan, Sandrine Costa, Pascaline Rollet

### ► To cite this version:

Celine Vial, Camille Eslan, Sandrine Costa, Pascaline Rollet. Mieux satisfaire et fidéliser sa clientèle en centre équestre : des leviers d'action en fonction du type de cavalier. 12. Journée du Réseau Économique de la Filière Équine, REFErences, Mar 2019, Paris, France. 19 p. hal-02154597

**HAL Id: hal-02154597**

**<https://hal.science/hal-02154597v1>**

Submitted on 5 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## ***Adapter l'offre à l'évolution de la demande***

*12<sup>e</sup> journée du Réseau Économique de la Filière Équine - 26 mars 2019*

# **Mieux satisfaire et fidéliser sa clientèle en centre équestre : des leviers d'action en fonction du type de cavalier**

Céline VIAL, Camille ESLAN,  
Sandrine COSTA, Pascaline ROLLET



REFERences - Réseau Économique de la Filière Équine



Avec la participation de :



# Programme Fidel'Equestre

---



Demande  
des  
pratiquants :  
**Attentes**

Situation dans  
la structure  
actuelle :  
**Satisfaction**

Conséquences :  
**comportements  
de fidélité**



**Entrée par les pratiquants** : comportement du consommateur - approche par la fidélité aux services

# Méthodologie de recueil des données

**Cible : cavaliers non-proprétaires pratiquant en centre équestre**

## **Enquête qualitative exploratoire :**

- Entretiens semi-directifs
- 30 répondants
- 10 structures variées
- Hérault : zone urbaine, périurbaine et rurale



## **Enquête quantitative (13 ans et +) :**

- France entière
- Via Internet
- 630 répondants de 15 ans et +
- 59 répondants de 13-14 ans (questionnaire adapté)
- Recueil d'infos sur autres profils (~ 2 000 répondants: propriétaires, anciens-pratiquants, hors-structure, etc.)



## **Enquête semi-fermée (7-12 ans) :**

- En vis-à-vis
- 87 couples parent-enfant
- Profils et structures variés
- Hérault et Eure (urbain, périurbain et rural)

# Objectif de la présentation

**L'OFFRE :**  
**Point de vue**  
**des exploitants**



-> *Enquête du réseau  
REFerences :  
perceptions des  
exploitants sur le  
fonctionnement de  
leur structure et sur la  
demande de leurs  
clients*

*Mise en  
perspective  
des résultats*

**LA DEMANDE :**  
**Point de vue**  
**des clients**



-> *Etude des attentes  
des pratiquants,  
satisfaction et  
comportements de  
fidélité*

**Leviers d'action pour l'exploitant afin de mieux  
satisfaire et fidéliser sa clientèle**

# Communication / Concurrence



Point de vue  
des exploitants

Point de vue  
des clients



Moyens de  
communication

Bouche à oreille

Communication large,  
non différencié : radio,  
journaux, réseaux sociaux

*Pour les fermes équestres :*

- Présence lors de salons
- Collaborations et partenariats

Importance  
du bouche à  
oreille

Bouche à oreille

+ importance de la  
proximité du CE pour les  
novices

Points à améliorer :  
communication et  
ciblage clientèle



Concurrence

Concurrence croissante :  
moyenne de 3 à 4  
établissements dans un  
rayon de 20km

Pression  
concurrentielle  
relative

Méconnaissance des offres  
concurrentielles => faible  
attractivité de l'offre  
concurrentielle

Coûts de changement de  
structure

# Accueil / Cadre / Infrastructures



Point de vue  
des exploitants

Point de vue  
des clients



**Demande** clients envers accueil,  
cadre, infrastructures :

- Parking et abords accueillants
- Espaces **abrités** : manège et aire de pansage
- Carrières **adaptées** à l'usage
- **Cadre sécuritaire** notamment pour pouvoir laisser les enfants

Satisfaction sur ce point baisse avec l'âge

Importance de la **propreté**

**Besoins spécifiques à certains profils :**

- Pour les parents accompagnateurs :
  - **Club house** confortable et équipé pour les accueillir
  - Manège **abrité** pour la pratique de leur enfant
  - **Cadre sécuritaire**
- Pour les cavaliers expérimentés : espaces de travail entretenus et **adaptés**

**Espaces de travail  
adaptés à l'usage +  
qualité de l'accueil**

*Ne pas oublier les parents  
accompagnateurs*

# Activités et disciplines



## Point de vue des exploitants

Offre classiquement tournée vers les **disciplines olympiques**

Mais conscience d'une envie des clients pour :

- une **diversité** d'activité dont l'extérieur et les pony-games
- la **découverte** de nouvelles disciplines (lors de stages)

**Proposition de nouveaux produits occasionnels** : Travail à pied, connaissance du cheval, initiation à l'attelage, balades ou randonnées à thèmes...



## Point de vue des clients

Pratique des **disciplines olympiques** :

- Par tous les profils de pratiquants
- Demandée par la majorité des cavaliers mais **pas par tous** (certains profils n'en veulent pas dont 20% des anciens-pratiquants)

**Diversité des activités** :

- Recherchée, au moins ponctuellement: en moyenne souhaite de pratiquer **6 disciplines différentes**
- Les plus souhaitées : disc. olympiques, travail à pied, cours théoriques sur soins aux chevaux, plein-air...



**Disciplines olympiques** : **OUI MAIS** pas seulement/pas pour tous

**Diversité des activités** : **OUI MAIS** pas que pleine nature et jeux

Adapter son offre en ciblant sa clientèle



# Aspects compétitifs

Passage des Galops®



Point de vue  
des exploitants

Atteste de la **progression**  
Principalement pour la **jeune** clientèle et  
la satisfaction des **parents**  
Format sur la **journée**  
N'est **pas une demande générale**

Point de vue  
des clients



L'envie de passage des Galops® n'est  
forte **que pour certains profils** : les  
novices et les très expérimentés



Aux formats de  
passage d'examens  
et au **ciblage** clients

Compétition

Offre de compétition **quasi-  
systématique**

Aspiration pour la compétition +  
forte pour les **jeunes filles** et  
**adolescentes**



La compétition:  
**OUI MAIS** pas  
pour tous

L'envie de compétition :

- Plus importante chez les **hommes**
- Augmente avec l'**expérience**
- Baisse avec l'**âge**
- **Inexistante pour certains profils**: public « proche de la nature » et 50% des anciens pratiquants

# Personnalisation des prestations



Point de vue  
des exploitants

Demande pour :

- S'amuser, prendre du plaisir pour les petits
- Une individualisation du service : feedback sur évolution ou compétition
- Prestations à la carte et nouveaux produits : divers forfaits de cours, packs famille ou rentrée, produits ponctuels (gouter d'anniversaire, stage,...)



Conscience d'une demande de **personnalisation** mais adaptation encore difficile surtout pour les grosses structures

Point de vue  
des clients



**Demande** pour:

- Activités « plaisir » tous publics
- Ecoute des demandes des clients
- Adaptation des enseignants aux profils et capacités
- Prise en compte des appréhensions



**Davantage satisfaite dans les petites structures**

# Aspect financier



Point de vue  
des exploitants

Tarif = frein

Pour une même prestation,  
le prix fait la différence dans  
le choix de la structure



Proposer :

- des tarifs attractifs pour les novices
- des prestations alternatives accessibles pour fidéliser (cours sur les soins du cheval, 1/4 ou 1/2 pension...)

Point de vue  
des clients



Critère de choix initial du CE :

- surtout chez les novices (baisse avec l'expérience)
- pour les jeunes actifs

N'est pas la raison principale pour laquelle les clients changent de CE (seulement pour 6%)

Peut-être un frein pour évoluer dans son parcours pratiquant (souhait futur d'achat d'un cheval)

# Cavalerie



## Point de vue des exploitants

Besoin d'une cavalerie **adaptée à l'utilisation** en termes de :

- Nombre
- Types d'équidés
- Education

Importance d'avoir une cavalerie bien dans sa tête et répondant aux besoins de **sécurité** (++) pour les parents)

## Point de vue des clients



### IDEM

Importance **++** pour les **cavaliers expérimentés** :

- Critère dans le choix du CE
- Motif de changement de CE (raison principale pour ~10% des cavaliers)
- Baisse de la satisfaction envers la cavalerie
- + importance de la **stabilité** de la cavalerie

Importance de **garder le même cheval** pour : saison de compétition, confiance (adulte et débutant), lien au cheval



- **Importance du choix et de l'entretien de la cavalerie**
- **Être attentif aux demandes des cavaliers**

# Lien avec le cheval



Point de vue  
des exploitants

## Demande pour contact avec l'animal :

- Temps pour préparer le cheval/poney
- Savoir s'occuper d'un animal
- 1/2 pension

## Proposition ponctuelle d'activités en lien avec l'animal :

- Éthologie
- Travail à pied
- Equifeel

Conscience des professionnels de  
la demande de lien avec le cheval



Développer et  
diversifier ce type  
d'offre

Point de vue  
des clients



## Lien avec le cheval :

- 1<sup>er</sup> critère de choix pour l'équitation
- 90% ont un équidé préféré et le souhait d'établir une relation avec un cheval en particulier augmente avec l'expérience
- Avoir un cheval = souhait pour l'avenir de >50% des pratiquants + raison d'arrêt de l'équitation pour 10% des anciens-pratiquants

## Activités :

Souhaitées au moins ponctuellement par  
>90% des pratiquants **ET ANCIENS-PRATIQUANTS**

+ Idem pour cours théoriques sur **soins** aux chevaux ( ++ pour hommes)

Demande ++ pour activités  
favorisant le lien avec le cheval

# Bien-être animal



Point de vue  
des exploitants

**Prise de conscience** des exploitants de l'importance du bien-être animal pour leur **clientèle** (adultes et parents accompagnateurs)



**Intérêt en terme de valeur ajoutée pour la clientèle**

**Prise de conscience qui nécessite un ajustement des connaissances sur le réel bien-être équin**

Point de vue  
des clients



**Critère de choix du CE** important pour plus de la moitié des cavaliers

Augmentation des **attentes des cavaliers** pour le bien-être (surtout chez les jeunes et dans les petites structures)

**Facteur de changement de CE**

**Motif d'arrêt de l'équitation** pour les anciens-pratiquants

# Communauté et lien au groupe



Point de vue  
des exploitants

Recherche de :

- Lien social, amis
- **Ambiance** conviviale, familiale, simple

Manifestations et organisation de  
**moments conviviaux** : Fête du club /  
du cheval / Concours

**Dynamique** dans la structure et  
**recrutement** de nouveaux clients



Point de vue  
des clients

**Lien affectif au groupe** important  
pour >60% des pratiquants

-> *Important dans le choix du  
CE chez les **novices***

**Engagement communautaire**  
important pour >40% des  
pratiquants

Et augmente avec l'**expérience**



**Prendre en compte les liens sociaux dans l'offre**  
**Proposer des moment conviviaux regroupant**  
**tous types de clients et accompagnateurs**

# L'enseignant



## Point de vue des exploitants

### Savoir-faire :

- Diplômes
- Capacité à choisir et dresser des chevaux
- Capacité de communication et d'ouverture à des nouveaux publics
- Créativité **pédagogique** / innovation / variété / apprentissage ludique
- Encadrement/**sécuriser** la pratique

### Savoir-être :

- Suivi de la **progression**
- **Adaptation** aux attentes des publics et à la discipline
- Être à **l'écoute** des objectifs des clients (progression, plaisir, etc.) et des demandes d'**individualisation** du service (transport, produits « sur mesure », choix du cheval...)

## Point de vue des clients



### Attentes :

- **Bienveillance**
- **Pédagogie**
- **Capacité d'adaptation**
- **Stabilité** du personnel (augmente avec l'expérience)
- **Progression** (diminue avec l'expérience)
- **Sécurité**

### Enseignant =>

- Motif de satisfaction ou d'insatisfaction (pouvant amener au changement de CE)
- Souhait d'amélioration
- Influence l'engagement communautaire
- Lien de **confiance**
- Engagement affectif



# L'enseignant



Point de vue  
des exploitants

## Savoir-faire :

- Diplômes
- Capacité à choisir et dresser des chevaux
- Capacité à sélectionner et évaluer les chevaux
- Capacité à adapter le service aux attentes et besoins des publics (particuliers, professionnels, associations / clubs, etc.)
- Capacité à adapter le service aux attentes et besoins des clients (particuliers, professionnels, associations / clubs, etc.)

**BEAUCOUP de compétences attendues**

**Besoin de formations ?**

- Surveiller l'évolution des attentes et des besoins des clients et à la discipline
- Être à l'écoute des objectifs des clients (progression, plaisir, etc.) et des demandes d'individualisation du service (transport, produits « sur mesure », choix du cheval...)

Point de vue  
des clients



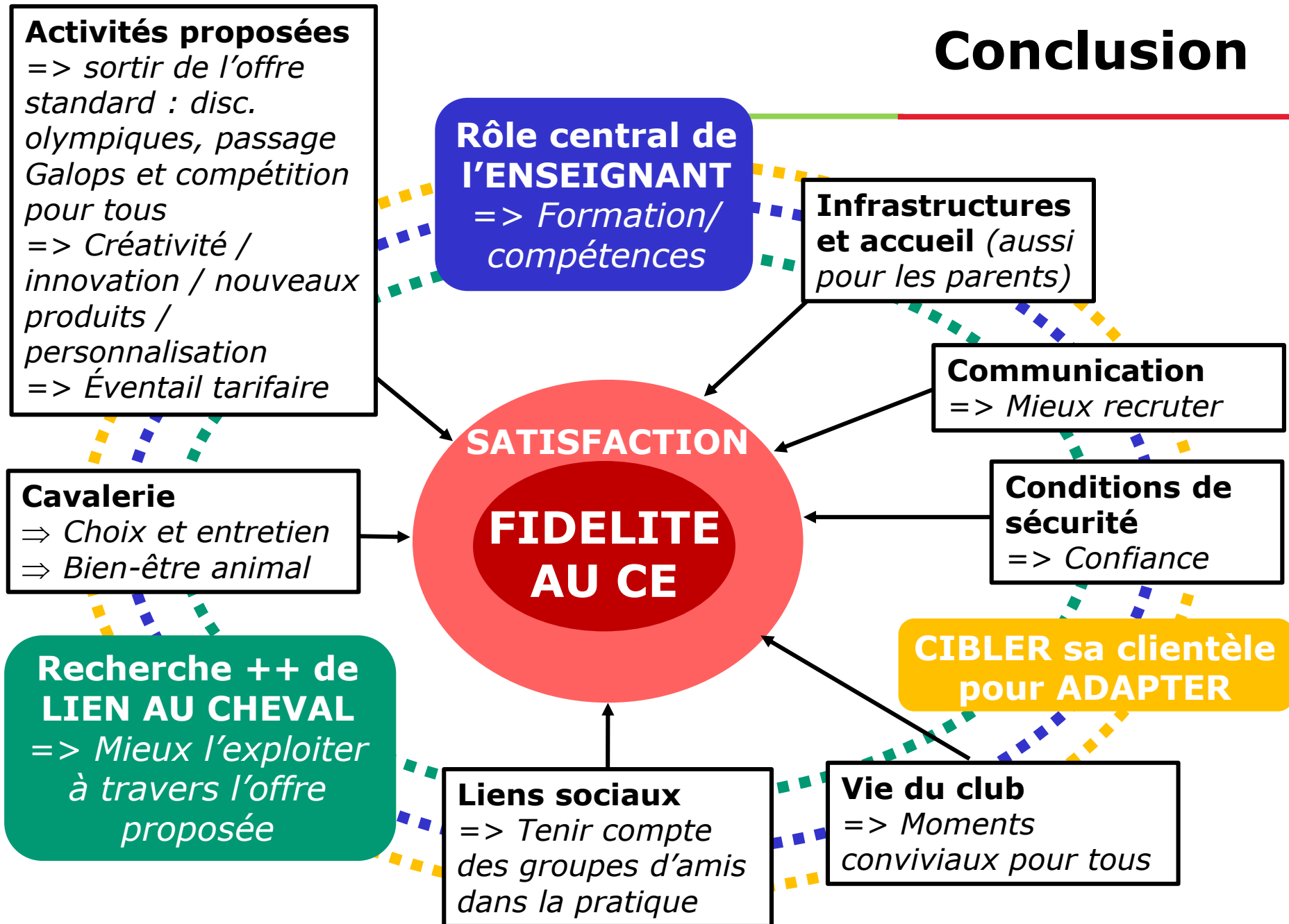
## Attentes :

- **Bienveillance**
- **Pédagogie**
- **Capacité d'adaptation**
- **Stabilité** (capacité à travailler avec l'expérience)
- **Proximité** (proximité géographique)
- **Sévérité** (sévère)

**Rôle central de l'enseignant dans la fidélité au CE**

- Enseigner (transmission de connaissances, de savoir-faire, de savoir-être)
- Motif de satisfaction (pouvant amener à un changement de CE)
- Souhait d'amélioration
- Influence l'engagement communautaire
- Lien de **confiance**
- Engagement affectif

# Conclusion



# Perspectives programme Fidel'Equestre

---

- Extension à d'autres profils de cavaliers : moins de 6 ans (parents), propriétaires
- Proposition d'un outil en ligne/application pour :
  - Déterminer ses profils clients (à l'aide d'un questionnaire)
  - Proposer des pistes d'adaptation de l'offre

---

# Merci de votre attention!

[celine.vial@inra.fr](mailto:celine.vial@inra.fr)

[camille.eslan@supagro.fr](mailto:camille.eslan@supagro.fr)

