

Sondage « Mon cheval de rêve », analyse de la demande du marché équin suisse, du comportement du consommateur et des éléments déclencheurs dans le processus décisionnel d'acquisition d'un équidé

C. Ackermann, R. von Niederhäusern
Agroscope, Haras national suisse HNS, Avenches

Introduction

L'étude de la demande du marché équin ainsi que ces mécanismes n'ont fait l'objet que de peu d'études jusqu'à présent. Pourtant, dans un environnement toujours plus globalisé et donc concurrentiel, l'analyse de ce marché et de sa demande prend une importance capitale. Une étude internationale a pu identifier des besoins différents envers le cheval chez les potentiels acheteurs de chevaux en fonction de leurs expériences équestres (Gilles *et al.* 2010). Les amateurs montrent une attention particulière au niveau de formation du cheval ainsi qu'à son caractère. La catégorie de personnes plus expérimentées se caractérise par sa participation régulière à des compétitions et mise sur la performance des chevaux lors de l'achat. La catégorie experte se distingue par un capital de connaissance élevé et ces répondants se basent sur leur instinct lors de l'achat. Les études de marché suisses ont démontré d'autres priorités : la santé du cheval et la qualité de la corne du sabot, suivis du caractère coopératif et de la docilité de l'animal. L'aptitude en concours (performance) n'a pas été jugée importante par les personnes interrogées (Schmidlin *et al.* 2015). De plus, la dimension affective joue un grand rôle dans le choix d'un cheval, notamment dans les émotions que suscite le premier contact avec l'animal (Flierl 2014). La présente étude a pour objectif d'approfondir les connaissances actuelles sur la demande du marché équin suisse, d'en identifier les caractéristiques principales ainsi que les mécanismes (éléments déclencheurs) et finalement, d'atteindre une meilleure compréhension des logiques de consommation sur le marché équin helvétique.

Matériel et méthodes

Le recueil des données a été réalisé à l'aide d'un sondage dans toutes les manifestations auxquelles a participé Agroscope, Haras national suisse (HNS) en 2016. Au travers de ce sondage, le participant était amené à se positionner sur quatre dimensions « Caractère », « Santé », « Extérieur » et « Performance » en fonction de leur importance lors de l'achat d'un équidé. Chaque dimension se déclinait en sous-catégories. L'échantillon se composait de 404 individus, 68% femmes, 30% d'hommes âgés majoritairement entre 21 et 35 ans. Les analyses se portaient sur la distribution des premières réponses dans les différentes catégories et sous-catégories. Les différences statistiques ont été relevées avec des tests de χ^2 dans le programme de statistique SYSTAT.



Figure 1
Illustration de gauche: «tête droite» et illustration de droite: «tête affinée»

Résultats et discussion

Au gré de l'analyse des réponses des participants, il est possible d'identifier le profil-type du cheval idéal. Le cheval idéal se distingue premièrement par son caractère (58%). La relation à l'homme est appréhendée comme l'expression la plus importante de son caractère (28%) - le cheval doit être proche de l'homme (66%). Viennent ensuite le comportement social envers ses congénères (23%), la sensibilité (19%), le comportement durant l'activité (17%) et en dernier lieu, le niveau d'éducation à 14% ($\chi^2=69.8$; $p<0.0001$). Il est intéressant d'observer que la relation à l'homme et le comportement social sont tous deux des variables qui ont trait au caractère propre du cheval et à son tempérament : des aspects qui ne sont pas liés à son utilisation. La santé du cheval est la deuxième dimension la plus représentée (27%), dans laquelle la santé du sabot du cheval se révèle prioritaire (38%). Les extérieurs du cheval ont été peu sélectionnés en premier choix (11%). La distribution des réponses démontrent cependant des points d'attention portant sur la forme de la tête (29.5%) de préférence souhaitée « droite » (26%) ainsi que sur le type (29.3%). Pour le type, les réponses convergent vers le type franches-montagnes (FM) léger (16%) ainsi que le type FM lourd (15%). La performance est la dimension la moins représentée (4% des réponses). Les activités dites « de loisirs » sont les activités dominantes (32%) avec la balade (42%) et la randonnée

(41%). Ces résultats rejoignent les conclusions des études suisses précédentes. Cependant, le recueil de données ciblé lors de manifestations non-sportives entache la représentativité de l'échantillon (qui ne comprend que peu de personnes actives dans le sport et la compétition (19.5%)). De plus, l'absence de données globales sur les achats-ventes de chevaux en Suisse limite l'interprétation des résultats.

Conclusion

Le marché équin suisse se caractérise par des activités de loisirs, avec une majorité de clientes. Le caractère du cheval joue un rôle prépondérant lors de son acquisition. Ces conclusions devraient être prises en considération par les différents acteurs de la filière actifs dans l'élevage de chevaux de loisirs, notamment les franches-montagnes, très représentés dans cette étude et dont l'adéquation au marché semble confirmée. Les résultats de cette étude ouvrent des pistes intéressantes pour des études futures et plus approfondies sur le sujet.

Littérature

Flierl S., 2014. Empirische Studie zur Entscheidungsgrundlage aktiver Pferdebesitzer in der Schweiz in Bezug auf Reitweise, Pferd und Stall. Diplomarbeit im Studiengang Diplomsoziologie an der Technischen Universität Dresden.

Gilles C., Kayser M., Spiller A., Target Group Segmentation in the Horse Buyers' Market against the Background of Equestrian Experience, 2010. In Journal of Equine Science January 2010.

Schmidlin L., von Niederhäusern R., Rieder S., Guidon D., 2015. Stratégie pour la préservation du cheval franches-montagnes. Agroscope, Haras national suisse, Avenches.