



9 établissements de tourisme équestre enquêtés et 15 produits analysés

Qui sont les clients ?

Clientèle locale

Clientèle touristique nationale et étrangère

Quels sont les besoins identifiés ?

Enfants - adultes - familles
Plutôt des débutants

Adolescents - jeunes adultes - jeunes retraités
Urbains
Plutôt des cavaliers débrouillés ou confirmés
CSP moyennes

Nature - Equitation de pleine nature - Dépaysement - Cadre agréable et sécuritaire - Cavalerie adaptée à une équitation en extérieur - Découverte du territoire
Ambiance conviviale - Plaisir - Simplicité

Balades

Balades de 1/2 h à 2 h - Balades de 3 h à 1 j

1 heure

14

22

Produits dans le champ de concurrence des centres équestres sur les petites balades

Randonnées

Randonnées de 1 j à 2-3 j - Randonnées de 5 à 6 j

1 jour

100

125

En étoile ou itinérant avec hébergement et repas fournis
Politique tarifaire, notamment sur le choix des hébergements en lien avec la CSP de la clientèle

Quels produits et à quels tarifs* (€ TTC) ?

* Prix relevés dans les exploitations du Réseau Equin

Le prix est fonction de l'attractivité touristique du site d'exploitation et du niveau de concurrence. Cependant **le savoir-faire** de l'exploitant sur les balades et les randonnées fait aussi la différence avec les prestations offertes à la clientèle : cavalerie adaptée à une équitation d'extérieur, environnement des circuits de balades et de randonnées, adaptation des prestations complémentaires aux besoins de la clientèle identifiée (hébergement, restauration), accueil et ambiance « conviviale », « familiale » adaptée à une équitation de loisir.

Quels sont
les outils
de communication
utilisés ?



9 établissements de tourisme équestre enquêtés et 15 produits analysés

Public local (territoire)
Produit : balades

Public éloigné du territoire
Produit : randonnées

