



Le commerce lié à l'équitation révolutionné ? Un secteur bouleversé, entre traditions et innovations (l'exemple français)

Submitted by Sylvine Pickel-... on Thu, 04/04/2019 - 16:42

Titre	Le commerce lié à l'équitation révolutionné ? Un secteur bouleversé, entre traditions et innovations (l'exemple français)
Type de publication	Chapitre
Type	Ouvrage scientifique
Année	2017
Langue	Français
Pagination	189-205
Titre de l'ouvrage	Les chevaux : de l'imaginaire universel aux enjeux prospectifs pour les territoires
Auteur	Grefe, Gwenaëlle [1], Pickel-Chevalier, Sylvine [2]
Editeur scientifique	Leroy Du Cardonnoy, Éric [3], Vial, Céline [4]
Editeur	Presses Universitaires de Caen
Ville	Caen
ISBN	978-2-84133-845-0
Mots-clés	Commerce [5], équitation [6], innovations [7], traditions [8]
Résumé en français	<p>La révolution sociétale de l'équitation permet un formidable essor du commerce des produits équinés, éperonné par la pluralité des pratiques et des besoins (équipements du cavalier et du cheval, allant jusqu'aux clôtures, abreuvoir, vans, etc.) en partie orchestrés par la mode qui a largement investi le marché. La pluralité de l'offre est aussi accentuée par la diversification des catégories socio-professionnelles des cavaliers, favorisant un élargissement de l'éventail des produits, depuis les entrées de gammes jusqu'au luxe. Cet engouement a donc permis un développement des entreprises spécialisées, dont la majorité est apparue depuis moins de trente ans en France. Le secteur du commerce et des services équinés est, aujourd'hui, devenu incontournable, en représentant près de la moitié des emplois de la filière équine en France.</p> <p>Ce chapitre a donc pour dessein de le découvrir davantage en s'interrogeant sur les mécanismes d'adaptation et les stratégies mises en œuvre par les entrepreneurs afin de répondre à l'évolution des besoins. Nous essaierons d'envisager comment elles parviennent à satisfaire l'essor et la diversification sans précédent de la demande, devenue certes beaucoup plus importante, mais aussi en partie volatile. Nous tenterons de proposer une analyse de la façon dont les entreprises s'inscrivent dans un marché désormais marqué par la mondialisation et la concurrence exacerbée.</p> <p>La question est de savoir si finalement ces dernières empruntent dans leurs objectifs et fonctionnements aux logiques entrepreneuriales issues des autres secteurs (ceci sans doute par isomorphisme organisationnel) ou si elles parviennent à définir, maintenir et/ou développer une culture d'entreprise propre à leur filière, par syncretisme.</p>

URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua19396 [9]
Lien vers le document	https://books.openedition.org/puc/10858?lang=fr [10]

Liens

- [1] <http://okina.univ-angers.fr/g.grefe/publications>
- [2] <http://okina.univ-angers.fr/sylvine.chevalier/publications>
- [3] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=35561>
- [4] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=35542>
- [5] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=2952>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=27902>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=21169>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=27915>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua19396>
- [10] <https://books.openedition.org/puc/10858?lang=fr>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)