



## 8 écuries de pensions enquêtées et 15 produits analysés

### Qui sont les clients ?

Clientèle locale (20 km)  
Propriétaires cavaliers  
Plutôt des femmes

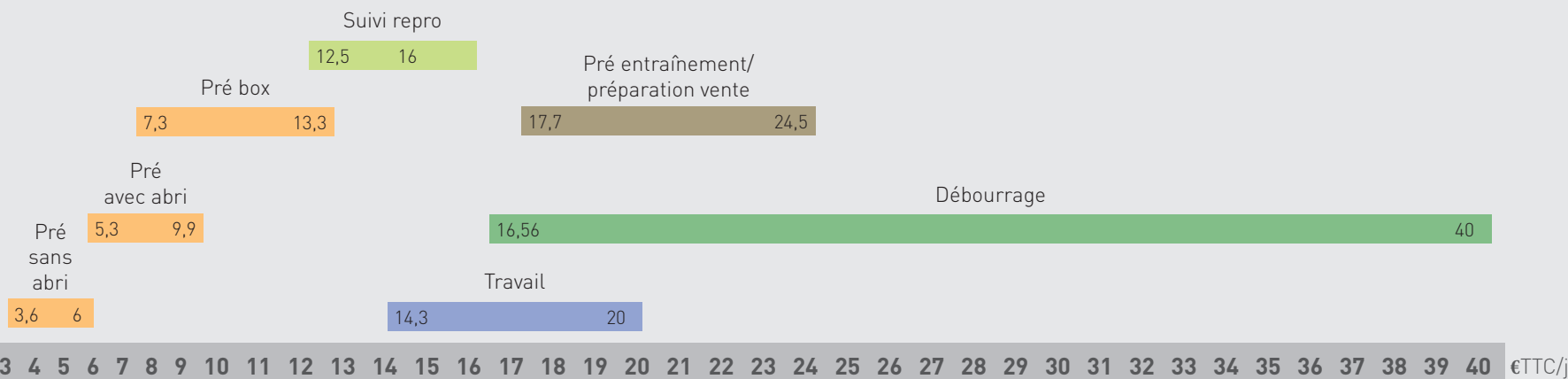
Clientèle nationale  
Propriétaires et/ou éleveurs plutôt aisés

### Quels sont les besoins identifiés ?

Infrastructures et services de qualité (soin cheval)  
Perfectionnement équitation  
Approche personnalisée, échanges sur les besoins  
Compétences du coach  
Orientation compétition

Sécurité des installations  
Compétence de l'exploitant, éducation et travail du cheval  
Progression du cheval pour le vendre au meilleur prix

### Quels produits et à quels tarifs\* (€ TTC/jour) ?



\* Prix relevés dans les exploitations du Réseau Equin

Les prix sont établis sur la concurrence + le prix de revient

La communication est axée globalement sur le bouche à oreilles, la presse et les réseaux sociaux.  
Tous les sites internet ne sont pas à jour et bien orientés vers le public ciblé.



Quels sont les outils de communication utilisés ?

### 8 écuries de pensions enquêtées et 15 produits analysés

Public local (territoire)  
(cavaliers, propriétaires)

Public national  
(propriétaires et/ou éleveurs)

