



CONSEIL DES CHEVAUX
NORMANDIE

BOÎTE À OUTILS

TOURISME LIÉ AU CHEVAL

1 - MONTER UN PROJET TOURISTIQUE

Cette fiche vous guidera sur les étapes à suivre et les structures à contacter pour réaliser votre projet, de l'idée à la concrétisation.

2 - VISITE DE STRUCTURE EN LIEN AVEC LE CHEVAL

Le tourisme d'entreprise connaît une popularité croissante auprès du grand public, toujours plus curieux de la réalité des métiers. Quelle que soit votre activité professionnelle, elle peut attirer des touristes intéressés pour découvrir l'ensemble de vos missions et visiter votre exploitation. Cette activité ponctuelle ou permanente sert de nombreux objectifs développés dans cette fiche.

3 - LOCATION D'ÉQUIDÉS

Si vous souhaitez proposer des activités avec des ânes bâtés, des séjours en roulotte ou encore des randonnées en autonomie, vous trouverez dans cette fiche les informations et interlocuteurs nécessaires à la mise en place de ce projet. Il s'agit d'activités accessibles à tous les âges et tous les niveaux qui correspondent parfaitement aux attentes du grand public.

4 - COMMERCIALISATION D'ACTIVITÉS À CHEVAL

Une grande partie de l'offre de tourisme équin propose des activités à cheval aux touristes. Elles peuvent être de nature diverses, portées sur le sport ou la détente et s'adressent aux équitants et non-équitants de tous niveaux. Ce sont des offres avec des horaires et des contenus adaptés aux clientèles de passage dans la région. Vous disposerez ici de ressources et informations nécessaires à la création de ce type de produit.

5 - ÉVÉNEMENTIEL EN LIEN AVEC LE CHEVAL

Un événement est une belle opportunité de faire connaître votre structure, qu'il s'agisse d'une compétition, d'un spectacle ou encore d'une foire. Vous trouverez ici des éléments vous permettant d'appréhender la manifestation dans son ensemble.

6 - ITINÉRAIRE ÉQUESTRE

Créer un itinéraire équestre peut être un outil de valorisation et de dynamisation d'un territoire pour les collectivités. De plus, cela peut-être un aménagement attirant des flux de clientèles de cavaliers randonneurs pour les hébergements et restaurants. Vous trouverez ici de la documentation ainsi que des personnes ressources pour la création d'un itinéraire de randonnée équestre.

7 - HÉBERGEMENT D'ÉQUIDÉS À LA NUITÉE

Si vous possédez un hébergement touristique et du terrain ou du bâti, créer une structure d'hébergement d'équidés peut vous apporter de nouvelles clientèles

et augmenter la satisfaction de vos clients. Vous trouverez dans cette fiche les informations et interlocuteurs nécessaires à la création d'hébergement de chevaux à l'étape.

8 - HÉBERGEMENT TOURISTIQUE DANS UN ENVIRONNEMENT ÉQUIN

Si vous possédez du patrimoine immobilier ou souhaitez investir dans un bien, proposer un hébergement touristique peut être un complément de revenu intéressant. Cette activité consiste à accueillir des touristes à la nuitée et/ou pour des séjours dans un hébergement touristique. Elle nécessite du temps et une certaine qualité d'accueil. Dans cette fiche, vous trouverez des ressources et personnes compétentes pour vous accompagner dans votre projet.

9 - RESTAURATION

Cette fiche vous expose succinctement les types d'équipements que vous pouvez proposer à vos clientèles.

10 - COMMUNICATION ET MARKETING

Cette fiche vous donnera des clés pour rendre votre produit visible et attractif. Elle présente des outils pour formuler l'offre, la diffuser sur papier et en ligne, et recense des ressources utiles.

11 - COMMERCIALISATION

Vous trouverez ici un récapitulatif des modes de réservation et de paiement avec les obligations et des conseils en regard des tendances.

12 - ANNEXES

13 - GLOSSAIRE



Comité de rédaction : Conseil des Chevaux de Normandie, en partenariat avec la Région Normandie, Normandie Tourisme, le Comité Régional de Tourisme Équestre, le Comité Régional d'Équitation, la Chambres d'Agriculture de Normandie, les Conseils départementaux du Calvados, de l'Eure, de la Manche, de l'Orne, et de la Seine-Maritime ainsi que les Comités Départementaux de Tourisme.

Crédits Photo : Agence Dollar, Conseil des Chevaux de Normandie, Camille Reynaud, Simon Photo, pxhere.com, Le Trot

I – DOSSIER DE PRÉSENTATION DU PROJET

Le dossier de présentation ou Business Plan est un outil indispensable pour la réalisation d'un projet de création ou reprise d'activité sous la forme d'une association, d'une entreprise ou autre. Sa construction vous demandera du temps et de la rigueur dans vos recherches mais il vous fera gagner un temps considérable dans le montage de votre projet.

Il a deux objectifs, premièrement, d'accompagner le porteur de projet en lui permettant de mieux appréhender l'environnement économique de sa future structure ainsi qu'à élaborer un business model et des prévisions financières plus proches des réalités. Deuxièmement, présenter votre projet et convaincre vos interlocuteurs de la viabilité de votre structure lors de la recherche de financement.

ETAT DES LIEUX



Avant toute chose, il est important de poser sur papier vos idées. Nous vous conseillons de commencer par décrire votre idée de projet, puis rédiger une fiche sur vous et vos compétences, cela vous permettra de prendre conscience de vos atouts et de cibler les compétences qu'il vous reste à acquérir pour mener à bien votre projet. C'est l'occasion de se former ou se renseigner sur les thématiques les moins abouties du projet.

Suite à ce brainstorming, rédigez une présentation succincte du projet développant : le contexte, les missions, le plan de développement sur les prochaines années, la vision d'ensemble. De plus, nous vous invitons à réaliser une courte biographie retraçant votre parcours et précisant votre rôle dans le projet, vos futures missions et en quelques lignes sur pourquoi vous avez le profil idéal pour commercialiser votre offre et ce qui vous motive.

ÉTUDE DE MARCHÉ



Il s'agit d'une étape très importante qui vous permettra de déterminer votre clientèle cible et de vous différencier de la concurrence.

Nous vous conseillons de commencer par l'analyse du marché en vous interrogeant par exemple sur : quel est le marché que vous ciblez ? quelles sont ses évolutions, économique, politique, sociale, technologique, écologique et juridique ? Qui sont les concurrents ? Quelle sera votre offre, qu'aura-t-elle de plus ou de différents des concurrents ? À quelle clientèle s'adresse votre offre en matière de zone géographique, d'âge, de catégorie socio-économique ? Quelles seraient les motivations et les attentes de votre clientèle ? Visez-vous davantage les professionnels (BtoB) ou les particuliers (BtoC) ? Quels pourraient être les partenaires ? etc.

Pour cette analyse, plusieurs méthodologies s'offrent à vous et peuvent être croisées : étude documentaire (sources fiables avec des articles universitaires, accessibles notamment via Google Scholar), enquête quantitative (questionnaire) ou enquête qualitative (entretien).

La rédaction de l'étude de marché peut être accompagnée par un tableau de synthèse SWOT. Il s'agit d'un tableau à alimenter avec trois ou quatre idées phares dans chacune de ces quatre cases. Vous trouverez ci-dessous un exemple non-exhaustif.

SWOT

FORCES

Interne à la structure par exemple l'équipe et l'image de marque

- Du personnel compétent
- Des tarifs attractifs
- Un emplacement stratégique, etc.

FAIBLESSES

Interne à la structure par exemple les ressources financières ou techniques

- Activité dépendant des intempéries
- Manque de temps pour les prestations.
- Peu de présence en ligne, etc.

OPPORTUNITÉS

Externe à la structure par exemple la création de partenariats, un changement de législation

- Engouement pour les activités de pleine nature
- Ouverture d'une véloroute ou gare à proximité, etc.

MENACES

Externe à la structure par exemple la concurrence, l'évolution de la demande ou technologique

- Concurrent directe à proximité
- Fermeture d'un site d'hébergement à proximité, etc.

STRATÉGIE

Après avoir défini vos clientèles cibles, vous exposerez comment vous souhaitez les toucher et comment vous comptez les atteindre en développant vos stratégies commerciales et de communication. Par exemple, en mettant par exemple en avant les valeurs de votre structure ou les outils de fidélisation clients que vous prévoyez.

Une réflexion sur la dimension durable de votre projet est à développer tant d'un point de vue écologique, environnemental, économique (économie circulaire), ou social. Vous pouvez vous appuyer sur votre étude de marché pour augmenter la pertinence de vos arguments.

POSITIONNEMENT TARIFAIRE

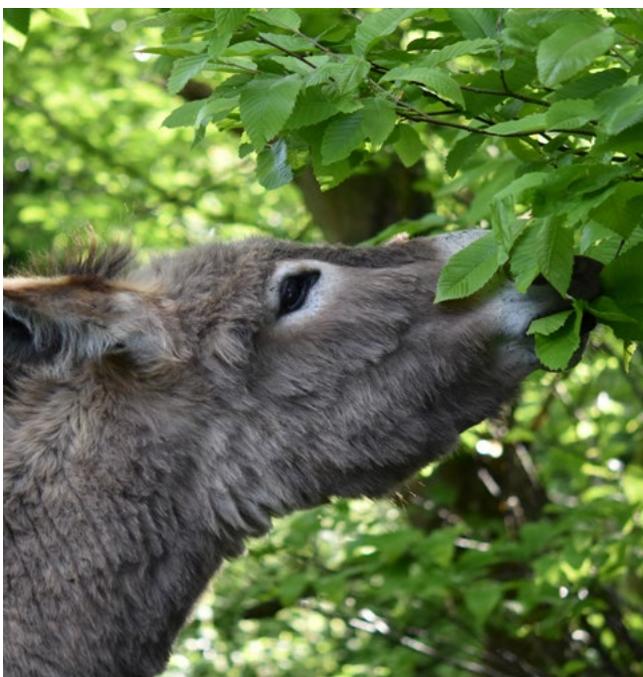
Ici vous défendrez les caractéristiques de votre offre en regard de votre clientèle cible, notamment vos conditions d'accès, tarifaires ou autre si vos offres sont à but non lucratif.

Pour ce qui est des prestations tarifées, vous devrez détailler vos marges et coûts de revient. Voici quelques formules pour les calculer :

- **Marge commerciale** = prix de vente hors-taxes moins prix d'achat hors taxes
- **Taux de marge** = marge commerciale divisée le par prix d'achat hors taxes
- **Taux de marque** = marge commerciale divisée le par prix de vente hors-taxes
- **Coefficient multiplicateur** = prix de vente toutes taxes comprises divisé par le prix d'achat hors taxes

DOMICILIATION

Vous présenterez le lieu domiciliaire de votre structure, en précisant s'il est temporaire ou non.



DÉPENSES PRÉVISIONNELLES

Vous devez ici identifier et chiffrer l'ensemble des dépenses nécessaires au développement de l'offre touristique, à savoir la création du produit, les aménagements, assurances, dépenses courantes, mais aussi les canaux de distribution ou encore la communication (cf. fiche n°10). Vous devrez justifier chaque montant sur la base de devis ou factures.

De plus, vous devrez anticiper un calendrier prévisionnel des dépenses afin de connaître mois par mois les types de dépenses et montants nécessaires ; cela se fait en général sur un prévisionnel de trois ans. Il s'agit du plan de trésorerie (cf. partie h). Dans ce tableau, vous rentrerez toutes les dépenses justifiées dans cette partie. Les dépenses sont anticipées pour la création puis pour le fonctionnement sur trois ans.

RECETTES PRÉVISIONNELLES

Vous devrez détailler ici toutes les ressources financières prévisionnelles et les déterminer dans le temps sur 3 ans (vous remplirez ces données dans le plan de trésorerie (cf. partie h). Cela inclut le financement ainsi que les recettes prévisionnelles.

Pour financer votre projet, plusieurs solutions existent et sont complémentaires. Les plus courantes sont l'apport de fonds propres et les emprunts à la banque. D'autres types de financements peuvent vous aider à concrétiser votre projet en fonction du cas de figure.

Financement participatif :

Le financement participatif, ou crowdfunding, est un outil de collecte de fonds fonctionnant sur une plateforme internet et permettant à un ensemble de contributeurs

de choisir collectivement de financer directement et de manière traçable des projets identifiés. Il existe de nombreuses plateformes telles que : MiiMOSA, Ulule, KissKissBankBank, Bpifrance, etc.

Mécénat :

Ce type de financement concerne les associations. Le mécénat est un dispositif permettant à une entreprise de verser un don à un organisme, sous forme d'aide financière ou matérielle, pour soutenir une œuvre d'intérêt général. En contrepartie, elle peut bénéficier dans certains cas d'une réduction fiscale.

Subventions ou prêt à taux zéro :

Une subvention est, une aide financière, directe ou indirecte, allouée par une personne publique en vue de financer une activité d'intérêt général. Le bénéficiaire peut être public ou privé, entreprise, association, ou personne, etc.

Les institutions pouvant potentiellement vous attribuer une subvention sont par exemple : l'Union Européenne, l'Etat, la Région, le Département, la Communauté de commune, la Collectivité et autres. Vous pouvez obtenir des informations sur les conditions d'attribution en contactant directement les structures qui vous concernent.

PLAN DE TRÉSORERIE, COMPTE DE RÉSULTAT ET BILAN PRÉVISIONNELS



Pour le plan de trésorerie vous devez faire un planning prévisionnel sur trois ans et écrire chaque mois vos dépenses et recettes. Vous trouverez ci-dessous un exemple à ajuster en fonction de votre projet.

STATUT

Le porteur de projet doit adapter son statut juridique à son projet dans le cadre d'une création. Ce choix sera déterminant pour le fonctionnement de son projet et les démarches administratives seront différentes. Pour n'en citer que quelques-uns, il peut s'agir d'une entreprise, d'une association, d'un établissement public ou encore d'un organisme d'économie sociale et solidaire. Vous trouverez davantage d'informations en annexe.

CONCLUSION

Pour terminer, créez une conclusion pour votre projet attrayante et adaptée à l'interlocuteur à qui vous présentez le projet tel qu'un partenaire potentiel, une banque ou autre. Elle peut être écrite et/ou graphique.

PLAN DE TRÉSORERIE

Trésorerie Année 1	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Recettes propres												
Autre type de financement (ex : subvention)												
Chiffre d'affaires (total)												
Total des encaissements												
Marchandise												
Matériel												
Assurance												
Autre (ex : communication)												
Charges d'exploitations (total)												
Fournitures consommable												
Autre (en fonction de votre activité)												
Charges externes (total)												
Salaires												
Charges de personnel (total)												
Total des décaissements												
Soldes précédent												
Variation de la trésorerie												
Solde de trésorerie												



II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS ET PRÊTS

RÉGION NORMANDIE

- ▶ Financement de diagnostic touristique

FONDS D'AIDE AU CONSEIL ET À L'INNOVATION TOURISTIQUE :

Le FACIT est un fond spécifique vous permettant d'avoir recours à un conseiller extérieur pour définir votre stratégie ou prendre une décision d'investissement.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Service Tourisme, 02 31 06 95 72,

tourisme@normandie.fr

Région Normandie Place Reine Mathilde

CS 50523 CAEN Cedex 1

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT POUR LA NORMANDIE - AD NORMANDIE

- ▶ Financement de diagnostic touristique pour les entreprises
- ▶ Prêt à taux zéro

IMPULSION CONSEIL :

Dépenses de prestations conseil aux entreprises Normandes telles que : les études de faisabilité, d'ingénierie, les études stratégiques en matière d'amélioration opérationnelle, étude de marché, d'organisation, faisabilité financière en phase de création ou développement.

IMPULSION DÉVELOPPEMENT TOURISME :

Pour certains projets touristiques dont les dépenses (gros œuvre, second œuvre) sont supérieures à 300k€, l'AD Normandie sous certaines conditions et critères peut accorder un prêt à taux zéro d'un montant maximum de 25% des dépenses éligibles, plafonné aux fonds propres et quasi fonds propres et d'un maximum de 1 M d'€.

[En savoir plus ici](#)

AD NORMANDIE

02 31 53 34 59

contact@adnormandie.fr

[Site internet](#)

DÉPARTEMENT EURE :

- ▶ Prêt à taux zéro aux entreprises à vocation touristique de l'Eure

Le Département, par l'intermédiaire des communautés de communes, peut accorder un prêt à taux 0% à hauteur de 250 000 € maximum, **aux entreprises euroises**. Sous certaines conditions bien sûr.

[En savoir plus ici](#)

Département Eure

Direction aménagement du territoire

02 32 31 93 97

[Site internet](#)

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

- ▶ Prêt à taux zéro
- ▶ Accompagnement

Calvados Attractivité accompagne **les porteurs de projets touristiques publics ou privés du Calvados** dans la définition de leur projet, la qualification et la promotion de leur offre, Dans certains cas, cet accompagnement peut-être complété d'une aide du Conseil Départemental sous forme de prêt à taux 0%.

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

Pôle Ingénierie et digital

02 31 27 90 30

[Site internet](#)

SEINE-MARITIME ATTRACTIVITÉ

- ▶ Prêt et aide à la recherche de financement
- ▶ Accompagnement

Seine-Maritime Attractivité accompagne **les porteurs de projets publics ou privés de Seine-Maritime** dans la recherche de financements, dans la qualification de leurs offres, l'amélioration des outils de communication et de commercialisation.

[En savoir plus](#)

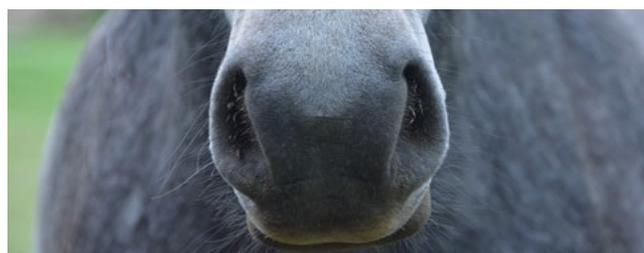
SEINE MARITIME ATTRACTIVITÉ

28 rue Raymond Aron, BP 52

76824 Mont-Saint-Aignan, 02 35 12 10 10

contact@sma76.fr

[Site internet](#)



BPIFRANCE

- ▶ Prêt et informations générales sur la mise en place de projet

Bpifrance est une banque publique d'investissement, un organisme français de financement et de développement des entreprises. Elle est le fruit du regroupement d'Oséo, de CDC Entreprises, du FSI et du FSI Régions.

[En savoir plus ici](#)

BPIFRANCE

616, rue Marie Curie

14200 Hérouville

Saint-Clair

02 31 46 76 76

[Site internet](#)

BPIFRANCE

20, place Saint-Marc

76000 Rouen

02 35 59 26 36

[Site internet](#)

ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

OFFICE DE TOURISME

► Accompagnement des acteurs dans la mise en tourisme, diffusion de votre offre et informations sur les clientèles du territoire

ATOUT FRANCE

► Diagnostic payant pour tout type d'acteur et mise à disposition d'informations

Atout France, Agence de développement touristique de la France, est un groupement d'intérêt économique, opérateur de l'État français en matière de tourisme. Ils peuvent réaliser un dossier d'étude d'ingénierie touristique comprenant un diagnostic du produit ou du projet, des recommandations et un benchmark. Les tarifs sont sur devis.

[En savoir plus ici](#)

ATOUT FRANCE

Département Ingénierie, Développement et Prospective
200/216 Rue Raymond Losserand
CS 60043
75680 Paris Cedex 14, Camille Parveau
01 42 96 75 10
Camille.Parveau@atout-france.fr
[Site internet](#)



EQUI-PROJETS

► Informations et accompagnement des structures agricoles

Créé en 2006 à l'initiative du Conseil des Chevaux de Normandie et labellisé par le Pôle Hippolia, le réseau équi-projets accompagne la création et le développement des exploitations équinées en Normandie. Ce réseau équi-projets porté par le Conseil des Chevaux de Normandie vous facilite les démarches à la création en mutualisant les compétences et les services des partenaires équi-projets.

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DES CHEVAUX DE NORMANDIE

Campus Effiscience - Bâtiment Erable,
8 rue Léopold Sédar Senghor - 14460 Colombelles
Stéphane DEMINGUET
Chargé de projets développement économique
06 17 98 29 13 - stephane.deminguet@chevaux-normandie.com
[Site internet](#)

COMITÉS DÉPARTEMENTAUX DE TOURISME ET AGENCES D'ATTRACTIVITÉ

► Accompagnement des acteurs dans la mise en tourisme, diffusion de votre offre et informations sur les clientèles du territoire

EQUICER

► Conseil et accompagnement des professionnels de la filière équine

Membre du réseau Cerfrance est votre partenaire conseil pour une étude prévisionnelle, un conseil juridique ou fiscal, un plan de développement de votre entreprise.

EQUICER

30-32 Rue du Quadrant Immeuble
Le MAGELLAN 14123 FLEURY SUR ORNE
contact@equicer.fr
[Site internet](#)

HORSE DEVELOPMENT

► Étude de marché et conseil stratégique

Horse Development est une agence marketing pour les entreprises de la filière équine.

Depuis 2012, ils accompagnent des grandes entreprises mais aussi des PME et TPE, partout en France et en Europe, afin de les aider à définir leurs objectifs, élaborer leurs stratégies marketing et mettre en œuvre leurs actions.

HORSE DEVELOPMENT

76 B allée des tilleuls 42 680 Saint-Marcellin-en-Forez, 06 84
37 18 24
04 77 61 65 14
contact@horse-development.fr
[Site internet](#)



I – LES VISITES DE STRUCTURES EN LIEN AVEC LE CHEVAL

PRÉSENTATION

Le tourisme d'entreprise connaît une popularité croissante auprès du grand public, toujours plus curieux de la réalité des métiers. Quelle que soit votre activité professionnelle, elle peut intéresser des touristes pour découvrir l'ensemble de vos missions et visiter votre structure. Une visite peut permettre de toucher de nouveaux publics. Parmi les touristes se trouvent des acheteurs potentiels et des professionnels de demain, elle a un intérêt économique mais aussi en termes de visibilité de votre marque et de votre métier. Plus vos activités seront transparentes aux yeux du public, plus vous construirez une image de marque digne de confiance. Les visites peuvent être organisées ponctuellement dans un premier temps pour tester le dispositif puis être mises en place de manière permanente.

[En savoir plus ici](#)

ÉLÉMENTS À ANTICIPER

Préparation de l'accueil des visiteurs :

Il est important de prévoir notamment un espace dédié à l'accueil des visiteurs avec de préférence du mobilier pour l'attente et une signalétique. Elle facilitera la compréhension du lieu et l'accès aux différents espaces (attente, stationnement, sanitaires, etc.).

Prévoir une personne pour la visite :

Cette personne doit être à l'aise pour parler en public et avoir le sens de l'accueil client. Il peut s'agir de vous ou d'un employé. Vous pouvez également faire appel à des médiateurs ou guides conférenciers, qui peuvent être bénévoles, en stage, salariés ou indépendants.

De plus, elle doit disposer du temps nécessaire pour le déroulé des visites mais aussi pour communiquer sur cette offre et prendre les réservations.

Aucune formation n'est nécessaire pour animer des visites dans sa structure.

Communiquer :

Il est important de prévoir des éléments de médiation pour les visiteurs pour qu'ils aient des informations sur ce qu'ils vont découvrir ainsi que sur les modalités et conditions de visite, les règles de sécurité et restrictions/interdictions éventuelles, le plan d'accès, etc.

La visite :

Une visite dure en moyenne entre une et deux heures, durant laquelle on trouve une présentation de l'équipe, un historique de la structure, une déambulation sur site voire des démonstrations accompagnées d'explications



techniques sur toutes les étapes du métier et d'anecdotes. Cela finit souvent avec une présentation des produits à la vente et un temps d'échange pour les questions. Des documents de communication sur l'entreprise ou ses produits peuvent être remis en fin de visite.

AMÉNAGEMENTS

Expérimentation

Pour accueillir occasionnellement du public, vous devez mettre à disposition un parking accessible aux visiteurs en voiture, vélo, et autocar si vous prévoyez d'accueillir des groupes. Vous devez également mettre à disposition des touristes des sanitaires, un point d'eau potable, ainsi qu'avoir à sa disposition une pharmacie homologuée pour les soins d'urgence. Enfin, vous devez prévoir une signalétique à destination du public pour le renseigner sur le parcours de visite et sur les règles de sécurité.

Etablissement recevant du public

Les établissements recevant du public (ERP) sont des bâtiments dans lesquels des personnes extérieures sont admises. Peu importe que l'accès soit payant ou gratuit, libre, restreint ou sur invitation. Une entreprise non ouverte au public, mais seulement au personnel, n'est pas un ERP. Les ERP sont classés en catégories qui définissent les exigences réglementaires applicables (type d'autorisation de travaux ou règles de sécurité par exemple) en fonction des risques.

En savoir plus sur :

- ▶ [Les ERP](#)
- ▶ [Les procédures d'autorisation de travaux](#)
- ▶ [Les règles de sécurité d'un établissement recevant du public](#)
- ▶ [Les obligations d'accessibilité des ERP aux personnes handicapées](#)
- ▶ [La sécurité](#)

FORMALITÉS

Selon la nature des visites et leurs récurrences, différentes formalités seront à réaliser tels que la souscription à une assurance adaptée à l'accueil de visiteurs, ou la mise en place de normes d'hygiène et de sécurité en fonction de la nature de votre structure.

II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS ET PRÊTS

RÉGION NORMANDIE

► Subvention pour le développement du tourisme de découverte d'entreprise

TOURISME DE DÉCOUVERTE D'ENTREPRISE :

Objectif : développer une offre pérenne de visites d'entreprises ouvertes aux clientèles groupes et individuels.

Bénéficiaires : entreprises

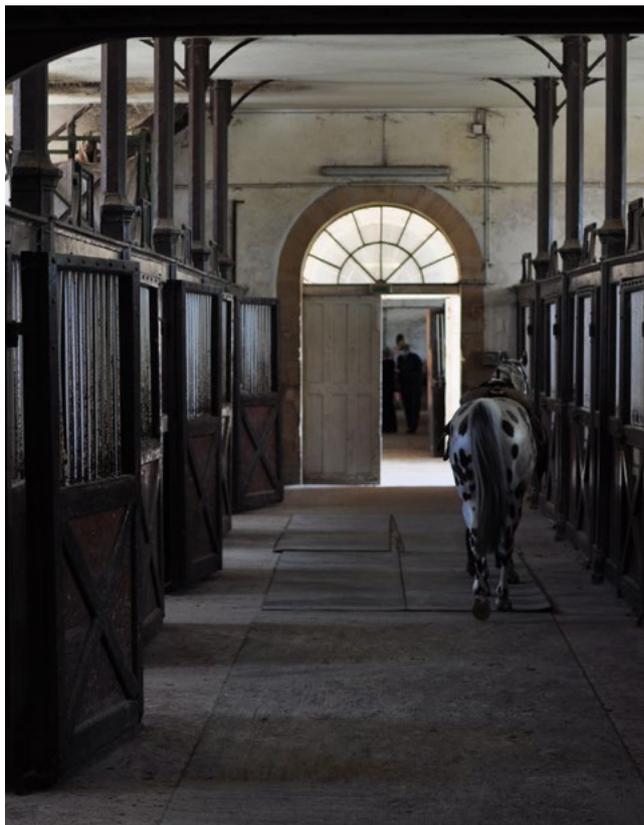
Modalités : création et amélioration des conditions d'accueil des visiteurs dans les entreprises ouvrant leurs portes au public, au moins 120 jours par an entre le 1er mai et le 30 septembre, afin de valoriser leur savoir-faire.

Prise en compte des dépenses suivantes : signalétique interne et externe, travaux d'aménagement destinés à l'accueil des visites, mobilier lié au parcours de visite, création et réalisation des supports de visite, création d'une boutique complémentaire au circuit de visite. Le seuil d'intervention est de 10 000 € minimum et l'aide est plafonnée à 40 000 € sur 3 ans.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Place Reine Mathilde CS 50523 CAEN
Cedex 1 Service Tourisme,
02 31 06 95 72,
tourisme@normandie.fr
[Site internet](#)



DÉPARTEMENT SEINE-MARITIME

► Subvention pour le développement du tourisme d'entreprise agricole

Soutien aux petits investissements matériels pour l'agritourisme, tel que la visite d'entreprise par exemple. Les objectifs de ce dispositif sont d'aider des investissements modérés dans le cadre d'un projet d'agritourisme. Aider les agriculteurs de Seine-Maritime à se diversifier pour répondre à de nouvelles attentes sociétales et favoriser le lien avec les autres acteurs du territoire rural ou périurbain.

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT DE LA SEINE-MARITIME

Hôtel du Département, Quai Jean Moulin,
CS 56101, 76101 ROUEN CEDEX,
02 35 03 55 55
[Site internet](#)

MISE EN RELATION

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME – NORMANDIE TOURISME

► Mise en relation avec des tour-opérateurs et autres professionnels du tourisme

NORMANDIE TOURISME

[Site internet](#)

DÉPARTEMENT CALVADOS

► Mise en relation pour l'organisation de visites de scolaires
► Prêt à taux zéro

Le Département soutient la création de circuit de visite valorisant des savoir-faire lorsque ceux-ci sont ouverts aux touristes pendant toute la saison.

[En savoir plus ici](#)

SORTIES SCOL'AIR : découvrir le Calvados de la terre à la mer. Avec le dispositif Sorties Scol'Air, le Département du Calvados propose de participer au financement du transport de sorties organisées par les établissements scolaires ou les centres aérés du Calvados. L'objectif ? Promouvoir le patrimoine départemental et faire connaître aux plus jeunes les métiers et filières spécifiques au territoire. [En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT CALVADOS Sylvie Fleury - Service milieux naturels

CALVADOS ATTRACTIVITÉ
Pôle Ingénierie Digital
02 31 27 90 30

17, boulevard Aristide-Briand
BP 20520, 14035 Caen
CEDEX 1, 02 31 57 14 74,
sylvie.fleury@calvados.fr

[Site internet](#)

ACCOMPAGNEMENT

ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE

- ▶ Informations pour l'ouverture de son entreprise aux visites
- ▶ Diffusion sur le site et guide du Routard

Entreprise et Découverte est l'association nationale de la visite d'entreprise, qui a pour objet la valorisation et la promotion de la filière visite d'entreprise (ou tourisme de savoir-faire).

[En savoir plus ici](#)

ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE

[Site internet](#)

BIENVENUE À LA FERME

- ▶ Accompagnement pour l'ouverture des structures agricoles aux visites et diffusion de l'information

Bienvenue à la ferme est une marque commerciale française des Chambres d'agriculture. Il s'agit du principal réseau de producteurs fermiers et d'accueil touristique dans les fermes, par les agriculteurs français.

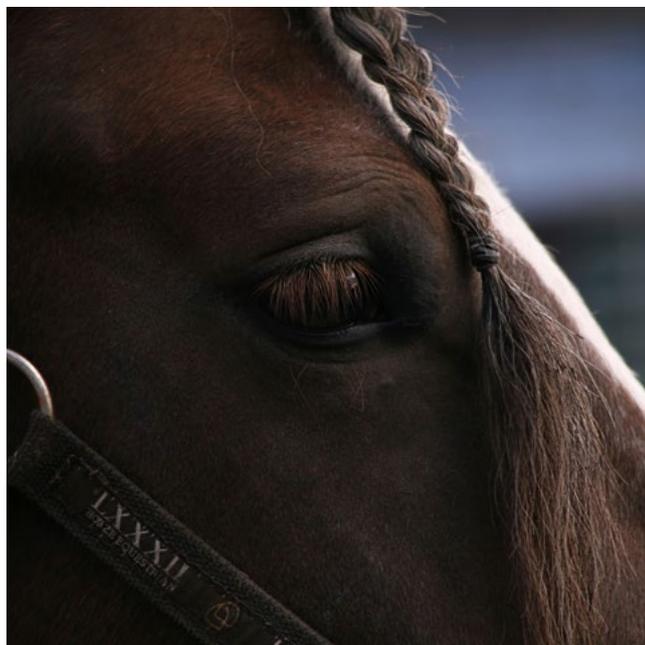
[En savoir plus ici](#)

BIENVENUE À LA FERME

6 rue des Roquemonts, 14053 Caen Cedex 4

02 33 31 48 07

[Site internet](#)



OFFICE DE TOURISME

- ▶ Accompagnement dans la mise en tourisme d'une structure

INFORMATIONS UTILES

ATOUT FRANCE

- ▶ Information sur les visites d'entreprises

Atout France, Agence de développement touristique de la France, est un groupement d'intérêt économique, opérateur de l'État français en matière de tourisme. Atout France a publié un livre technique La visite d'entreprise.

[En savoir plus ici](#)

ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

- ▶ Information sur les visites d'entreprises

Cette assemblée a rédigé un guide à l'usage des développeurs territoriaux sur les visites d'entreprises. Il contient de nombreuses informations enrichissantes.

[En savoir plus ici](#)

PERSONNEL POUVANT ENCADRER LES VISITES

FÉDÉRATION DES GUIDES DE NORMANDIE :

- ▶ Guides conférenciers indépendants

Cette association recense plus de 100 guides professionnels en Normandie, vous trouverez des personnes qualifiées en 9 langues différentes.

[En savoir plus ici](#)

Vous pourrez également trouver davantage de contacts sur le site de la Fédération Nationale des Guides Interprètes et Conférenciers.

[En savoir plus ici](#)

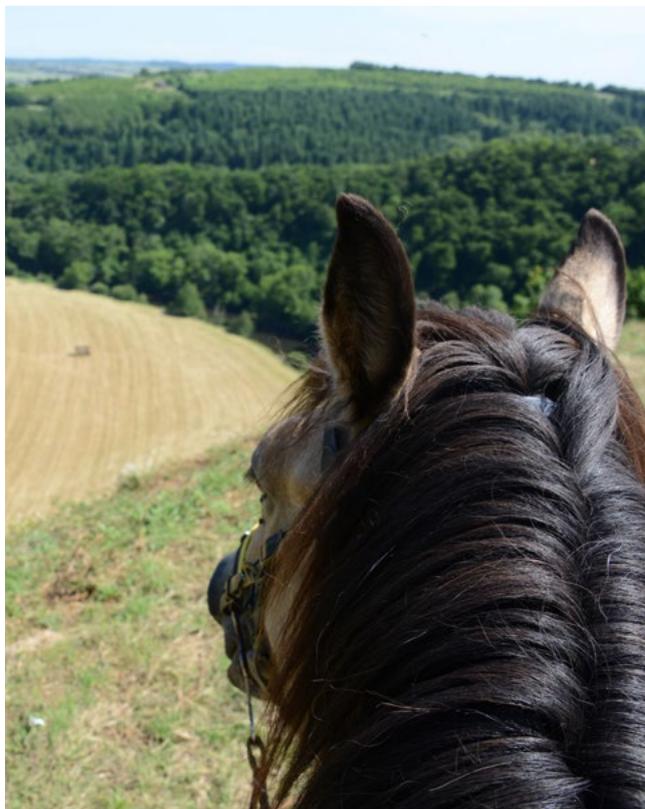
FÉDÉRATION DES GUIDES DE NORMANDIE

[Site internet](#)

I – LA LOCATION D'ÉQUIDÉS

PRÉSENTATION

La location d'équidé est le fait de louer pour une durée et un usage défini une monture à un client. Cela peut prendre différentes formes : ânes bâtés, séjours en roulotte ou encore randonnée. Dans tous ces exemples le touriste est en autonomie durant l'activité.



AMÉNAGEMENT

Infrastructure :

Vous devez posséder des paddocks pour vos équidés avec des abris et/ou des boxes, un espace pour stocker le matériel, ainsi qu'un lieu pour préparer les montures pour les touristes.

Matériel :

Selon l'offre que vous proposez, vous devez prévoir le matériel nécessaire pour les équidés et les touristes afin que l'activité puisse se dérouler en toute sécurité et confortablement.

Itinéraires :

Vous pouvez prendre connaissances des itinéraires équestres sur la carte GeoCheval, vous pouvez les porter à la connaissance des touristes louant des équidés chez vous. De plus, afin de proposer des locations sur plusieurs jours vous pouvez créer des partenariats avec des hébergements ou restaurants à proximité des itinéraires afin de créer des offres attractives et consommables.

[En savoir plus ici](#)

FORMATION

Pour commercialiser des activités d'attelage il n'y a pas de diplôme obligatoire à ce jour mais les diplômes : Certificat de spécialisation utilisation et conduite d'attelages de chevaux, Brevet de Chef de Caravane, et Meneur accompagnateur de tourisme équestre, sont fortement recommandés pour être en capacité d'initier des touristes.

[En savoir plus ici](#)

Pour assurer l'activité, les compagnies d'assurances peuvent être amenées à demander un diplôme. Pour les activités avec des ânes, il n'existe aucun diplôme, cependant des formations existent.

[En savoir plus ici](#)

Pour louer un équidé, par exemple un cheval pour une randonnée en autonomie, il n'y a pas besoin de formation. Il est néanmoins nécessaire pour des questions de sécurité et de qualité de l'offre d'avoir une bonne connaissance des chevaux, un bon niveau équestre, et de savoir gérer une entreprise.

[En savoir plus ici](#)

FORMALITÉS

Avant de créer un service de location, des formalités sont à effectuer en termes d'immatriculation, d'assurance, de sécurité ou de responsabilité juridique.



II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS

RÉGION NORMANDIE

- ▶ Aide financière pour l'achat d'équidés de race normande

AIDE À LA NORMANDISATION DU CHEPTEL :

Ce dispositif a pour objectif de soutenir la reproduction, la conservation et le développement des races patrimoniales normandes équines par la création ou le renforcement d'activités économiques. Cela concerne les races suivantes : âne de Cotentin, âne Normand, Cob Normand, Percheron. Ces races patrimoniales sont par essence parfaitement adaptées au territoire herbager normand et incarnent la richesse culturelle historique de la Normandie en matière d'élevage et de biodiversité. La Région souhaite encourager le recours à ces races dans l'activité agricole et sa diversification.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

ERWANN RIOU

Direction de l'Agriculture et des Ressources Marines,
Service Agriculture, 02.31.06.78.79,
erwann.riou@normandie.fr

[Site internet](#)



FORMATION POUR LE PERSONNEL

UNION NATIONALE DES ÂNIERS PLURIACTIFS

- ▶ Formation pour le travail avec des ânes pour diverses activités
- ▶ Syndicat professionnel

L'UNÂP vise à identifier les spécificités asines et les faire respecter ainsi que leurs conséquences dans les domaines de l'élevage, la santé, l'éducation, et les diverses utilisations. L'UNÂP propose des formations chez des âniers professionnels, prêts à transmettre leur passion et leurs savoir-faire. Un centre de formation permet, dans certaines conditions et selon les droits du stagiaire, la prise en charge de tout ou partie des frais de formation.

RÉGION NORMANDIE

UNION NATIONALE DES ÂNIERS PLURIACTIFS

362 chemin de La Devèze, 46090 Bellefont la Rauze
06 87 47 68 84, infos@unap.eu

[Site internet](#)

PÔLE DE FORMATION DE L'INSTITUT FRANÇAIS DU CHEVAL ET DE L'ÉQUITATION – IFCE

- ▶ Formations professionnelles

Le Pôle de formation IFCE, issu de la mise en synergie de deux écoles renommées, l'Ecole nationale d'équitation à Saumur et l'Ecole nationale professionnelle des Haras au Pin, propose un large panel de formations d'excellence dans les domaines de l'élevage, de la reproduction, de l'équitation, de la sellerie, de la maréchalerie et de l'attelage.

[En savoir plus ici](#)

PÔLE DE FORMATION IFCE

Les écuries du bois, 61310 Le Pin au Haras
02 33 12 12 00,
formations@ifce.fr

FORMATION DES ÉQUIDÉS ET VENTE DE CHEVAUX

SOCIÉTÉ FRANÇAISE DES ÉQUIDÉS DE TRAVAIL :

- ▶ Formation et vente d'équidés de travail

LA SFET est la société mère des races françaises de chevaux de trait, d'ânes, de mulets et de chevaux de territoire. Ses missions consistent, en accord avec le Ministère de l'Agriculture, à proposer une politique globale, d'encouragement et de promotion de l'élevage. Cette politique globale vise à améliorer les produits issus des races françaises de chevaux de trait, d'ânes, de mulets et de chevaux de territoire.

Elle rassemble 26 races françaises d'équidés regroupées en 25 organismes de sélection au sein desquels sont représentés les éleveurs et utilisateurs des berceaux de race et des zones d'élevage du territoire national.

FORMATION : PARCOURS D'EXCELLENCE DU JEUNE ÉQUIDÉ DE TRAVAIL

Le Parcours d'Excellence du Jeune Équidé de Travail (PEJET) est un circuit officiel de contrôle de performances des jeunes équidés de travail, mis en place par la SFET et reconnu par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Un équidé certifié PEJET est un animal qualifié, de race française, apte à travailler dans les meilleures conditions. Le circuit encadre les équidés de 1 à 3 ans et plus selon les races, et permet de mettre en valeur les meilleurs sujets pour garantir la mise en marché d'animaux de qualité.

[En savoir plus ici](#)

SOCIÉTÉ FRANÇAISE DES ÉQUIDES DE TRAVAIL

17 cours Xavier Arnoz, 33000 BORDEAUX, Ombeline Baron, 06 12 14 14 17, gestion@sfet.fr

[Site internet](#)

TRAIT ET ÂNES DE NORMANDIE

► Formation et vente d'équidés de race normande

L'association (Loi 1901) a pour objet la mise en place d'actions de promotion, de formation, de communication et d'études, de commercialisation qui se détaillent en plusieurs actions : le développement de l'élevage et de l'utilisation des chevaux de Trait et ânes en Normandie (Cob Normand, Percheron, âne Normand et âne du Cotentin) ; l'amélioration de la qualité et de la typicité des 4 races ainsi que le revenu des éleveurs et des propriétaires ; la promotion d'un élevage de qualité conforme à la réputation de la Normandie. Elle porte le Centre de Valorisation qui a pour mission de sélectionner, de former et de valoriser les chevaux de trait et ânes de Normandie pour les vendre en France et à l'étranger pour diverses utilisations.

TRAIT ET ÂNE DE NORMANDIE

61310 Le Pin au Haras, 06 83 76 44 56, traitanenormandie@gmail.com

[Site internet](#)



INFORMATIONS UTILES

INSTITUT DU DROIT ÉQUIN – IDE

► Informations juridiques

L'Institut du Droit Équin (IDE) est une association (loi 1901) qui a été créée en 1994 à l'initiative des Haras Nationaux, de l'École Nationale d'Équitation et du Centre de Droit et d'Économie du Sport.

Fiche Le contrat de location d'un équidé : [ici](#)
Webconférence La location d'équidés, obligations et responsabilité : [ici](#)

INSTITUT DU DROIT ÉQUIN

Hôtel Burgy
13, rue Pierre Bernardaud, 87100 LIMOGES, 0.899.19.96.43
(3,00 € par appel + prix d'un appel normal)

[Site internet](#)

L'ATTELAGE FRANÇAIS

- Informations sur les pratiques de l'attelage
- Diffusion

L'ATTELAGE FRANÇAIS

contact@attelage.org

[Site internet](#)

INSTITUT NATIONAL ÂNES ET MULETS

► Informations sur les métiers autour des ânes

France Ânes et Mulets est la Fédération qui regroupe les 8 races d'ânes et les deux livres de mulets reconnus en France. Elle a pour mission d'assurer l'organisation, la représentation et la défense des éleveurs et des utilisateurs d'ânes et de mulets notamment dans les domaines technique, économique, social.

INSTITUT NATIONAL ÂNES ET MULETS

17 Cours Xavier Arnoz, 33000 BORDEAUX

[Site internet](#)



FÉDÉRATION NATIONALE ÂNES ET RANDONNÉE – FNAR

► Informations sur les professions autour des ânes et réseau professionnel

La FNAR est une association régie par la loi 1901 (J.O. de Janvier 1991). Elle regroupe tous les amis de l'âne et tous les métiers se rapportant à l'âne. Elle s'adresse tout particulièrement aux professionnels de l'organisation de randonnées pédestres avec ânes de bât.

FÉDÉRATION NATIONALE ÂNES ET RANDONNÉE

06 95 26 29 96, inforando@ane-et-rando.com

[Site internet](#)

SYNDICAT DES ÂNES DE BÂT :

► Informations sur les professions autour des ânes et réseau professionnel

[En savoir plus ici](#)

SYNDICAT DES ÂNES DE BÂT

[SITE INTERNET](#)

I – COMMERCIALISATION D'ACTIVITÉS À CHEVAL

PRÉSENTATION

Une grande partie de l'offre de tourisme équin propose des activités à cheval aux touristes. Elles peuvent être de natures diverses, tels que des randonnées et balades accompagnées ou des cours et stages dans différentes disciplines équestres, et s'adressent aux débutants comme aux initiés. Ce sont des offres avec des horaires et des contenus adaptés aux clientèles de passage dans la région. Selon le type d'activité que vous souhaitez proposer, le Comité Régional d'Équitation de Normandie (centres équestres) ou le Comité Régional de Tourisme Équestre (randonnées équestres) pourront vous conseiller sur vos projets.



AMÉNAGEMENT

Infrastructure :

Vous devez posséder des paddocks pour vos équidés avec des abris et/ou des boxes, un espace pour stocker le matériel, un lieu pour préparer les montures ainsi qu'un espace d'accueil pour les touristes. De plus, s'il s'agit de prestation de randonnée vous devez emprunter les itinéraires équestres existants et s'il s'agit de cours d'équitation, avoir au minimum une carrière ou un manège.

Matériel :

Selon l'offre que vous proposez, vous devez prévoir le matériel nécessaire pour les équidés et les touristes afin que l'activité puisse se dérouler en toute sécurité et confortablement tels par exemple que des bombes, bottes, charlottes, etc.

FORMATION

L'ensemble des activités à cheval nécessite une formation. Celle-ci dépend de la nature de l'activité proposée. Vous trouverez ci-dessous les diplômes les plus couramment demandés.

Animateur d'équitation (AE) :

- ▶ Niveau : 3, CAP
- ▶ Activités : initiation aux activités équestres
- ▶ Publics : Jeune public ou public débutant tel que des baptêmes ou cours baby poney, exclusion des pratiques compétitives
- ▶ Tutelle : FFE
- ▶ Conditions : activités sous l'autorité pédagogique d'un titulaire de diplôme de Niveau 4 ou plus dans les activités équestres (BEES ou BPJEPS, DE ou DES)

[En savoir plus ici](#)

Accompagnateur de tourisme équestre (ATE) :

- ▶ Niveau : 4, BAC
- ▶ Activités : promenades toute durée, organisation et encadrement de randonnées montées
- ▶ Publics : tout public
- ▶ Tutelle : FFE

[En savoir plus ici](#)

Organisateur de randonnées équestres (ORE) :

- ▶ Niveau : 4, BAC, équivalent du BPJEPS Tourisme équestre
- ▶ Activités : promenades toute durée, organisation et encadrement de randonnées montées
- ▶ Publics : tout public
- ▶ Tutelle : CPNE-EE

[En savoir plus ici](#)

Enseignant d'équitation (BPJEPS) :

- ▶ Niveau : 4, Bac
- ▶ Activités : encadrement dans tout lieu et toute structure en autonomie, de l'initiation à une action de perfectionnement et de compétition équestre
- ▶ Publics : tout public
- ▶ Tutelle : Ministère des sports
- ▶ Spécialité : animateur et éducateur sportif

[En savoir plus ici](#)

Enseignant animateur d'équitation (EAE) :

- ▶ Niveau : 4, Bac
- ▶ Activités : encadrement dans tout lieu et toute structure en autonomie, de l'initiation à une action de perfectionnement et de compétition équestre
- ▶ Publics : tout public
- ▶ Tutelle : CPNE-EE

[En savoir plus ici](#)

FORMALITÉS

Avant de commercialiser une offre, il est impératif de se renseigner et d'appliquer les normes d'hygiène, de sécurité, et effectuer les formalités d'immatriculation,

d'assurance, ainsi que prendre connaissance des responsabilités juridiques. Le Comité Régional d'Équitation de Normandie (COREN) pourra vous renseigner dans vos démarches.

DÉMARCHE QUALITÉ

Plusieurs labels peuvent valoriser la qualité de votre structure.



Centre de Tourisme Équestre :

Le label Centre de Tourisme Équestre, développé par la FFE et la FFE-CNTE, vise à identifier les établissements spécialisés dans l'organisation de l'activité Tourisme Équestre : promenades d'une heure à la journée, randonnées sur plusieurs jours en boucle ou en étoile, galops de pleine nature...

[En savoir plus ici](#)



Label EquuRES :

Le label EquuRES est la seule démarche de qualité en faveur de l'environnement et du bien-être animal spécifiquement développée pour les structures équinnes, quelles que soient leur localisation, leur taille et leur activité. Les 10 thématiques d'action du

Label permettent aux professionnels d'entrer dans une démarche globale d'amélioration continue. Économies d'énergie, maîtrise des flux, protection des ressources et de la biodiversité, préservation de la qualité des sols, de l'eau, de l'air, garantie de la bonne santé et du bien-être animal, autant de sujets pour lesquels le Label EquuRES apporte des solutions concrètes.

[En savoir plus ici](#)



Normandie Qualité Tourisme :

Normandie Qualité Tourisme développe une démarche qualité reconnue Qualité Tourisme™, il s'agit de la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations de

loisir. Pour obtenir la marque, le prestataire doit suivre avec succès une démarche qualité conforme aux exigences essentielles à la satisfaction client. Gage de confiance, les prestations sont régulièrement soumises à un contrôle inopiné et indépendant. Ce signe de reconnaissance permet donc de choisir en toute confiance des établissements touristiques qui offrent des prestations de qualité.

[En savoir plus ici](#)



II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

INSTITUTIONS RESSOURCES

COMITÉ RÉGIONAL D'EQUITATION DE NORMANDIE - COREN

► Conseils et mise à disposition d'informations ainsi que dans le cadre de certains dispositifs, possibilité d'accompagnement

Le Comité Régional d'Équitation de Normandie est un organe déconcentré de la FFE. « Notre équipe est à votre service et vous propose d'organiser en Normandie des formations et stages pour les cavaliers, les enseignants et pour les officiels de compétition. Nous travaillons également au développement de l'équitation, en proposant des formations continues aux enseignants, à la structuration du circuit de compétitions en Normandie et à l'organisation des Championnats de Normandie dans les différentes disciplines fédérales. Nous communiquons et relayons l'information sur la filière équine normande et sur les événements à ne pas manquer. Nos techniciens sont à votre écoute. Nous effectuons des visites techniques dans les centres équestres afin d'échanger et de délivrer

des conseils sur la qualité et le développement de vos structures. Le COREN est là également pour assurer la représentation de vos clubs auprès des institutions. Pour tout renseignement ou visite d'un technicien dans votre club, contactez-nous ! »

Réseau des Clubs Excellence en Normandie :

Le COREN et le CRTE créent le projet "Réseau des Clubs Excellence en Normandie". Avec ce projet, le COREN et le CRTE vous proposent de faire évoluer votre entreprise et vos pratiques de chef d'entreprise. Ce plan de développement vous accompagne dans la structuration de vos projets pendant 3 ans grâce au déploiement d'un plan de développement adapté à vos besoins.

[En savoir plus ici](#)

COREN

Bâtiment Erable, 8 rue Leopold Sedar Senghor
14460 Colombelles, France, 02 31 84 61 87
normandie@ffe.com
[Site internet](#)

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE - CRTE

► Représentant des cavaliers d'extérieur et des Centres de Tourisme Équestre

Le CRTE est l'organe déconcentré de la FFE, chargé de la promotion et du développement du tourisme équestre en Normandie. Il œuvre en partenariat avec la Région Normandie, les collectivités locales, les comités départementaux et les structures équestres labellisées avec pour souci constant de défendre, préserver et entretenir les infrastructures nécessaires à la pratique de l'équitation d'extérieur. Le CRTE représente les centres de tourisme équestre ainsi que les cavaliers d'extérieurs et recueille leurs besoins. Il joue un rôle de relais en assurant la promotion des CTE. En effet, il a pour mission de représenter tous les professionnels de la Normandie, que ce soit auprès de la Région ou bien dans divers salons. Le CRTE œuvre également pour le développement du diplôme ATE - Accompagnateur de Tourisme Équestre, en organisant des sessions d'examens. Enfin, le CRTE assure le déploiement et le référencement de la charte Régionale Qualité Accueil Cheval.

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

Maison du Cheval, Campus Effiscience
Bâtiment Erable, 8 rue Leopold Sedar Senghor
14460 Colombelles
06 29 42 34 89 - crte.normandie@ffe.com
[Site internet](#)

**INFORMATIONS****CNTE-FFE**

► Mise à disposition d'informations

Agissant pour près de 90 000 licenciés et plus d'un million de pratiquants, le Comité National de Tourisme Équestre (CNTE) de la Fédération Française d'Equitation représente 2500 établissements équestres et associations de cavaliers et travaille en étroite collaboration avec ses organes déconcentrés que sont les Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme Équestre (CRTE et CDTE). Le CNTE, héritier des structures qui l'ont précédé (l'ANTE - de 1963 à 1987, et la DNTE - de 1987 à 2000), a fêté en 2013 les cinquante ans du tourisme équestre français ; cinquante années de travail auprès des professionnels, des cavaliers et du grand public pour le développement et la promotion des activités de tourisme liées au cheval.

[En savoir plus ici](#)

Le CNTE-FFE a développé GeoCheval, un outil pour la consultation des itinéraires de tourisme équestre en France qui se présente sous la forme d'une carte interactive. Il s'inscrit dans la démarche SIG - Système d'Information Géographique - menée par la Fédération Française d'Equitation et le Comité National de Tourisme Équestre depuis 2014.

[En savoir plus ici](#)

COMITÉ NATIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

FFE Tourisme, Parc équestre 41 600 Lamotte
02 54 94 46 80
[Site internet](#)

SUBVENTIONS**RÉGION NORMANDIE**

► Subvention pour l'équipement de centre équestre et accompagnement technique

Filières touristiques régionales : Équipements et accueil dans les centres de tourisme équestres

- Objectif : améliorer les conditions d'accueil des touristes dans les centres de tourisme équestre labellisés.
- Bénéficiaires : les centres de tourisme équestres labellisés (FFE) dont les offres sont commercialisées par leurs soins ou via une structure agréée.
- Modalités : Prise en compte des dépenses liées aux : équipements nécessaires à la proposition d'offres

permanentes de produits de randonnée équestre (itinérante ou de séjour) ; travaux d'aménagement d'un équipement d'accueil pérenne et qualitatif.

- Le seuil d'intervention est de 5 000 € minimum et l'aide est plafonnée à 40 000 € sur 3 ans.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Place Reine Mathilde CS 50523 CAEN Cedex 1 Service
Tourisme, 02 31 06 95 72,
tourisme@normandie.fr
[Site internet](#)

DÉPARTEMENT MANCHE

- Subvention pour les petits investissements agricoles

Filière équine : aide aux petits investissements
Exploitation agricole de la filière équine (élevage, centre équestre, centre d'entraînement, écuries de commerce...) : exploitants agricoles à titre principal exerçant en exploitation individuelle ; personnes morales dont l'objet est agricole (sociétés agricoles : EARL, SCEA, GAEC...) avec au moins l'un des exploitants exerçant à titre principal ; groupements (association d'éleveurs d'équidés, coopératives d'utilisation de matériel agricole...).

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA MANCHE

Direction des nouvelles ruralités, 50050 Saint-Lô cédex, 02
33 05 97 68, planequin@manche.fr
annabelle.leborgne@manche.fr
[Site internet](#)

DÉPARTEMENT CALVADOS

- Subvention pour les petits projets agricoles

Aide pour un projet agricole inférieur à 10 000 € :
L'aide départementale est réservée aux exploitants agricoles à titre principal, sociétés agricoles, groupements et associations d'agriculteurs ou de producteurs, dont le siège social est situé dans le Calvados. La thématique « Valoriser l'agriculture locale et ses circuits courts » est également ouverte aux collectivités locales.

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT DU CALVADOS

Carole Aix, 1 place Gambetta, 14000 Caen
02 31 57 14 66
[Site internet](#)

DÉPARTEMENT DE L'EURE

- Subvention pour les petits investissements agricoles

Aide aux petits investissements agricoles :
Depuis novembre 2017, le Conseil départemental peut aider les agriculteurs à hauteur de 40% pour des investissements de moins de 10 000 € HT, en complément des interventions économiques de la Région.

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE L'EURE

Hôtel du Département, 14 boulevard Georges Chauvin, CS
72101 - 27021 Evreux cedex
02 32 31 50 50
[Site internet](#)

FORMATION DU PERSONNEL

EQUI-RESSOURCES

- Information sur les formations ainsi qu'outils de recrutement

Spécialiste du recrutement et de l'orientation dans la filière équine, équi-ressources diffuse gratuitement des offres d'emploi et de stage. Il mène également des études sur grâce à l'Observatoire des métiers.

HARAS NATIONAL DU PIN

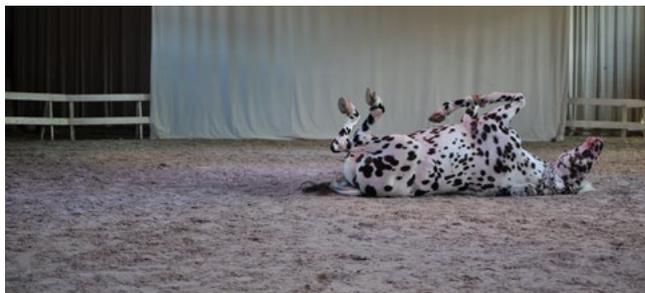
61310 Le Pin au Haras
02 33 39 58 57, info@equiressources.fr
[Site internet](#)



I – ÉVÉNEMENT EN LIEN AVEC LE CHEVAL

PRÉSENTATION

Un événement permet à une structure soit de participer à un événement existant pour faire la promotion de sa structure, cela passe généralement par la location d'un emplacement que ce soit un salon ou une compétition, soit d'organiser un événement dédié à la structure. Cela peut être une compétition, une foire ou un spectacle. Cela peut être l'occasion de faire connaître votre structure et d'attirer du public.



ETAPES POUR LA CRÉATION D'UN ÉVÉNEMENT

Un événement, peu importe sa nature et sa taille, a toujours des étapes récurrentes à anticiper. Vous en trouverez ici une liste non-exhaustive.

Organisation interne :

En fonction de la forme du porteur de projet, l'équipe sera plus ou moins importante. Il est important de se répartir le travail par thématique rapidement en prévoyant une personne pour superviser le projet dans sa globalité. De plus, des organismes extérieurs peuvent vous accompagner dans la mise en tourisme de votre événement tels que le Conseil des Chevaux de Normandie et votre Office de Tourisme.

Identifier la cible :

En fonction des types de touristes que vous souhaitez attirer, par exemple familiale, professionnelle, etc., vous prévoyez une programmation et des animations différentes.

Étude de faisabilité :

Il est important de réfléchir au projet en amont afin de s'assurer que les moyens déployés correspondent à votre cible et vous permettent d'anticiper le budget et le lieu nécessaire. De plus, monter un dossier au préalable est indispensable si vous souhaitez faire des demandes de subvention.

La programmation :

Quel que soit le type d'événement que vous souhaitez créer, il s'articulera autour d'une programmation qu'elle soit sportive, culturelle ou touristique accessible au grand public.

Animation :

La question des animations ne doit pas être à négliger, cela rend l'événement plus festif, et il faut que cela corresponde à la cible que vous souhaitez toucher tel que, par exemple, les familles en mettant à disposition des activités pour les enfants.

Sécurité :

En fonction du nombre de personnes accueillies vous devrez prévoir du personnel ou des bénévoles pour la sécurité en fonction du type d'événement. De plus, dans le cadre de situation sanitaire exceptionnel il est impératif de prévoir des dispositifs permettant le respect des mesures gouvernementales en vigueur.

Accueil visiteurs :

Il est important de prévoir des aménagements et du personnel pour garantir un accueil de qualité. Cela démarre avec la signalétique pour venir, le parking, un acheminement facile vers les lieux et du personnel à l'entrée pour guider, informer et vérifier les billets si nécessaire.

Accueils participants :

Il est important de prévoir un accueil soigné de vos participants afin de garantir une bonne appréciation et un bon déroulement, avec un accueil personnalisé, des facilités pour les hébergements et les repas, du matériel adéquat pour leur performance et des informations claires et précises sur les horaires et adresses.

Accueils équidés :

Il est impératif de garantir des installations dédiées, de l'eau et de la nourriture pour les équidés ainsi que de l'espace pour les véhicules et le matériel dans des conditions satisfaisantes en termes de sécurité et de conditions sanitaires. De plus, selon l'événement il est important de prévoir des itinéraires différents pour les équidés et les visiteurs afin que les flux ne se croisent pas pour des questions de sécurité.

Communication :

Un événement est la meilleure occasion de faire connaître votre structure et vos services, assurez-vous de prévoir de l'affichage dans les alentours et de contacter la presse. De plus, ce poste implique la création de partenariats avec les structures locales telles que les offices de tourisme par exemple.

Comptabilité :

Un événement suscite de nombreux achats et nécessite un travail de suivi du budget prévisionnel et de comptabilité à anticiper.

Administration :

De la même façon, des déclarations sont à prévoir auprès de la mairie pour la création d'un événement, de la SACEM pour la musique ou encore de l'Urssaf si vous embauchez du personnel à cette occasion.

FORMALITÉS

Les formalités diffèrent selon la taille de l'événement et la discipline dans le cas d'une compétition. Pour les compétitions, vous trouverez les réglementations sur le site de la FFE par discipline. [En savoir plus ici](#)

► **FICHE RÉGLEMENTATION DE L'INSTITUT DU DROIT ÉQUIN EN ANNEXE**

II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS

RÉGION NORMANDIE

- ▶ Subvention pour l'organisation d'événement sur des thématiques précises

La Normandie a la chance de disposer d'une très grande diversité de territoires et donc d'offres touristiques potentielles. Pour valoriser cette diversité, la Région Normandie souhaite encourager le développement événementiels territoriaux d'envergure régionale en proposant un dispositif d'accompagnement dédié. Ce dispositif vise à accompagner les projets d'événements se déroulant sur le territoire normand et en lien avec les thématiques développées au sein des Destinations d'excellence identifiées par la stratégie touristique régionale (Médiéval, Mémoire, Impressionnisme et Mont Saint Michel et sa Baie).

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE
Place Reine Mathilde CS 50523 CAEN Cedex 1 Service
Tourisme, 02 31 06 95 72,
tourisme@normandie.fr - [Site internet](#)

DÉPARTEMENT MANCHE

- ▶ Subvention pour des investissements de matériel servant à accueillir les publics

Le projet doit répondre à l'une des trois thématiques décrites ci-dessous :

- ▶ Aménagements ou équipements permettant un accueil optimal du public et une visibilité du site (signalétique, panneaux de communication, accès aux personnes à mobilité réduite, local d'accueil, acquisition de tribunes...)
- ▶ Aménagements ou équipements liés à l'accueil des chevaux (acquisition de boxes démontables, rénovation de boxes, de stalles...)
- ▶ Aménagements ou équipements liés aux pistes et carrières (acquisition d'obstacles, de lices, installation d'un arrosage automatique, acquisition de matériel pour l'entretien des pistes...).

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA MANCHE
Direction des nouvelles ruralités, 50050 Saint-Lô cédex,
02 33 05 97 68
annabelle.leborgne@manche.fr - [Site internet](#)

DÉPARTEMENT SEINE-MARITIME

- ▶ Subvention pour l'organisation de certains événements

Congrès et manifestations diverses : Aide à l'organisation de congrès et manifestations diverses se déroulant dans le département. Une aide peut être allouée exceptionnellement pour des manifestations se déroulant hors département lorsque celles-ci contribuent à la promotion du département.

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT DE LA SEINE-MARITIME
Hôtel du Département, Quai Jean Moulin, CS 56101, 76101
ROUEN CEDEX, 02 35 03 55 55 - [Site internet](#)

DÉPARTEMENT CALVADOS

- ▶ Soutien aux congrès, colloques et manifestations exceptionnelles

Aide pour les manifestations agricoles : Trois types de manifestations agricoles peuvent prétendre à l'aide départementale : Manifestation liée à la promotion de race ; Manifestation d'envergure départementale liée à un produit emblématique ; Manifestation d'envergure départementale sans mise en valeur d'un produit emblématique.

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT DU CALVADOS
Carole Aix, 1 place Gambetta, 14000 Caen
02 31 57 14 66 - [Site internet](#)

DÉPARTEMENT EURE

- ▶ Subvention aux événements culturels

Soutien aux événements et projets : Tous les domaines culturels y sont représentés tels que le théâtre, la musique, la danse, les arts plastiques, la lecture, le patrimoine, les saisons culturelles... Les projets d'envergure locale, les projets atypiques singuliers et les projets d'envergure régionale sont étudiés dans ce cadre.

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE L'EURE
Hôtel du Département, 14 boulevard Georges Chauvin, CS
72101 - 27021 Evreux cedex
02 32 31 50 50 - [Site internet](#)

INFORMATIONS UTILES

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'EQUITATION

- ▶ Informations sur l'organisation de compétitions

Toutes les informations concernant l'organisation d'un concours sont dans Tout savoir. Il s'agit d'une aide en ligne vous permettant d'organiser au mieux vos concours amateur et pro. Compte, DUC, engagements, résultats... Vous y trouverez toutes les réponses à vos questions.

[En savoir plus ici](#)

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'EQUITATION
02 54 94 46 00,
Contacter la FFE - [Site internet](#)

INSTITUT FRANÇAIS DU CHEVAL ET DE L'EQUITATION

- ▶ Informations sur l'organisation de compétitions

L'IFCE possède des ressources sur le sujet. Il a notamment édité un guide pratique pour organiser une compétition équestre écrit par Jean-Michel Foucher, ou encore organisé un webinar sur cette thématique.

[En savoir plus ici](#)

I – ITINÉRAIRE ÉQUESTRE



PRÉSENTATION

Créer un itinéraire équestre peut être un outil de valorisation et de dynamisation d'un territoire ainsi qu'un aménagement attirant la clientèle de cavaliers randonneurs pour les hébergements et restaurants. Ce type de projet est accompagné par le CRTE sur la partie technique de recherche de tracés ainsi que sur le balisage équestre fédéral. Les collectivités locales ont la compétence pour la création d'itinéraires, pour cela elles s'appuient sur les professionnels équestres du territoire. Le cahier des charges pour la création d'un itinéraire de randonnée équestre montée et attelée, édité par la Région Normandie, vous renseignera également sur la construction de votre projet.

FORMATION

Depuis septembre 2011, la FFE-CNTE, via la CRTE en région, met en place des formations au balisage destinées aux bénévoles souhaitant s'impliquer dans le développement des itinéraires de randonnée équestre. Des sessions de formations sont organisées par les Comités régionaux et départementaux de tourisme équestre. [En savoir plus ici](#)

FORMALITÉS

Pour en savoir plus sur les formalités nous vous conseillons de vous adresser au CRTE ainsi que de consulter le cours en ligne " Développer les itinéraires de tourisme équestre". Les vidéos de Campus FFE donnent les principaux conseils et techniques pour baliser un itinéraire de randonnée équestre. [En savoir plus ici](#)

II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTION

RÉGION NORMANDIE

► Subvention pour les collectivités pour la création d'itinéraires équestres

FILIÈRES TOURISTIQUES RÉGIONALES, Itinéraires équestres :

- Objectif : mettre en œuvre le schéma régional des itinéraires équestres et des grands itinéraires régionaux
- Bénéficiaires : collectivités et structures publiques compétentes
- Modalités : prise en compte des dépenses liées aux études, aménagements des chemins et équipements des infrastructures d'intérêt régional, conformes à la charte qualité régionale des itinéraires équestres.

Le seuil d'intervention est de 10 000 € minimum.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Place Reine Mathilde CS 50523 CAEN Cedex 1 Service
Tourisme, 02 31 06 95 72 - tourisme@normandie.fr
[Site internet](#)



DÉPARTEMENT MANCHE

► Subvention pour les collectivités pour la création et la promotion d'itinéraires équestres

Itinérance et boucles locales : Les intercommunalités devront proposer un projet global de développement de la randonnée présentant une plus-value touristique clairement énoncée. La globalité du projet se réfère à : l'échelle du territoire, c'est-à-dire celle de l'intercommunalité, à son intégration dans le contexte d'itinérance alentour (réseau de cheminements, itinéraires d'intérêt départemental), à sa transversalité, depuis l'optimisation des itinéraires (aménagement, entretien, foncier, balisage) jusqu'aux outils de promotion et aux pratiques ciblées : pédestre et cycliste prioritairement, incluant toutefois l'équestre, le volet tourisme et handicap ou d'autres pratiques.

[En savoir plus ici](#)

PÔLE DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS,
Secteur politiques touristiques, 50050 SAINT-LÔ CEDEX,
02 33 05 98 70, annabelle.leborgne@manche.fr
[Site internet](#)

DÉPARTEMENT ORNE

► Subvention pour les collectivités pour la création d'itinéraires équestres

Itinérance et boucles locales : Les projets subventionnables émanent des Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), syndicats mixtes, associations de développement à l'échelle d'un pays, associations départementales, agissant en faveur de la randonnée. Conditions d'éligibilité : inscription des chemins au Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnées. Signature d'une convention d'engagement bipartite maître d'ouvrage/Conseil départemental de l'Orne. Respect des chartes graphiques : nationale pour le balisage et départementale pour les Topoguides. Programme annuel d'entretien détaillé, garanti sur cinq ans et définissant le maître d'ouvrage en charge de l'entretien.

TOURISME 61
27 boulevard de Strasbourg, CS30528
61017 Alençon cedex, 02 33 28 88 71
tourisme61@orne.fr
[Site internet](#)

ACCOMPAGNEMENT**COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME EQUESTRE - CRTE**

► Représentant des cavaliers d'extérieur et des Centres de Tourisme Équestre

Le CRTE est l'organe déconcentré de la FFE, chargé de la promotion et du développement du tourisme équestre en Normandie. Il œuvre en partenariat avec la Région Normandie, les collectivités locales, les comités départementaux et les structures équestres labellisées avec pour souci constant de défendre, préserver et entretenir les infrastructures nécessaires à la pratique de l'équitation d'extérieur.

Le CRTE représente les centres de tourisme équestre ainsi que les cavaliers d'extérieurs et recueille leurs besoins.

Il joue un rôle de relais en assurant la promotion des CTE. En effet, il a pour mission de représenter tous les professionnels de la Normandie, que ce soit auprès de la Région ou bien dans divers salons.

Le CRTE œuvre également pour le développement du diplôme ATE - Accompagnateur de Tourisme Équestre, en organisant des sessions d'examens.

Enfin, le CRTE assure le déploiement et le référencement de la charte Régionale Qualité Accueil Cheval.

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

Maison du Cheval, Campus Efficience
Bâtiment Erable, 8 rue Leopold Sedar Senghor
14460 Colombelles
06 29 42 34 89 - crte.normandie@ffe.com
[Site internet](#)

INFORMATIONS**COMITÉ NATIONAL DE TOURISME CNTE-FFE**

► Mise à disposition d'informations sur la création d'itinéraire

Agissant pour près de 90 000 licenciés et plus d'un million de pratiquants, le Comité National de Tourisme Équestre (CNTE) de la Fédération Française d'Équitation représente 2500 établissements équestres et associations de cavaliers et travaille en étroite collaboration avec ses organes déconcentrés que sont les Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme Équestre (CRTE et CDTE). Le CNTE, héritier des structures qui l'ont précédé (l'ANTE - de 1963 à 1987, et la DNTE - de 1987 à 2000), a fêté en 2013 les cinquante ans du tourisme équestre français ; cinquante années de travail auprès des professionnels, des cavaliers et du grand public pour le développement et la promotion des activités de tourisme liées au cheval.

[En savoir plus ici](#)

GeoCheval est un outil pour la consultation des itinéraires de tourisme équestre en France qui se présente sous la forme d'une carte interactive. Il s'inscrit dans la démarche SIG - Système d'Information Géographique - menée par la Fédération Française d'Équitation et le Comité National de Tourisme Équestre depuis 2014.

[En savoir plus ici](#)

COMITÉ NATIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

FFE Tourisme, Parc équestre 41 600 Lamotte
02 54 94 46 80
[Site internet](#)



I- HÉBERGEMENT D'ÉQUIDÉS À LA NUITÉE

PRÉSENTATION

La création d'hébergement pour chevaux à la nuitée peut vous concerner dans deux cas de figures. Premièrement, si vous possédez un hébergement touristique, tels qu'un gîte ou un hôtel par exemple, la création d'une structure, paddock ou box, pour héberger des équidés peut diversifier votre clientèle, et augmenter la satisfaction de vos clients. Deuxièmement, si vous possédez un centre équestre, un haras ou une pension, vous pouvez proposer l'hébergement de chevaux à la nuitée afin d'attirer de nouveaux clients. Vous pouvez également envisager combiner l'accueil d'équidés à la nuitée avec la création d'un hébergement pour les cavaliers.

Dans les deux cas, afin d'attirer une clientèle de cavaliers compétiteurs ou randonneurs à cheval ou en attelage, votre hébergement pour chevaux doit être à proximité soit d'un lieu de compétitions équestres, soit d'un itinéraire de randonnée équestre. Vous pouvez consulter les itinéraires sur le site Normandie Cheval ainsi que sur le site de [GeoCheval](#).

Cette prestation peut également attirer des cavaliers si vous possédez un domaine comprenant des infrastructures permettant de monter à cheval sur place telles qu'une forêt et/ou une carrière.

AMÉNAGEMENT

Infrastructures :

Pour accueillir des chevaux, vous devez posséder du terrain et/ou du bâti, vous devrez disposer de paddock et/ou de box. L'hébergement des chevaux, qu'il soit intérieur ou extérieur, doit être adapté, sécurisé et propre. Les prés ou paddocks doivent être correctement clôturés pour garantir la sécurité des chevaux avec des clôtures électriques ou lisses en bois, mais pas de barbelés. Lors de la commercialisation de votre offre vous devrez clairement indiquer le type d'hébergement des chevaux : boxes uniquement ; boxes pour la nuit, possibilité de paddock pour la journée ; pré avec abris ; prés sans abris. De plus, un local pour entreposer le matériel et une aire de soin et/ou préparation avec un point d'attache sont attendus.



Matériel :

Vous devez fournir l'alimentation des chevaux avec du foin et de l'eau à volonté, et si vous le souhaitez, proposer en complément des concentrés. De plus, vous devez mettre à disposition des propriétaires de l'équidé, les contacts d'un vétérinaire, d'un maréchal-ferrant ainsi que de la documentation sur les activités et itinéraires à proximité

de votre hébergement.

Personnel :

Une personne doit être présente pour accueillir les cavaliers et leurs équidés.

FORMATION

Aucune formation n'est obligatoire pour cette activité, en revanche, pour les professionnels de l'hôtellerie qui souhaite se former pour développer cette offre vous pouvez vous renseigner auprès de l'organisme Equi-ressources.

[En savoir plus ici](#)

FORMALITÉS

Les formalités de création d'hébergement de chevaux sont soumises à certaines conditions administratives, tels que souscrire à une assurance, assurer une qualité d'hygiène et de sécurité, ainsi qu'en fonction de l'étendu du projet anticiper la demande d'un permis de construire, et la mise en place de travaux d'aménagement.

LABEL



Cheval Etape :

► Pour les structures équestre pouvant accueillir un équidé

> [Labellisation FFE](#)

Le label Cheval Etape identifie les établissements qui proposent d'accueillir des équidés à l'étape,

pour au moins une nuit, quel que soit le motif de la halte : randonnée, compétition, transport de longue durée... Ces établissements se situent toujours à proximité d'une structure d'hébergement humain (gîte, camping, hôtel, chambre d'hôtes...) et d'une solution de restauration, dans un périmètre de 3 km autour du lieu d'accueil des chevaux. Un établissement Cheval Etape garantit l'accueil des équidés, en extérieur (pré, paddock) ou en intérieur (box, stalle), dans les meilleures conditions de sécurité et de confort. Être labellisé Cheval Etape vous permet également d'être recensé dans le catalogue Cheval Nature, l'annuaire officiel des établissements de Tourisme Équestre en France édité tous les ans par la FFE et la CNTE.

[En savoir plus ici](#)



Accueil Cheval :

► Pour les hébergement touristiques pouvant accueillir un cavalier et son équidé

> [Labellisation CRTE](#)

La Région Normandie a développé la charte de qualité Accueil Cheval des hébergements touristiques. Le déploiement de cette charte s'effectue sur le territoire normand avec la complicité des partenaires départementaux qui assurent les visites, et le CRTE peut coordonner les démarches d'adhésion. Vous êtes propriétaire d'un hébergement touristique à proximité d'un itinéraire ou réseau de boucles équestres, cette charte gratuite vous aide pour mieux répondre aux attentes des clientèles de cavaliers et de leurs montures.

II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS

RÉGION NORMANDIE

► Subvention pour les aménagements dédiés aux chevaux dans les structures équestres

Soutien aux investissements de la filière équine : Cet appel à projet vise à financer les investissements des professionnels de la filière équine, y compris pour le développement de projets touristiques tels que des aménagement paddocks, boxes, manège, ou carrière par exemple. Avant toute demande de financement, il vous est fortement conseillé de contacter le Service Economie Equine de la Région Normandie qui vous renseignera sur l'éligibilité de votre projet et les modalités du dispositif d'aide.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Place Reine Mathilde CS 50523 CAEN Cedex 1 Service
Tourisme, 02 31 06 95 72, tourisme@normandie.fr
[Site internet](#)

ACCOMPAGNEMENT FINANCIER

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME EQUESTRE - CRTE

► Représentant des cavaliers d'extérieur et des Centres de Tourisme Équestre

Le CRTE est l'organe déconcentré de la FFE, chargé de la promotion et du développement du tourisme équestre en Normandie. Il œuvre en partenariat avec la Région Normandie, les collectivités locales, les comités départementaux et les structures équestres labellisées avec pour souci constant de défendre, préserver et entretenir les infrastructures nécessaires à la pratique de l'équitation d'extérieur. Le CRTE représente les centres de tourisme équestre ainsi que les cavaliers d'extérieurs et recueille leurs besoins. Il joue un rôle de relais en assurant la promotion des CTE. En effet, il a pour mission de représenter tous les professionnels de la Normandie, que ce soit auprès de la Région ou bien dans divers salons. Le CRTE œuvre également pour le développement du diplôme ATE - Accompagnateur de Tourisme Équestre, en organisant des sessions d'examens. Enfin, le CRTE assure le déploiement et le référencement de la charte Régionale Qualité Accueil Cheval.

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

Maison du Cheval, Campus Effiscience
Bâtiment Erable, 8 rue Leopold Sedar Senghor
14460 Colombelles
06 29 42 34 89 - crte.normandie@ffe.com
[Site internet](#)

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'EQUITATION

► Labellisation Cheval Etape

La Fédération française d'équitation est une association loi de 1901 assurant la gestion, la promotion et le

développement des disciplines équestres en France. Elle est en charge des labels suivants : Ecole Française d'Equitation, Centre de Tourisme Equestre, Ecurie de Compétition, Equi-Handi Club, Ecole Française d'Attelage, Cheval Etape, Sport Etudes et Sport Etudes Excellence.

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ÉQUITATION

02 54 94 46 00, [Contacter la FFE](#)
[Site internet](#)

INFORMATIONS UTILES

COMITÉ NATIONAL DE TOURISME CNTE-FFE

► Mise à disposition d'informations sur la création d'hébergement d'équidés

Agissant pour près de 90 000 licenciés et plus d'un million de pratiquants, le Comité National de Tourisme Équestre (CNTE) de la Fédération Française d'Equitation représente 2500 établissements équestres et associations de cavaliers et travaille en étroite collaboration avec ses organes déconcentrés que sont les Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme Équestre (CRTE et CDTE). Le CNTE, héritier des structures qui l'ont précédé (l'ANTE - de 1963 à 1987, et la DNTE - de 1987 à 2000), a fêté en 2013 les cinquante ans du tourisme équestre français ; cinquante années de travail auprès des professionnels, des cavaliers et du grand public pour le développement et la promotion des activités de tourisme liées au cheval.

[En savoir plus ici](#)

COMITÉ NATIONAL DE TOURISME ÉQUESTRE

FFE Tourisme, Parc équestre 41 600 Lamotte
02 54 94 46 80
[Site internet](#)



LABEL EQUURES

► Labellisation EquuRES

Le label EquuRES est la seule démarche de qualité en faveur de l'environnement et du bien-être animal spécifiquement développée pour les structures équines, quelles que soient leur

localisation, leur taille et leur activité. Les 10 thématiques d'action du Label permettent aux professionnels d'entrer dans une démarche globale d'amélioration continue. Économies d'énergie, maîtrise des flux, protection des ressources et de la biodiversité, préservation de la qualité des sols, de l'eau, de l'air, garantie de la bonne santé et du bien-être animal, autant de sujets pour lesquels le Label EquuRES apporte des solutions concrètes.

[En savoir plus ici](#)

I – HÉBERGEMENT TOURISTIQUE DANS UN ENVIRONNEMENT ÉQUIN

PRÉSENTATION

La création d'un hébergement touristique peut être une source de revenu complémentaire intéressante. Ce type de projet s'adresse à des structures équestre, tels que des élevages, des centres équestres ou autre, possédant du patrimoine immobilier ou souhaitant créer une structure dédiée à cette activité. Cette activité consiste à accueillir des touristes dans un hébergement temporaire. Elle nécessite du temps et des qualités d'accueil. Dormir dans un environnement équin peut intéresser un public plus large que les équitants, comme par exemple des citoyens, des familles ou des clientèles seniors.

AMÉNAGEMENT

Gîte :

"Gîte", "Meublé de tourisme" ou "Location saisonnière" sont les noms usités pour la mise à disposition de moins de trois mois d'un appartement ou d'une maison à des locataires qui n'y élisent pas domicile. Il s'agit généralement d'un bien situé dans un environnement calme, et sécurisé. Il doit comprendre a minima une cuisine, des sanitaires, des chambres, des pièces de jour disposant de tout le matériel nécessaire au séjour.

Chambre d'hôte :

Une chambre d'hôte, c'est l'accueil des touristes directement chez vous. Cela comprend obligatoirement une chambre et le service du petit-déjeuner. L'accueil est limité à 5 chambres d'hôtes et 15 personnes.

Camping :

Il existe différents types de camping : en tente, en mobil-home, en caravane, ou en hébergement insolites/glamping (roulottes, yourtes, cabanes, tipis, etc.). Tout dépend de vos souhaits et de la surface dont vous disposez. Dans les trois cas, un accueil et des sanitaires sont obligatoires. Quel que soit votre projet, il est important de consulter votre commune au préalable afin de connaître la réglementation qui s'applique et déterminer ce qui est autorisé sur votre terrain.

FORMATION

Aucune formation n'est obligatoire, cependant des formations facultatives existent en gestion et en comptabilité. Réseaux consulaires : CCI, Chambre d'agriculture, Chambre des métiers, etc.

FORMALITÉS

Selon le statut de votre entreprise, renseignez-vous auprès de votre organisme référent pour connaître les conditions encadrant des activités professionnelles complémentaires.

De plus, selon le type d'hébergement les démarches en termes d'hygiène, de sécurité, d'immatriculation, de classement, d'assurance, ou encore de responsabilités juridiques changent considérablement. Les structures citées plus bas vous orienteront dans vos démarches.

II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS ET PRÊTS

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

- ▶ Prêt à taux zéro pour les entreprises
- ▶ Accompagnement

Calvados Attractivité accompagne les porteurs de projets touristiques privés du Calvados dans la définition de leur projet, la qualification et la promotion de leur offre. Dans certains cas, cet accompagnement peut-être complété d'une aide du Conseil Départemental sous forme de prêt à taux 0%.

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

Pôle Ingénierie et digital

02 31 27 90 30

[Site internet](#)

DÉPARTEMENT EURE

- ▶ Subvention pour la création d'hébergement touristique

Vous avez un projet d'hébergement touristique ? Le Département peut vous aider à hauteur de 60 000€. Dans

le cadre d'une aide à l'immobilier, le Conseil départemental peut soutenir financièrement des opérations de création et de développement d'hébergements touristiques marchands dans l'Eure : meublés touristiques ; chambres d'hôtes ; aménagements d'accueil, d'animation et de loisirs dans le cadre de l'hôtellerie de plein air ; création et le développement d'équipements immobiliers agri-touristiques.

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE L'EURE

Hôtel du Département, 14 boulevard Georges Chauvin

CS 72101 - 27021 Evreux cedex, 02 32 31 50 50

[Site internet](#)

DÉPARTEMENT MANCHE

- ▶ Subvention pour la création de gîtes labellisés Gîtes de France
- ▶ Subvention pour l'Hôtellerie de plein air classée

Gîtes de groupe portés par un acteur public et labellisés Gîtes de France : Contribuer au développement économique et touristique par une offre d'hébergements

de qualité, labellisés Gîtes de France dans la Manche. Sont éligibles les projets de création, rénovation (si le montant des travaux est supérieur à 150 000 € HT) et extension sur des bâtiments anciens d'architecture régionale, de la reconstruction et sous réserve d'un réel besoin identifié dans la stratégie touristique du territoire les constructions nouvelles et le bâti contemporain.

[En savoir plus ici](#)

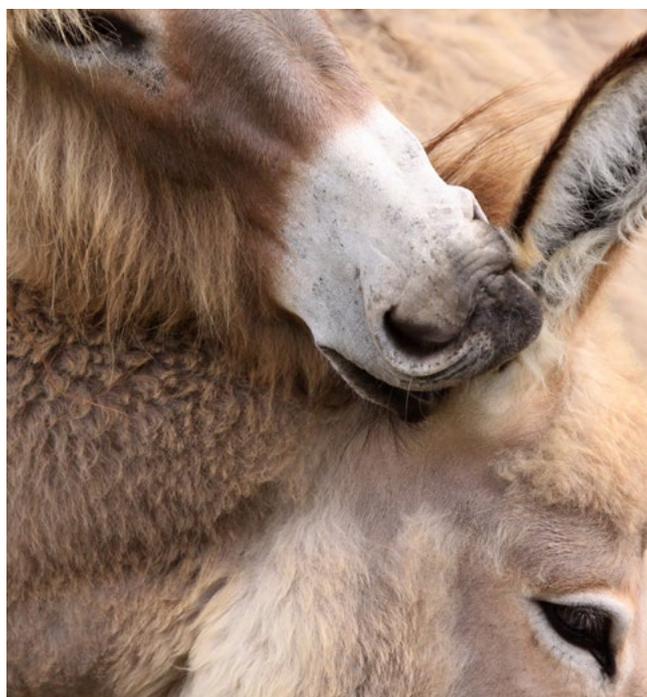
DÉPARTEMENT MANCHE
 Service instructeur dossier, Conseil départemental de la Manche, Pôle développement des produits
 Secteur politiques touristiques, 50050 SAINT-LÔ CEDEX, 02 33 05 99 01, manchetourisme@manche.fr,
[Site internet](#)

Projets d'Hôtellerie de plein air portés par des collectivités et s'inscrivant dans le cadre de la politique territoriale du département (contrats Fonds d'Investissement Rural ou Contrats Pôles de Service).

Contribuer au développement économique et touristique par une offre d'hébergement de qualité. Seuls les établissements qui après travaux obtiendront une étoile supplémentaire et qui seront classés 3.4 ou 5 étoiles pourront bénéficier de ce dispositif. En dessous de 150 000 € de dépenses éligibles les dossiers ne seront pas recevables. De 150 000 € à 250 000 € le projet recevra un avis des services compétents pour son acceptation. Au-delà de 250 000 €, nécessité de faire appel à un cabinet spécialisé qui réalisera une étude de faisabilité. Les terrains de camping concernés devront comporter au minimum 30% de leurs emplacements ouverts à la location (à la nuitées, semaine ou au mois pour une clientèle de passage).

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT MANCHE
 Mission ingénierie et appui aux territoires
 50050 SAINT-LÔ CEDEX
 02 33 05 98 40, ludivine.vauvert@manche.fr
[Site internet](#)



DÉPARTEMENT SEINE MARITIME

► Subvention pour l'aménagement et l'équipement d'hébergements touristiques publics

Aménagements, équipements et hébergements à vocation touristique.

Accompagner la création, l'amélioration, l'extension ou la réhabilitation de sites, d'aménagements et d'hébergements touristiques. Cette aide est strictement réservée aux porteurs de projets publics en 2021.

[En savoir plus ici](#)

DÉPARTEMENT DE LA SEINE-MARITIME
 Hôtel du Département, Quai Jean Moulin, CS 56101, 76101 ROUEN CEDEX, 02 35 03 55 55
[Site internet](#)

RÉSEAUX PROFESSIONNELS DE L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE



CLÉVACANCES

► Accompagnement, classement et promotion de meublés de tourisme
 Clévacances est une association

de promotion et de commercialisation d'hébergements touristiques à la mer, à la montagne, à la campagne, en ville et en station thermale. Clévacances est agréé auprès d'Atout France pour le classement de meublés de tourisme et est chargé de réaliser les visites d'inspection pour obtenir l'appellation *Meublé de Tourisme*.

LABELS MANCHE
 Centre d'Affaires Le Phénix, 1283 Avenue de Paris, 50000 Saint-Lô, 02 33 05 99 01,
CleVacances@labelsmanche.fr
[Site internet](#)

CLEVACANCES CALVADOS
 8 rue Jean Renoir, 14000 Caen, 07 72 66 44 94,
classement1461@gmail.com
[Site internet](#)

CLEVACANCES
 Pour les autres départements, [plus d'information ici](#)



GÎTES DE FRANCE

► Accompagnement, classement et commercialisation de meublés de tourisme

Gîtes de France est un réseau, une marque et un label d'hébergement chez l'habitant en France et en Europe. Gîtes de France est agréé auprès d'Atout France pour le classement de meublés de tourisme et est chargé de réaliser les visites d'inspection pour obtenir l'appellation « Meublé de Tourisme ». Les associations départementales Gîtes de France commercialisent les offres d'hébergements à travers une plateforme de vente en ligne. Elles proposent une prestation complète comprenant, la réservation et le paiement en ligne, un service client ou encore une gestion des avis clients.

GÎTES DE FRANCE CALVADOS

9 Rue Léopold Sédar-Senghor, 14460 Colombelles, 02 31 70 25 50, label@gites-de-france-calvados.fr
[Site internet](#)

GÎTES DE FRANCE EURE

9 Rue de la Petite Cité, 27000 Évreux, 02 32 39 96 51, contact@gites-de-france-eure.com
[Site internet](#)

LABELS MANCHE

Centre d'Affaires Le Phénix, 1283 Avenue de Paris, 50000 Saint-Lô, 02 33 05 99 01, ClVacances@labelsmanche.fr
[Site internet](#)

TOURISME 61: Conseil départemental de l'Orne
Hôtel du Département, 27, boulevard de Strasbourg, CS 30528, 61017 Alençon
02 33 28 88 71, tourisme61@orne.fr
[Site internet](#)

GÎTE DE FRANCE SEINE-MARITIME

8 Rue Linus Carl Pauling - BP 80
76824 Mont-Saint-Aignan Cedex, 02 35 60 63 75, info@gitesdefrance76.com
[Site internet](#)



BIENVENUE À LA FERME

► Accompagnement et commercialisation d'hébergements dans des structures agricoles

Bienvenue à la ferme est une marque commerciale française des Chambres d'agriculture. Il s'agit du principal réseau de producteurs fermiers et d'accueil touristique dans les fermes, par les agriculteurs français.

[En savoir plus ici](#)

BIENVENUE À LA FERME EN NORMANDIE

6 rue des Roquemonts, 14053 Caen Cedex 4
02 33 31 48 07
[Site internet](#)



Accueil Paysan
La campagne à bras ouverts,
pour des vacances autrement

ACCUEIL PAYSAN

► Accompagnement, labellisation et commercialisation d'hébergements dans des structures agricoles

Accueil Paysan est une association loi de 1901 constituée

de paysans et d'acteurs ruraux qui pratiquent l'accueil en chambre d'hôtes, en gîte, en camping à la ferme, en auberge, en ferme équestre, l'accueil d'enfants, l'accueil social et la vente de produits de la ferme.

[En savoir plus ici](#)

ACCUEIL PAYSAN SEINE MARITIME

2 route de Sainte Hélène, 76280 Saint-Jouin Bruneval,
02 35 20 24 11
[Site internet](#)

AUTRE RESSOURCE

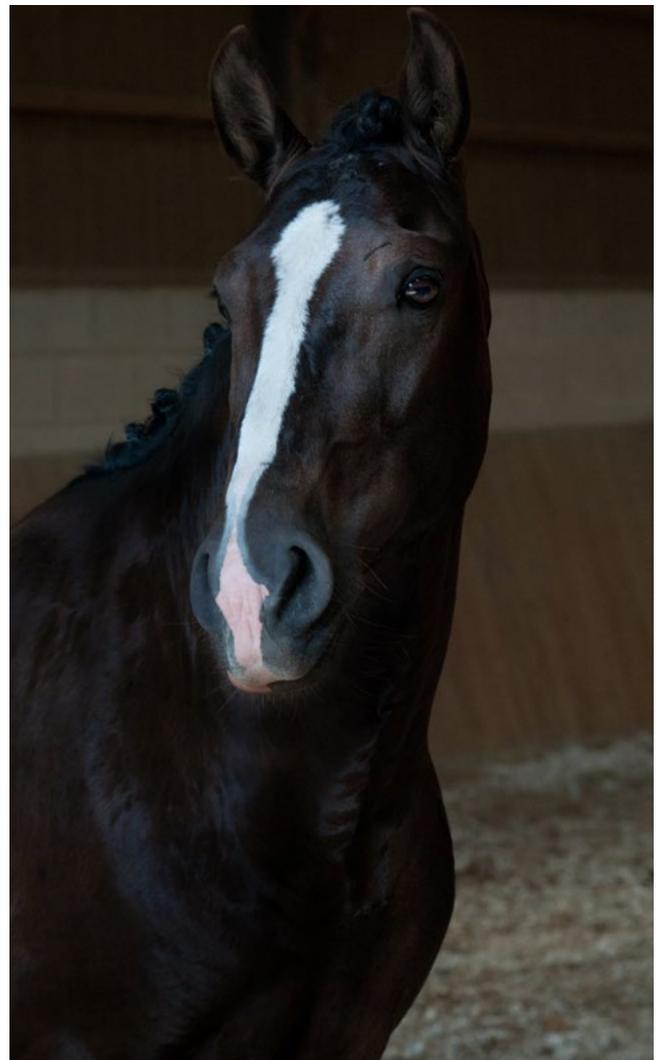
ATOUT FRANCE

► Classement des meublés de tourisme, campings, et hôtels

Atout France, Agence de développement touristique de la France, est un groupement d'intérêt économique, opérateur de l'État français en matière de tourisme. Elle a notamment la charge du classement des hébergements touristiques, notamment l'attribution des étoiles pour les hébergements. Le classement des hébergements collectifs concerne les hôtels, les campings, les parcs résidentiels de loisirs, les résidences de tourisme et les villages de vacances.

[En savoir plus ici](#)

01 77 71 08 13
classement@atout-france.fr
[Site internet](#)



I- RESTAURATION

En fonction de votre offre touristique, vos clients peuvent potentiellement être intéressés par une offre de restauration. Selon les flux que vous pouvez générer plusieurs solutions s'offrent à vous, un partenariat avec un restaurateur, la mise en place d'un distributeur automatique ou bien la création d'offre de restauration. Cela peut aller de la vente de boissons à des prestations de repas en fonction de votre type de clientèle et de vos besoins.

PRÉSENTATION

Snack-bar :

Il s'agit d'un équipement proposant la vente de boissons et de restauration rapide tels des sandwiches ou des crêpes par exemple. Ce dispositif offre des démarches simplifiées mais nécessite tout de même de l'investissement et du personnel.

Ferme-Auberge :

La ferme auberge est un lieu de restauration au sein d'une exploitation agricole. Pour bénéficier de l'appellation ferme auberge, il convient de respecter les termes de la charte de la ferme auberge, arrêtée en 1976 par Agriculture et tourisme, association commune aux organisations professionnelles agricoles.

Restaurant :

Largement connu, le restaurant est un établissement commercial recevant des clients pour leur servir des repas. Il peut être intéressant d'en aménager un selon votre projet global, il nécessite tout de même un investissement financier important ainsi que du personnel dédié, au minimum deux personnes qualifiées.

AMÉNAGEMENT

Selon le type de structure que vous souhaitez ouvrir, différents aménagements seront nécessaires au niveau de la partie d'accueil client mais aussi de la cuisine, qui nécessitera un aménagement professionnel.

FORMATION

Aucun diplôme n'est requis pour ouvrir un restaurant, en revanche, une formation d'hygiène HACCP de 14 jours est obligatoire, ainsi que l'obtention d'un permis d'exploitation accessible avec une formation de 20h. De plus, de nombreuses formations de courte durée existent notamment sur la gestion d'un équipement de restauration. Enfin, selon la licence que vous souhaitez obtenir, des formations complémentaires peuvent vous être demandées. La CCI sera votre interlocuteur dans l'ensemble de ces démarches. De plus, il est important de recruter du personnel qualifié en salle comme en cuisine.

[En savoir plus ici](#)



FORMALITÉS

Parmi les formalités, vous serez notamment demandées : des locaux conformes aux règles d'évacuation ; un système d'alarme mis en place ; du matériel conforme aux normes techniques de sécurité ; une cuisine du snack équipée d'un système d'extraction ; réalisation d'une déclaration écrite auprès de la mairie ; obtention d'un permis d'exploitation ; obtention d'une licence ; immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) ; déclaration au services des impôts ; immatriculation au régime social des indépendants (RSI) ; obligations comptables ; le respect des pratiques d'hygiène. De plus, il est important de se renseigner sur l'assurance et les responsabilités juridiques.

[En savoir plus ici](#)



II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE – CCI

► Accompagnement et formations pour la création d'un restaurant

La CCI Caen Normandie vous accompagne dans toutes les étapes de votre projet : de la création, la reprise ou la cession d'une entreprise.

[En savoir plus ici](#)

CCI CAEN NORMANDIE

1 rue René Cassin - Saint-Contest
14911 Caen Cedex 9, 02 31 54 54 54
[Site internet](#)

Bienvenue à la ferme est une marque commerciale française des Chambres d'agriculture. Il s'agit du principal réseau de producteurs fermiers et d'accueil touristique dans les fermes, par les agriculteurs français.

[En savoir plus ici](#)

BIENVENUE À LA FERME EN NORMANDIE

6 rue des Roquemonts, 14053 Caen Cedex 4
02 33 31 48 07
[Site internet](#)



AREA NORMANDIE - SAVEURS DE NORMANDIE

► Mise en relation avec des fournisseurs locaux

Depuis 2003, Saveurs de Normandie, la marque au léopard gourmand est le porte-drapeau des produits alimentaires normands. En choisissant les produits agréés Saveurs de Normandie, retrouvez toute la richesse alimentaire d'une région tournée vers la qualité, la diversité et l'équilibre, pour vivre des moments gourmands, sains et variés !

[En savoir plus ici](#)



BIENVENUE À LA FERME

► Accompagnement dans la création de ferme auberge et de tables d'hôte dans des structures agricoles

ECOTABLE

► Accompagnement vers une restauration durable

"Bien dans mon assiette, bien sur ma planète !" Écotable est une entreprise dont la mission est d'accompagner les acteurs du secteur de la restauration dans leur transition écologique. Elle propose sur sa plateforme de restauration durable Impact, plusieurs outils pour permettre aux professionnels de la restauration de mesurer et progresser dans leur démarche écologique. Écotable a également un label qui identifie les restaurants écoresponsables dans toute la France.



contact@ecotable.fr
[Site internet](#)
Outils

I - IDENTITÉ

Une fois votre produit ou activité créé, il est important de travailler sur sa communication, quelle que soit la nature de votre offre. Ce travail vous permettra de rendre, aux yeux de vos clients potentiels, votre offre visible et attractive.

Avant tout travail en communication, il est important de définir l'identité de votre structure. C'est un travail qui a déjà été entrepris lors de l'étude de projet. Il s'agit ici d'associer un graphisme qui correspond à l'image que vous souhaitez inspirer.

Lorsqu'un client cherche une prestation, la première chose qu'il voit c'est une image. Ce sont les qualités esthétiques et rédactionnelles de vos supports qui vont déterminer si le client va ou non prendre le temps de se renseigner sur votre offre. Nous vous conseillons donc de soigner la présentation de votre structure. Pour cela vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive d'outils vous permettant de créer votre identité.

Charte graphique :

La charte graphique est l'identité graphique de votre marque, que vous soyez une entreprise, une association, ou autre ; il est important que sur l'ensemble de vos outils de communication papiers et numériques vous utilisiez toujours les mêmes marqueurs visuels, à savoir : couleurs, typographies, logo, niveau de langage, etc. Ainsi il sera facile pour vos clients de vous identifier et cela dégagera une cohérence et une image de fiabilité et de sérieux. De plus, il est important de réfléchir à qui vous vous adressez afin de faire des choix en fonction de vos produits et de votre clientèle cible.

Par exemple, les couleurs ne seront pas les mêmes pour s'adresser à des enfants, des adultes ou une clientèle luxe, ou encore pour une activité manuelle ou aquatique.

Des logiciels et sites internet payants ou gratuits existent

et peuvent vous aider à créer vos supports tel que Canva, Gimp, Indesign, ou Photoshop par exemple.

Logo :

Il est impératif de créer un logo quel que soit votre produit ou activité, ce sera votre signature aux yeux du client. Il vous permettra d'être identifiable et reconnaissable facilement. Celui-ci doit représenter les valeurs de l'entreprise dans le sens où il doit avoir des couleurs, formes, et écrits en adéquation avec vos offres et avec les clientèles que vous ciblez. Il est intégré à la charte graphique.

Photographie :

La photographie est le médium le plus courant et le plus efficace pour valoriser et illustrer un produit. Nous vous invitons à prendre des photos (vous ou un professionnel) de votre produit lorsqu'il est dans les meilleures conditions (attention à la météo, à la propreté du lieu, aux tenues vestimentaires des modèles, etc.) et de mettre en scène votre produit afin que les photographies finales renseignent le client sur : la nature de l'offre ; le cadre où se déroule la prestation ; l'identité de la personne encadrante s'il s'agit d'une activité, etc.

Il est impératif que les photographies aient une bonne résolution, soient nettes, bien cadrées, avec un niveau de luminosité maîtrisé et d'afficher les crédits photos, et dans le respect du droit à l'image.

Vidéo :

Les vidéos rencontrent un succès grandissant, si vous avez les moyens techniques et/ou financiers de le faire nous vous encourageons à en réaliser sur des formats courts (30 secondes à 2 minutes) pour présenter vos produits voire votre entreprise et les membres de l'équipe.

II - PLAN DE COMMUNICATION



Afin de communiquer sur votre structure et mettre en avant votre image, il est important de créer un plan de communication afin d'optimiser l'efficacité des actions mises en place.

SWOT

Afin de créer votre plan de communication vous pouvez reprendre la synthèse SWOT faite lors de votre étude de marché. Si besoin vous pourrez le mettre à jour. Vous trouverez ci-dessous un exemple d'outil à compléter.

SWOT

FORCES

Interne à la structure tels que l'équipe et l'image de marque

FAIBLESSES

Interne à la structure tels que les ressources financières ou techniques

OPPORTUNITÉS

Externe à la structure tels que la création de partenariats, un changement de législation

MENACES

Externe à la structure tels que la concurrence, l'évolution de la demande ou technologique

DÉFINIR L'OBJECTIF

Une fois l'analyse de votre structure faite, vous devez vous poser des questions quant à l'objectif de votre campagne de communication. Est-ce faire venir du monde ? Se faire connaître ? Vendre davantage d'un produit ? Améliorer son image ?

DÉFINIR LA CIBLE

Une fois votre objectif identifié, il est nécessaire de s'interroger sur les publics cibles en termes d'âge (enfants, seniors, adolescents, etc), de catégorie sociale (luxe, accessible, etc.) ou encore de zone géographique (local, national, international, etc.). Les cibles peuvent différer selon votre structure mais peut-être aussi selon vos prestations, c'est à vous d'en sélectionner une en fonction de l'objectif choisi.

DÉFINIR LE MESSAGE

Une fois votre objectif et votre cible définis vous devez réfléchir au message que vous souhaitez transmettre. Celui-ci sera adapté en termes de contenu à ces deux éléments par exemple en variant le ton employé : solennel, humoristique, ou encore l'angle adopté par exemple : informatif ou porté sur l'émotion, etc. Vous trouverez ci-dessous des exemples de méthodes vous permettant d'adapter votre rédaction à votre cible. En effet, pour intéresser le touriste, il est important de soigner la description de vos prestations. Elles doivent être succinctes mais impactantes.

Le storytelling :

Il s'agit d'une méthode très répandue en communication notamment pour les produits touristiques. Elle consiste à raconter sous la forme narrative l'expérience que va vivre le consommateur en faisant appel à vos services. En écrivant votre description de produit, mettez-vous dans la peau de votre client et racontez lui étape par étape l'aventure proposée. L'objectif est de, sans exagérer sur la prestation, faire rêver le client et lui permettre d'imaginer ce qu'il va vivre s'il vient chez vous. Cela peut être particulièrement bénéfique pour attirer de nouvelles clientèles telles que des novices qui auraient besoin d'être rassurés et de comprendre en quoi consiste exactement l'activité. Nous vous conseillons d'utiliser un vocabulaire adapté à votre cible et de varier les adjectifs et la ponctuation pour attirer le client !

**Soncase :**

Pour aller plus loin, vous pouvez combiner la méthode SONCASE au storytelling pour enrichir la description de votre produit. C'est une méthode qui répartit la clientèle par profils et identifie pour chaque : les freins à l'achat, les attentes, et les arguments pour convaincre le client de passer à l'achat. Par conséquent, selon la clientèle que vous ciblez vous pouvez rajouter dans votre storytelling des adjectifs correspondant à votre profil d'acheteur afin de le rassurer et l'inciter à acheter.

S pour sécurité :

Caractéristiques clients : hésitants, peureux, qui a ses habitudes d'achats

Attentes : être rassuré

Champ lexical à utiliser : sécurité, sérieux, fiabilité, garantie, etc.

O pour orgueil :

Caractéristiques clients : avertis ou paraissent l'être, difficiles à mener, égocentriques

Attentes : besoin d'être valorisé

Champ lexical à utiliser : savoir-faire, excellence, exclusif, etc.

N pour nouveauté :

Caractéristiques clients : peu fidèles aux marques, ils sont attirés par la nouveauté

Attentes : ils recherchent un produit original et novateur

Champ lexical à utiliser : innovation ; nouveau ; avant-première ; exclusivité

C pour confort :

Caractéristiques clients : simple, qui recherchent le bien-être, ce qui est facile et pratique

Attentes : recherche du tout compris, ne veut pas s'embêter avec la logistique

Champ lexical à utiliser : facile, tout-compris, prise en charge, rapide, etc.

A pour argent :

Caractéristiques clients : regardant sur le prix, aime comparer, trouver La bonne affaire

Attentes : faire des économies

Champ lexical à utiliser : exceptionnel, réduction, rapport qualité prix

S pour sympathie :

Caractéristiques clients : bavard, chaleureux et généreux

Attentes : viennent pour le produit autant que pour l'expérience de vente

Champ lexical à utiliser : agréable, plaisir, convivial, etc.

E pour écologie/environnement :

Caractéristiques clients : sont engagés dans leurs consommations de produits

Attentes : garantie sur l'éthique

Champ lexical à utiliser : valeurs, bien-être animal, écologie, etc.

LES MOYENS

Après avoir définis ces points, il est important de définir les moyens qui vont être alloués, financiers, partenariaux, etc. ainsi que les supports : média, print, événementiel, etc. ceux-ci dépendront une fois de plus de vos objectifs.

LES OUTILS

Afin de mettre en place votre stratégie de communication vous disposez de nombreux outils qui découleront de votre précédente analyse. Vous en trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive.

Papier :

Malgré l'essor du numérique, la documentation papier reste un outil de diffusion incontournable bien qu'il doive être utilisé raisonnablement pour le respect des enjeux de développement durable. Selon la nature de votre activité vous pouvez éditer toutes formes de supports : flyers, affiches, guides, autocollants, goodies, etc. Votre stratégie de diffusion de ces documents dépendra une fois de plus de votre cible, en termes de localisations, d'âges et de catégories sociaux-professionnelles.

Presse :

Lors de la création de votre structure ou pour des occasions spécifiques, n'hésitez pas à solliciter la presse locale pour gagner en visibilité. En revanche, n'oubliez pas que la liberté journalistique permet au journal de publier un article élogieux comme critique.

En ligne :

Avec le passage au numérique, accéléré par les événements récents, la présence en ligne devient indispensable pour les entreprises. En effet, l'année 2020 a bouleversé les habitudes de consommation, les recherches et les achats en ligne ont largement augmenté et il ne faut pas passer à côté.

RETRO PLANNING

Une fois les actions identifiées il est important de les répartir dans le temps afin de communiquer au bon moment. De plus, il n'est pas toujours pertinent de mener toutes les actions en même temps, il faut ainsi prévoir un calendrier sur l'année.



III - DIFFUSION DE L'OFFRE

Une fois que vous avez créé une offre attractive il faut maintenant la rendre visible au plus grand nombre de clients potentiels possibles, vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive de support que vous pouvez exploiter :

Site internet :

Selon la taille et la nature de votre entreprise, un site internet est recommandé, pour cela il existe des prestataires qui vous proposent de créer vous-même votre site grâce à leurs outils et d'autres une prise en charge complète de la création à la gestion. Votre choix dépendra de vos compétences et de votre budget. Compte tenu de l'investissement financier que demande un site, nous vous alertons sur la question du référencement ; il s'agit de votre classement dans les résultats du moteur de recherche. Un site internet peut être une très belle vitrine, en revanche il faut anticiper le coût d'un référencement payant et le temps que demande en référencement gratuit, dit naturel, à l'aide de vos mots-clés, car sans ça votre site internet n'accueillera pas de visiteurs.

Réseaux sociaux :

Les réseaux sociaux sont des outils largement utilisés par toutes les catégories de la population ; ils représentent des opportunités de vous faire connaître votre entreprise, attirer de nouveaux clients et de fédérer des communautés autour de vos produits. De plus, vous avez la possibilité sur ces sites de diffuser (payant) des publicités ciblées sur des critères d'âge, de localisation et d'intérêt. Les réseaux sociaux sont nombreux, nous vous conseillons d'en utiliser deux maximums, choisis en fonction de vos clientèles cible, et de les animer régulièrement avec des posts de qualité. Vous trouverez ci-dessous quelques informations sur les réseaux les plus connus. Les plus recommandés pour mettre en valeur une prestation touristique sont Facebook et Instagram.

Facebook :

Objectifs : construire une communauté, la fidéliser et relayer du contenu

Chiffres clés : 1,3 milliard d'utilisateurs par mois ; 35 millions

d'utilisateurs actifs par mois en France ; 82% sur téléphone
Conseils : utilisez l'ensemble des fonctionnalités tels que les groupes ou les événements

Instagram :

Objectifs : Mettre en valeur une activité ; Faire connaître ; Se rapprocher d'une communauté

Chiffres clés : 17 millions d'utilisateurs actifs par mois en France ; 500 millions de stories par jours ; 71% des utilisateurs ont moins de 35 ans ; 52% d'hommes et 48% de femmes

Conseils : être authentique et spontanée dans les stories ; avoir une identité visuelle forte ; communiquer via des influenceurs ; miser sur la qualité des #

Youtube :

Objectif : Fonder et fédérer une communauté ; Gagner une notoriété ; Valoriser le référencement ; Se rapprocher du

consommateur

Chiffres clés : 46 millions d'utilisateurs actifs par mois en France ; 80 000 vidéos visionnées chaque seconde ; 46 minutes à chaque visite en moyenne

Conseils : publier des vidéos régulièrement ; utiliser du matériel de qualité ; travailler sur le titre et la description avec des mots-clés

LinkedIn :

Objectifs : construire une communauté, la fidéliser ; Relayer du contenu et vos produits ; Mettre en avant des informations générales et la vie de l'entreprise

Chiffres clés : 3,7 millions d'utilisateurs actifs par mois en France ; 610 millions de membres ; 79% des utilisateurs ont plus de 37 ans ; temps moyen par mois 17 minutes

Conseils : identifier ses partenaires ; utiliser des photos et vidéos ; inciter à commenter et partager ; préférer la qualité à la quantité ; utiliser les hashtags

IV - FORMATION ET SENSIBILISATION

De nombreuses formations et webinaires gratuits comme payants existent si vous voulez développer vos connaissances et compétences de communicant. Vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive de sites et institutions proposant des formations courtes, ateliers et conférences sur cette thématique.

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME – NORMANDIE TOURISME

Vous trouverez sur le site de Normandie Tourisme des webinaires animés par des professionnels.

[En savoir plus ici](#)

ATOUT FRANCE

Agence de développement touristique de la France propose des outils pour permettre aux acteurs touristiques du territoire Français de se professionnaliser, parmi eux, des formations pour la plupart gratuites.

Outils : [Ici](#)

Agenda des formations : [Ici](#)

INSTITUT FRANÇAIS DU CHEVAL ET DE L'ÉQUITATION - IFCE

Avec Equipedia, l'IFCE propose de nombreuses ressources sur la filière et propose occasionnellement des conférences et des publications sur le marketing.

[En savoir plus ici](#)

CHAMBRE D'AGRICULTURE DE NORMANDIE

Cette institution propose de nombreuses formations dont certaines sur la communication.

[En savoir plus ici](#)

MON COMPTE FORMATION

Site du gouvernement recensant les formations auxquelles vous pouvez avoir droit grâce à vos cotisations.

[En savoir plus ici](#)

GOOGLE ATELIERS NUMÉRIQUES

Avec cet outil Google propose sous forme d'ateliers vidéo très courts une formation gratuite et certifiante de 40h sur le marketing numérique. Si vous n'en avez pas le temps, vous pouvez également engager des professionnels.

[En savoir plus ici](#)

NOTABENE

Ce site présente les professionnels de la communication en Normandie auxquels vous pouvez faire appel.

[En savoir plus ici](#)



I - COMMERCIALISATION

PRÉSENTATION

Une fois votre offre créée et rendue attractive, il faut s'assurer que le parcours client pour réserver, payer et accéder à la prestation soit rapide et efficace.

RENSEIGNEMENT

Malgré vos descriptifs, il est possible qu'un client potentiel ait des questions avant de confirmer son intérêt pour votre offre. Il est important qu'il puisse vous joindre par mail, par téléphones (horaires à définir), ou autre et qu'il obtienne systématiquement une réponse dans un délai raisonnable.

MODES DE RÉSERVATION

Tout d'abord le mode de réservation. Il est important pour le client de pouvoir planifier ses activités et choisir une date et un horaire tout en étant sûr d'avoir une place.

Aujourd'hui les réservations se font de plus en plus en ligne. Les avantages de proposer une réservation sur un site internet ou une plateforme sont : l'externalisation et l'automatisation du processus de prise de réservation ; vos disponibilités mises automatiquement à jour et visibles par le touriste ; un paiement immédiat ; une confirmation écrite automatique reçue par le client au moment de la réservation. Ce système permet de réduire le temps passé à répondre aux sollicitations par mail et par téléphone pour échanger par exemple sur les dates et horaires. Les plateformes de réservation peuvent être gérées par des organismes publics ou privés.

Pour les publics, vous pouvez référencer vos offres touristiques sur Tourinsoft afin d'apparaître dans les bases de données régionales et départementales du tourisme. Ces plateformes ont pour la plupart un coût (abonnement et/ou commission), en revanche leur importance et légitimité sur le marché vous permettent : d'arriver dans les premiers résultats des moteurs de recherche, de commercialiser en ligne facilement, d'acquies aisément la confiance du consommateur et de partager les retours client. Ces plateformes vous permettent d'accéder à des portefeuilles clients. Il en existe de toutes sortes, à vous de sélectionner celles qui correspondent à vos produits et aux clientèles que vous souhaitez attirer.

Les réservations par téléphone sont toujours sollicitées par des types de clientèles peu à l'aise avec le numérique ou par des personnes ayant besoin d'informations complémentaires. C'est un moyen efficace et nécessaire cependant, dans le cadre d'une activité professionnelle en extérieur, vous manquerez nécessairement des appels ou demanderez à des clients de vous appeler ultérieurement pour consulter votre agenda, ce qui peut potentiellement vous faire perdre des clients agacés de devoir insister pour réserver une activité.

Pour les réservations par mail, il est important de permettre aux clients de vous contacter par ce biais, afin de vous poser des questions. En revanche, cette méthode a les mêmes inconvénients que pour le téléphone, un

client pressé voudra une réponse immédiate et peut potentiellement changer d'avis si cela ne va pas assez vite pour lui ou s'il ne peut pas réserver à la dernière minute.

Nous vous conseillons vivement de cumuler les modes de réservation en investissant sur la réservation en ligne. Afin de ne pas avoir à investir dans un site internet vous pouvez vous reposer sur des plateformes de commercialisation publiques telles qu'Orne Tourisme, Seine-Maritime Tourisme, Eure Tourisme, Manche Tourisme et Calvados Tourisme ou encore des plateformes privées. Ces sites privés prendront une commission sur les ventes qui correspond à une prestation de promotion et de commercialisation de votre prestation. De plus, ces plateformes vous demanderont certes un suivi au même titre qu'une boîte mail, en revanche vous serez moins sollicité pour des questions de disponibilité et vous devriez constater une légère hausse de vente grâce au flux de la plateforme et à la facilité et la rapidité de réservation pour le client.



MODES DE PAIEMENT

Trois modes de paiement existent : espèces, chèques et carte bancaire.

Pour l'espèce il s'agit d'un mode de paiement obligatoire, vous devez être en mesure de prendre les paiements en liquide jusqu'à 1000 euros maximum. Les possibilités de paiement par chèque et par carte bancaire ne sont pas obligatoires à condition d'afficher cette information. Les paiements par carte bancaire étant de plus en plus pratiqués nous vous conseillons vivement de vous munir d'un terminal de paiement, il en existe aujourd'hui des petits à coût réduit. Cela vous permettra d'améliorer la satisfaction de vos clients.

[En savoir plus ici](#) et [ici](#)

AVIS CLIENTS

Il est très important d'être référencé sur des sites devenus aujourd'hui incontournables tels que Google My Business ou encore TripAdvisor par exemple. Cela permettra à vos clients de vous mettre des avis. Bien que cela puisse inquiéter cela peut se révéler très positif pour attirer de nouveaux clients, qui seront rassurés sur l'existence et la qualité de votre entreprise. Au lancement de votre activité, n'hésitez pas à proposer vos produits à des connaissances pour qu'ils les testent et vous mettent des avis bienveillants dès l'ouverture. Les avis reçus par la suite vous permettront d'améliorer votre offre en vous inspirant des tendances générales des clients. Afin de perfectionner l'image de votre structure il est important de répondre aux commentaires qu'ils soient bons ou mauvais.

I - AUTODIAGNOSTIC DE MISE EN TOURISME

La mise en tourisme d'une prestation permet d'attirer de nouvelles clientèles, cependant, celles-ci ont des attentes spécifiques. Vous trouverez ci-dessous une liste de critères à compléter pour évaluer le degré de mise en tourisme de votre structure.

ADAPTATION DE L'OFFRE

- ▶ proposer des prestations individuelles ou de groupe
- ▶ s'adapter au niveau de connaissance des touristes, du novice au professionnel
- ▶ avoir des jours fixes et une flexibilité sur les horaires (saison, week-end, etc.)
- ▶ renseigner le touriste sur la destination au-delà de son offre (prestations complémentaires à proximité)

COMMUNICATION

Communiquer sur l'ensemble des supports papiers et numériques :

- ▶ une charte graphique esthétique et identifiable
- ▶ des contenus soignés, vulgarisés et mis à jour
- ▶ des contenus en FR voir en EN si vous pouvez assurer les prestations dans
- ▶ les deux langues
- ▶ les informations pratiques : dates, tarifs, horaires, adresse, coordonnées de
- ▶ contact, contenu de la prestation

Diffuser :

- ▶ sur les réseaux sociaux et le site internet
- ▶ via les sites des communicants locaux et spécialisés (office de tourisme, partenaires, spécialistes de la filière équine)
- ▶ des communiqués de presse auprès de la presse locale et spécialisée

Avoir une bonne visibilité en ligne :

- ▶ être bien référencé sur les moteurs de recherche
- ▶ avoir un outil de recueil de satisfaction et répondre aux commentaires

Se faire connaître des organismes suivants :

- ▶ Normandie Tourisme
- ▶ votre comité Départemental de Tourisme
- ▶ votre Office de Tourisme
- ▶ votre commune
- ▶ Conseil des Chevaux de Normandie
- ▶ Les agences d'attractivité

Initier des partenariats d'échange de visibilité avec

- ▶ Conseil des Chevaux de Normandie
- ▶ Prestataires touristiques du territoire
- ▶ Prestataires de bouche du territoire

ACCUEIL VISITEUR ET SERVICE ESSENTIELS

Avoir un site, dans son ensemble :

- ▶ propre et stabilisé
- ▶ accessible aux PMR et aux familles avec poussette
- ▶ éclairé, dans le cas où vos prestations se poursuivent en soirée

Garantir l'accès :

- ▶ grâce à des données GPS fiables
- ▶ grâce à une signalétique externe permettant de trouver

et d'identifier le site

- ▶ grâce à une signalétique interne indiquant les accès aux différents services

Avoir des stationnements :

- ▶ en nombre suffisant et à proximité du site
- ▶ praticables en temps de pluie
- ▶ ouverts à différents types de transports type vélo par exemple

Avoir un accueil :

- ▶ assuré par du personnel courtois et chaleureux
- ▶ qui permet aux visiteurs de prendre connaissance d'informations pratiques
- ▶ qui propose plusieurs moyens de paiement

Avoir un personnel :

- ▶ identifiable par sa tenue vestimentaire
- ▶ en capacité de renseigner les visiteurs

Mettre en place les mesures sanitaires :

- ▶ respecter les normes sanitaires : veille à l'application des gestes barrières, du port du masque, et des distanciation en appliquant un sens de circulation, mise à disposition de gel hydroalcoolique



SERVICES COMPLÉMENTAIRES

- ▶ valoriser l'offre touristique locale
- ▶ créer des partenariats avec les acteurs touristiques de proximité
- ▶ mettre à disposition un accès wifi selon les cas de figure

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET BIEN-ÊTRE ANIMAL

- ▶ en étant labellisé EquuRES ou un autre label de qualité
- ▶ en mettant en place des poubelles de tri et des dispositifs favorisant la réduction des déchets
- ▶ en mettant en avant dans la communication les dispositifs résilients mis en place
- ▶ en mettant en place une charte de bien-être animal à destination des visiteurs en mettant en valeur vos initiatives écologiques auprès du grand public, s'il y en a

II - CRÉATION D'UNE SOCIÉTÉ

CHOIX DU STATUT JURIDIQUE

L'entrepreneur doit choisir un statut juridique pour son projet. Deux grandes catégories se distinguent : l'entreprise individuelle ou la société. Ce choix sera déterminant pour les formalités de déclaration, pour son statut juridique personnel, ainsi qu'en matière fiscale, administrative ou sociale. Créer une société consiste à donner naissance à une nouvelle personne (appelée personne morale) juridiquement distincte du créateur ou des associés fondateurs.

[En savoir plus ici](#)

Micro-entrepreneur :

Présentation : Vous pouvez choisir le statut d'auto-entrepreneur si vous êtes travailleur indépendant. Vos démarches sont simplifiées et vous devez respecter un seuil de chiffre d'affaires. Ce statut vous permet de cumuler des activités de nature différente (commerciale, artisanale et/ou libérale) et de travailler en parallèle d'une activité principale.

Pour qui : salarié, demandeur d'emploi, agriculteur, fonctionnaire, retraité, étudiant.

[En savoir plus ici](#)



Entreprise individuelle :

Présentation : Une entreprise individuelle est une forme simplifiée d'entreprise. L'entrepreneur individuel peut créer son entreprise rapidement, sans devoir constituer un capital minimum.

Pour qui : Toute personne majeure. Il n'est pas possible d'avoir un associé avec ce statut.

En savoir plus : Ce statut implique une responsabilité totale et infinie des dettes professionnelles sur l'ensemble du patrimoine personnel, à l'exception de la résidence principale.

Entreprise individuelle à responsabilité limitée :

Présentation : L'entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL) est un statut qui permet à l'entrepreneur de limiter sa responsabilité financière grâce à un patrimoine spécialement dédié à l'activité professionnelle.

Pour qui : Toute personne majeure. Il n'est pas possible d'avoir un associé avec ce statut.

En savoir plus : En cas de difficultés ou de faillite, contrairement à l'entreprise individuelle classique, le patrimoine personnel de l'entrepreneur n'est pas engagé. Les créanciers professionnels ne peuvent se rembourser que sur

le patrimoine déclaré affecté à l'EIRL.

Entreprise agricole à responsabilité limitée (EARL) :

Type : Société civile

Pour qui : De 1 à 10 associés maximum. Deux époux seuls possibles. Associé non exploitant possible.

En savoir plus : Capital minimum de 7 500 €. Les exploitants associés doivent détenir ensemble plus de 50 % du capital social. Apports en nature, numéraire et industrie.

Groupement agricole d'exploitation en commun (GAEC) :

Type : Société civile, le GAEC peut être partiel ou total.

Pour qui : Minimum 2 associés, maximum 10. Possible entre époux. Uniquement associés exploitants.

En savoir plus : Capital social minimum de 1500 euros. Apports en nature, numéraire et industrie.

Société civile d'exploitation agricole (SCEA) :

Type : Société civile

Pour qui : Minimum 2 associés, pas de maximum. Deux époux seuls possibles. Associé non exploitant possible. Associée personne morale possible.

En savoir plus : Pas de capital minimum. Apports en nature, numéraire et industrie.

Société anonyme (SA) :

Présentation : Société de capitaux, 2 associés au minimum, dont la participation des actionnaires est fondée sur les capitaux qu'ils ont investis dans l'entreprise. Elle peut être dirigée par un conseil d'administration avec un président-directeur général (PDG) ou par un conseil de surveillance avec un directeur.

Pour qui : Artisan, commerçant, industriel

Société par actions simplifiée (SAS) :

Présentation : Société dans laquelle chacun des associés (au minimum 2, sans maximum) est responsable des dettes de la société qu'à hauteur de ses apports personnels. Sans capital minimum.

Pour qui : Artisan, commerçant, industriel, profession libérale (mais pas les professions juridiques, judiciaires ou de santé)

Société à responsabilité limitée (SARL) :

Présentation : Société dans laquelle chacun des associés (entre 2 et 100) n'est en principe responsable des dettes de la société qu'à hauteur de ses apports personnels. Aucun capital minimum.

Pour qui : Artisan, commerçant, industriel, profession libérale (mais pas les professions juridiques, judiciaires ou de santé, à l'exception des pharmaciens)

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) :

Présentation : Société composée d'un associé unique. Il n'est responsable des dettes de la société qu'à hauteur de ses apports personnels. Aucun capital minimum.

Pour qui : Artisan, commerçant, industriel, profession libérale (mais pas les professions juridiques, judiciaires ou de santé, à l'exception des pharmaciens)

Société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU) :

Présentation : Société à un seul associé reprenant les caractères d'une SAS. Sans capital minimum.

Pour qui : Artisan, commerçant, industriel, profession libérale

ENREGISTREMENT AUPRÈS DES IMPÔTS

Vous devez enregistrer les statuts de votre société auprès du service des impôts des entreprises (SIE).

DÉNOMINATION SOCIALE

Vous devez donner un nom à votre société. Ce nom est aussi appelé une dénomination sociale ou encore une raison sociale. Il identifie la société en tant que personne morale. Il fait souvent référence à l'activité exercée. La propriété sur le nom de votre société s'acquiert au moment où vous faites son immatriculation. Pour protéger le nom de votre société, vous pouvez l'acheter auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

[En savoir plus ici](#)

IMMATRICULATION

Une fois le statut juridique de la société et son nom choisis, vous devez déclarer l'existence de votre société. Cette déclaration d'existence est aussi appelée immatriculation. L'immatriculation d'une société est l'étape de la création qui donne une naissance administrative à celle-ci. Le formulaire d'immatriculation est différent selon le type de société que vous souhaitez créer. Vous devez déposer votre demande d'immatriculation auprès de votre centre de formalités des entreprises (CFE).

Société civile : [ici](#)

SA, SAS, SNC, SELAFA, SELAS : [ici](#)

SARL, EURL, SELARL : [ici](#)

Société agricole : [ici](#)

[En savoir plus ici](#)

JOURNAL D'ANNONCES LÉGALES

Après l'immatriculation, un avis de constitution de la société doit être publié dans un journal d'annonces légales (JAL), pour un coût de publication qui dépend de la taille de l'annonce et des tarifs pratiqués par le JAL.

[En savoir plus ici](#)

DÉPÔT DU CAPITAL SOCIAL

Le capital social correspond à la valeur d'origine des biens ou valeurs (sommes d'argent, parts sociales ou actions d'autres sociétés, immeubles, fonds de commerce, marques, brevets par exemple) mis à la disposition d'une société en formation par ses associés ou actionnaires fondateurs.

[En savoir plus ici](#)

DÉCLARATION DU SIÈGE SOCIAL

Le siège social d'une entreprise correspond à l'adresse de sa direction effective (il peut cependant être différent du lieu d'exploitation ou de production). Il est fixé dans les statuts au moment de sa création et peut être déplacé au cours de la vie de la société.

OBLIGATIONS COMPTABLES

Toute entreprise immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS), soumise à un régime réel d'imposition, doit tenir une comptabilité normale ou simplifiée, en respectant les règles du plan comptable, sous peine d'une taxation d'office du fisc sur un bénéfice évalué par lui.



FISCALITÉ

Imposition des sociétés :

L'impôt sur les sociétés (IS) est prélevé sur les bénéfices réalisés au cours d'un exercice annuel par les entreprises de capitaux exploitées en France. Son taux (normal ou réduit) varie selon le montant du chiffre d'affaires.

Contribution économique territoriale (CET) :

La cotisation foncière des entreprises (CFE) est l'une des 2 composantes de la contribution économique territoriale (CET) avec la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE). La CFE est basée uniquement sur les biens soumis à la taxe foncière. Cette taxe est due dans chaque commune où l'entreprise dispose de locaux et de terrains.

Taxe sur la valeur ajoutée (TVA) :

L'entreprise qui réalise de manière habituelle des opérations économiques payantes en Union européenne est assujettie à la TVA. Cette taxe est directement facturée aux clients sur les biens qu'ils consomment ou les services qu'ils utilisent. C'est aux professionnels de la collecter sur ces opérations imposables et de la déclarer. Pour calculer le coût de votre produit TTC (comprenant la TVA) c'est très simple il faut faire : $H. T. \times (1 + \text{le taux})$.

L'entreprise fait des déclarations de T. V. A., pour les petites entreprises déclarations annuelles, dans d'autres cas elle est semestrielle ou mensuelle. L'entreprise déclare la T. V. A. qu'elle a collecté sur les ventes qu'elle a réalisé (dettes) mais aussi la T. V. A. déductible sur ses achats (créance). Par conséquent, elle verse à l'État uniquement la différence ou est remboursée de la différence selon les cas.

Les taux sont : 20% produits manufacturés/transformés ; 5,5% pour l'alimentaire, les matières premières brutes ; 10% pour l'hôtellerie-restauration, droits d'auteurs, les plantes, les animaux, les transports, et la billetterie ; 2,1% pour les produits de très grandes nécessités, ou à des activités en péril tels que la presse généraliste et les billetteries.

III - ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTION ET FINANCEMENT

AD NORMANDIE

- Financement d'investissements

Investissement Productif

Ce dispositif a pour but de favoriser et de soutenir les programmes d'investissements corporels et incorporels des entreprises normandes se rapportant à la création d'un établissement, à son développement, à sa diversification et à la reprise d'entreprise.

TPE, PME, ETI et GE, notamment celles relevant des secteurs de l'industrie, des services à l'industrie (informatique, numérique, logistique hors transport), des activités manufacturières, de l'agro-alimentaire hors première transformation, du commerce de gros et du secteur touristique.

[En savoir plus ici](#)

AD NORMANDIE

02 31 53 34 59, 06 84 15 09 28

elisa.tofoni@adnormandie.fr

[Site internet](#)

CRÉDIT AGRICOLE NORMANDIE

- Financement d'entreprise

Le Crédit Agricole Normandie vous accompagne en banque et assurance sur vos projets de création et de développement de votre exploitation.

[En savoir plus ici](#)

CRÉDIT AGRICOLE NORMANDIE

02 33 81 58 29

ACCOMPAGNEMENT

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

- Accompagnement gratuit de votre projet de l'idée à la réalisation et formations sur la création d'entreprise

La CCI Caen Normandie vous accompagne dans toutes les étapes de votre projet : de la création, la reprise ou la cession d'une entreprise.

[En savoir plus ici](#)

CCI Business Builder :

Business Builder permet de générer un Business Plan facilement et gratuitement en ligne. De nombreuses aides et informations sont en accès libre sur ce site. De plus, un conseiller peut vous accompagner dans la création de votre entreprise.

[En savoir plus ici](#)

Ici je monte ma boîte :

La Région Normandie a choisi le réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie de Normandie et des chambres de Métiers et de l'Artisanat et la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire pour déployer son dispositif d'accompagnement des créateurs et repreneurs d'entreprise « Ici je monte ma boîte ». Ce dispositif propose à chaque

porteur de projet un accompagnement personnalisé et de proximité, une prise en charge financière de l'accompagnement individuel et un accès à des solutions financières pour soutenir son projet.

[En savoir plus ici](#)

CCI CAEN NORMANDIE

1 rue René Cassin - Saint-Contest
14911 Caen Cedex 9, 02 31 54 54 54

CHAMBRE D'AGRICULTURE DE NORMANDIE

- Accompagnement administratif pour les entreprises agricoles

Audit multicritères de votre politique commerciale pour déterminer vos points forts et vos axes d'amélioration (gamme de produits, prix, circuits de vente...) : bénéficier d'un regard extérieur, professionnel et critique ; mieux connaître la clientèle pour adapter mes pratiques commerciales ; avoir les clés pour développer mes ventes : connaissance du marché, distribution, communications.

Document remis : compte-rendu d'audit : plan d'action et préconisations

[En savoir plus ici](#)



POINT ACCUEIL INSTALLATION

- Accompagnement pour la création de projets agricoles

La préparation à l'installation démarre au Point Accueil Installation. Dans chaque département, c'est la "porte d'entrée" unique pour tous les porteurs de projet souhaitant s'installer en agriculture. Un chargé de mission PAI vous accueille et coordonne l'accompagnement de toutes celles et tous ceux qui souhaitent s'installer en agriculture.

[En savoir plus ici](#)

POINT ACCUEIL INSTALLATION

[Site internet](#)

SAFER

- Accompagnement pour la l'acquisition de foncier agricole

La Safer de Normandie vous accompagne dans la recherche et l'acquisition de foncier bâti et non bâti avec une approche spécialisée dans la transmission des exploitations agricoles équinées.

[En savoir plus ici](#)

SAFER DE NORMANDIE

2 rue des Roquemonts, 14052 Caen Cedex 4

tir@saferdenormandie.fr

[Site internet](#)

FORMATION**PÔLE EMPLOI**

- Financement de formations et mises à disposition d'information sur la création d'entreprise

Pôle emploi est un établissement public à caractère administratif, chargé de l'emploi en France. Selon les cas il peut financer vos formations et vous accompagner dans votre création d'entreprise.

[En savoir plus ici](#)

PÔLE EMPLOI

[Site internet](#)

VIVÉA

- Informations
- Financement formation agricole

Vivea est un fonds d'assurance formation qui a été créé en 2001 entre les syndicats agricoles et des organisations agricoles.

[En savoir plus ici](#)

VIVEA

[Site internet](#)

**OCAPIAT**

- Informations
- Accompagnement en ressources humaine

OCAPIAT soutient les branches professionnelles et leurs entreprises dans leurs démarches formation-ressources humaines. OCAPIAT anticipe les évolutions des métiers et les besoins spécifiques à chaque métier. Ainsi, et par exemple, la loi « Pour la liberté de choisir son avenir professionnel » confie aux OPCO le développement de l'apprentissage aux côtés des branches.

[En savoir plus ici](#)

OCAPIAT

[Site internet](#)

TRAME

- Accompagnement pour la transition écologique des structures agricoles

Trame accompagne les collectifs agricoles pour accélérer les transitions agro-écologiques, faciliter les changements de pratiques, afin d'assurer la pérennité des exploitations agricoles et de répondre aux enjeux de société (alimentation, santé, environnement, changement climatique, énergie...). Trame est à la fois une tête de réseau et un centre de ressources au service du développement agricole et des territoires.

[En savoir plus ici](#)

TRAME

6 rue de la Rochefoucauld, 75009 PARIS

01 44 95 08 00

[Site internet](#)

VÉRIFICATION DES BONNES PRATIQUES**CENTRES DE FORMALITÉS DES ENTREPRISES – CFE**

- Démarches administratives

Le site guichet-entreprises.fr est un service en ligne permettant de réaliser les démarches administratives liées à : la création d'entreprise ; aux modifications de la situation ; à la cessation d'activité d'une entreprise. Son utilisation est gratuite, toutefois, dans le cadre de certaines formalités, des frais peuvent être demandés (exemple : des frais d'inscription au répertoire des métiers).

[En savoir plus ici](#)

DIRECTION DÉPARTEMENTALE DE LA COHÉSION SOCIALE ET DE LA PROTECTION DES POPULATIONS – DDCSPP

- Vérification sanitaire

La DASS veille aux agréments des installations sanitaires des locaux d'accueil et d'hébergement assimilables à des établissements recevant du public et au respect des mesures d'accueil des handicapés.

[En savoir plus ici](#)

DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES AFFAIRES SANITAIRES ET SOCIALES

2, place Jean Nouzille -BP 95226

14052 Caen cedex 4, 02 31 70 95 95

III - CRÉER UNE ASSOCIATION

Une association de loi 1901 est à but non lucratif qui est définie ainsi : « L'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices ... ». Il s'agit d'un statut très intéressant mais qui ne concerne en aucun cas les personnes souhaitant faire fructifier un commerce avec la vente de produits ou d'activités.

OBLIGATIONS LÉGALES

Trois obligations légales doivent être respectées pour créer une association :

- Être 2 personnes minimum, un président et un trésorier
- Avoir un objet licite
- Être à but non lucratif, cela sous-entend : le bénévolat des dirigeants, le non-partage des bénéfices, et, en cas de dissolution de l'association, le versement de l'actif à d'autres associations

DÉFINITION DU PROJET

Pour cette partie vous trouverez davantage d'information dans la fiche Montage de projet. De plus vous trouverez ici une liste de question non-exhaustive à se poser avant d'entreprendre la création d'une association : Quel est votre projet ? Quelle cause ou raison l'anime ? Quelle est son éthique ? Quelles sont les attentes du groupe porteur ? Quelles raisons vous poussent à créer l'association ? Quelles sont les actions que vous souhaitez mettre en œuvre ? Quelles sont les parties prenantes du projet ? Qui sont vos partenaires ? Pour qui souhaitez-vous agir ? Quel est le territoire ou le périmètre de votre projet ? Quels sont les besoins identifiés sur le terrain ? Quels sont les moyens et les ressources dont vous avez besoin ? Ceux dont vous disposez pour réaliser votre projet ? Quelles sont les étapes clés et les échéances du projet ? etc.

DÉCLARATION DE L'ASSOCIATION

Déclarer une association permet d'acquérir une personnalité morale. Cela lui donne la possibilité d'accepter ou de créer différents moyens de financements pour le fonctionnement, de signer des actes juridiques tels que création d'un compte bancaire, souscrire une assurance, etc., ainsi qu'agir en justice en tant que personne morale.

RÉDACTION DES STATUTS

Il s'agit de l'acte fondateur d'une association, c'est la signature d'un contrat par au moins 2 personnes. Son objet doit être précis, détaillé et évolutif.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE CONSTITUTIVE

Vous devez ensuite organiser une assemblée générale constitutive et la notifier dans un procès-verbal.

DÉCLARATION EN PRÉFECTURE

Par la suite les pièces suivantes devront être transmises en préfecture pour que l'association soit déclarée :

- Formulaire Cerfa n°13973*02 de création qui fournit les

éléments généraux (titre exact, objet, adresse du siège social)

- Formulaire Cerfa n°13971*02 de la « liste des personnes chargées de l'administration »,

- Le procès-verbal de l'assemblée constitutive de l'association. L'attestation de domiciliation s'il y a lieu.

- Un exemplaire original des statuts de l'association daté et signé par au moins deux personnes de l'administration.

Vous trouverez des exemples de ces documents à télécharger sur le site suivant : <https://www.associations.gouv.fr/kit-gratuit.html>

De plus ces déclarations peuvent se faire en ligne sur le site suivant : <https://www.service-public.fr/associations/vosdroits/F1119>

La préfecture vous transmettra un récépissé de la déclaration dans un délai de cinq jours. Ce document comportera le numéro d'inscription de l'association au répertoire national des associations (RNA).

Il sert ensuite à l'association dans ses démarches. La Préfecture se charge de transmettre les informations nécessaires à la publication au Journal Officiel. L'inscription au JOAFE (Journal Officiel des Associations et Fondations d'Entreprises) est un acte obligatoire.

En interne vous pouvez également rédiger un règlement intérieur, il s'agit d'un document facultatif.



COMPTE BANCAIRE

Suite à la déclaration de votre association vous pourrez lui créer un compte dédié. Dans le cas où vous n'auriez pas de fond propre à l'association dans un premier temps, vous pouvez avancer une somme qui sera par la suite remboursé par l'association, à condition de produire des justificatifs pour ces transactions.

ASSURANCE

Enfin, il est impératif d'assurer le fonctionnement de votre association en fonction de ses activités, vous devez au moins prendre une responsabilité civile.

SIRET

Vous pourrez par la suite demander un numéro de SIRET auprès de l'INSEE afin de recevoir des subventions ou des paiements en provenance de l'État ou des collectivités. Il s'agit d'un numéro unique d'identification attribué à chaque établissement.

[En savoir plus ici](#)

I – ORGANISMES PUBLICS

COLLECTIVITÉS OU INSTITUTIONS

Région Normandie : Fiche Monter un projet touristique ; Visite de structure en lien avec le cheval ; Location d'équidés ; Commercialisation d'activités à cheval ; Événementiel en lien avec le cheval ; Itinéraire équestre ; Hébergement d'équidés à la nuitée

Agence de Développement pour la Normandie - AD Normandie : Fiche Monter un projet touristique ; Création d'une société

Département du Calvados : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval ; Commercialisation d'activités à cheval ; Événementiel en lien avec le cheval

Département de l'Eure : Fiche Monter un projet touristique ; Commercialisation d'activités à cheval ; Événementiel en lien avec le cheval ; Hébergement touristique dans un environnement équin

Département de la Manche : Fiche Commercialisation d'activités à cheval ; Événementiel en lien avec le cheval ;

Itinéraire équestre ; Hébergement touristique dans un environnement équin

Département de l'Orne : Fiche Itinéraire équestre

Département de Seine-Maritime : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval ; Événementiel en lien avec le cheval ; Hébergement touristique dans un environnement équin

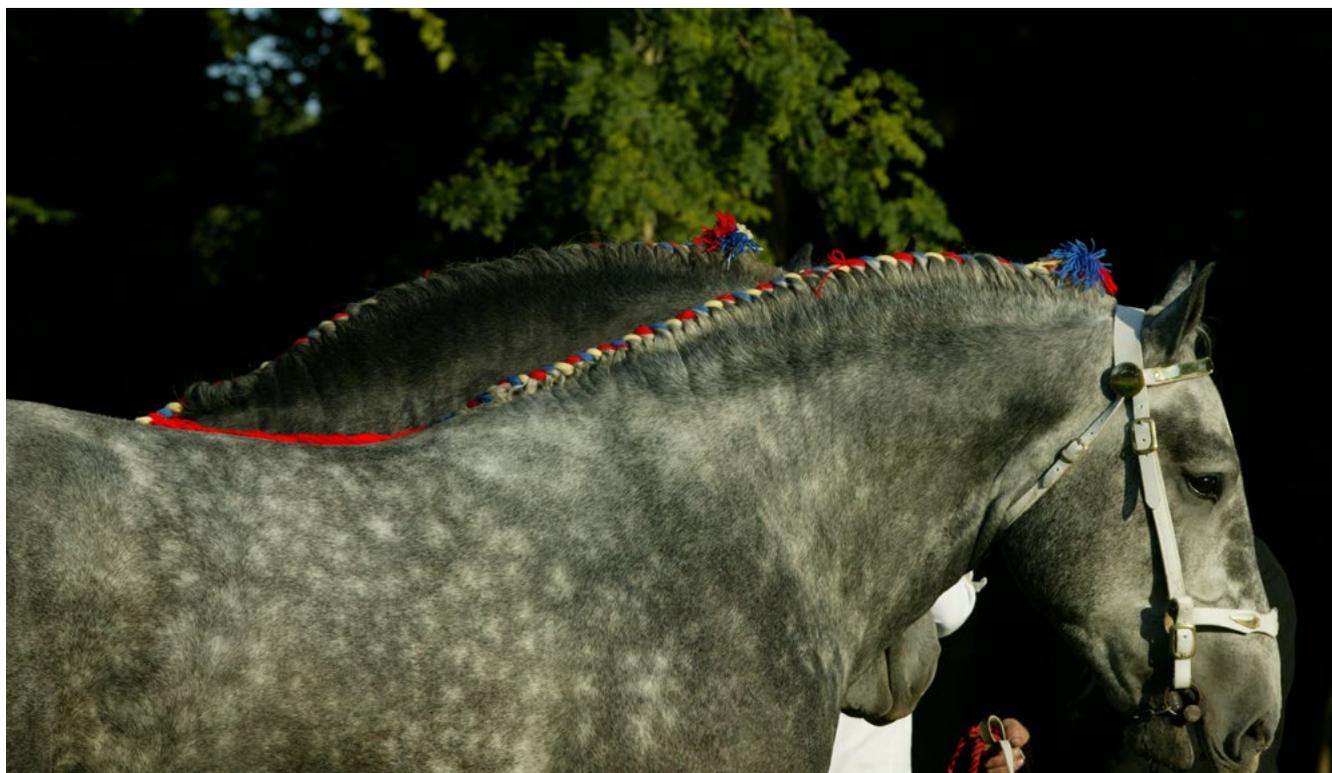
INSTITUTIONS NATIONALES

Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval

Centre de Formalité des Entreprises : Annexe Création d'une société

Chambre de Commerce et d'Industrie : Fiche Restaurant ; Création d'une société

Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations (DDCSPP) : Annexe Création d'une société



II - ORGANISMES TOURISTIQUES

INSTITUTIONS

Office de Tourisme : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval ; Autodiagnostic de mise en tourisme

Comités Départementaux de Tourisme (CDT) :

Calvados Attractivité : Fiche Monter un projet touristique ; Hébergement touristique dans un environnement équin

Eure Attractivité : Annexe Autodiagnostic de mise en tourisme

Attitude Manche : Annexe Autodiagnostic de mise en tourisme

Orne Attractivité : Annexe Autodiagnostic de mise en tourisme

Seine-Maritime Attractivité : Fiche Monter un projet touristique ; Visite de structure en lien avec le cheval ; Autodiagnostic de mise en tourisme

Comité Régional du Tourisme - Normandie Tourisme : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval ; Communication et marketing ; Autodiagnostic de mise en tourisme

Atout France : Fiche Monter un projet touristique ; Visite de structure en lien avec le cheval ; Hébergement touristique dans un environnement équin ; Autodiagnostic de mise en tourisme

ASSOCIATIONS

Fédération des Guides de Normandie : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval

Fédération Nationale des Guides Interprètes et Conférenciers : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval

Greeter : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval

III – ORGANISMES DE LA FILIÈRE ÉQUINE

INSTITUTIONS

Conseil des Chevaux de Normandie (CCN) : Fiche Monter un projet touristique ; Événementiel en lien avec le cheval

Comité Régional d'Équitation de Normandie (COREN) : Fiche Commercialisation d'activités à cheval

Comité Régional de Tourisme Equestre (CRTE) : Fiche Commercialisation d'activités à cheval ; Itinéraire équestre ; Hébergement d'équidés à la nuitée

Comité National de Tourisme Equestre (CNTE-FFE) : Fiche Commercialisation d'activités à cheval ; Itinéraire équestre ; Hébergement d'équidés à la nuitée

Fédération Française d'Équitation (FFE) : Fiche Événementiel en lien avec le cheval

Institut Français du Cheval et de l'Équitation (IFCE) : Fiche Location d'équidés ; Événementiel en lien avec le cheval ; Communication et marketing

Institut du Droit Équin : Fiche Location d'équidés

Equi-ressources : Fiche Commercialisation d'activités à

cheval

Institut National Ânes et Mulets : Fiche Location d'équidés

Société Française des Equidés de Travail : Fiche Location d'équidés

ASSOCIATIONS

Fédération Nationale Ânes et Randonnée : Fiche Location d'équidés

L'Attelage Français : Fiche Location d'équidés

Syndicat des Ânes de Bât : Fiche Location d'équidés

Trait et Ânes de Normandie : Fiche Location d'équidés

EXEMPLES DE PRESTATAIRES PRIVÉS

Equicer : Fiche Monter un projet touristique

Horse Development : Fiche Monter un projet touristique



IV – ORGANISMES AGRICOLES

INSTITUTIONS

Chambre d'Agriculture de Normandie : Fiche Communication et marketing ; Création d'une société

OCAPIAT : Annexe Création d'une société

Safer de Normandie : Annexe Création d'une société

Vivéa : Annexe Création d'une société

V – AUTRES ORGANISMES

ENTREPRISES

Entreprise et découverte : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval

Point Accueil Installation : Annexe Création d'une société

TRAME : Annexe Création d'une société

équin ; Restaurant

Clé-vacances : Fiche Hébergement touristique dans un environnement équin

Ecotable : Fiche Restaurant

Gîte de France : Fiche Hébergement touristique dans un environnement équin

Saveurs de Normandie : Fiche Restaurant

FORMATION

Mon compte formation : Fiche Communication et marketing

Pôle emploi : Annexe Création d'une société

BANQUES

Bpifrance : Fiche Monter un projet touristique

Crédit Agricole : Annexe Création d'une société

TOURISME

Accueil Paysan : Fiche Hébergement touristique dans un environnement équin

Bienvenue à la ferme : Fiche Visite de structure en lien avec le cheval ; Hébergement touristique dans un environnement

COMMUNICATION

Google Ateliers Numériques : Fiche Communication et marketing

NotaBene : Fiche Communication et marketing