



Stratégie 2020

**de la Fédération suisse d'élevage
du cheval de la race des
Franches-Montagnes**

**Principe constitutif :
Développement / Promotion de la race
des Franches-Montagnes**

**Adoptée par les délégués FSFM
le 28.04.2011 à Riedholz**

I. Remarques préliminaires

La définition d'une stratégie 2020 de la FSFM est utile et nécessaire pour de multiples raisons brièvement décrites ci-après.

La FSFM déploie de nombreuses activités qui font que son champ d'action est très vaste. Des activités portent à conséquences à court terme; d'autres exercent au contraire leurs effets à moyen ou long terme. Ces dernières doivent être décidées et réalisées en fonction de lignes directrices précises et d'objectifs clairement définis. Dans le cas contraire, le risque existe que des mesures soient incohérentes voire contradictoires avec les objectifs recherchés. Dans cet esprit, la stratégie doit permettre de mener une action coordonnée et cohérente.

La FSFM fournit des prestations à de nombreux acteurs de la filière chevaline. Elle doit par conséquent évaluer en permanence leurs besoins et veiller à répondre de manière optimale, en tout temps, à leurs attentes. Dans ce sens, une stratégie doit permettre de définir les besoins de ses prestataires et de les informer au mieux. Elle doit lui permettre également de s'organiser de manière efficiente pour pouvoir fournir ses prestations à des prix accessibles à tous.

Enfin, la FSFM compte de nombreux organismes. Pour assurer leur fonctionnement, il est nécessaire de définir précisément les tâches de chacun et de mettre en place un système d'information efficace et transparent. Des mutations fréquentes interviennent au sein du personnel, du comité, des commissions, du collège des juges et également au sein des responsables des syndicats d'élevage. Une stratégie FSFM doit constituer également une source d'information précieuse pour toutes les personnes qui sont chargées à un moment donné d'assumer des responsabilités au sein de la filière chevaline. Une stratégie s'avérera également de plus en plus indispensable pour piloter et développer de manière opportune l'élevage à l'étranger.

II. Situation initiale

Le présent document contient des propositions concernant une stratégie globale pour la Fédération, voire une vision à échéance d'une dizaine d'années. Elle est construite sur la base de quatre axes stratégiques. Pour chaque axe, divers objectifs sont énumérés et ces derniers seront atteints par l'application des nombreuses mesures identifiées.

Dans ce cadre, il est important que l'énoncé des objectifs comporte des valeurs mesurables précisément (par ex.: d'ici à 2020, le nombre de juments saillies devrait être porté à 3'800; on ne devrait donc pas seulement se satisfaire du principe d' "élargir la base des juments"). Dans la structure organisée démocratiquement de la FSFM, il est important de montrer clairement le chemin qui conduit aux objectifs. Cela signifie que les mesures doivent être définies de manière précise et que les effets espérés doivent être spécifiés clairement. Ces précautions sont nécessaires pour la bonne compréhension des démarches entreprises ainsi que l'obtention de la collaboration et de l'adhésion des éleveurs et utilisateurs de chevaux.

Le développement de la stratégie FSFM 2020 se base sur les dispositions et ordonnances légales qui régissent actuellement l'élevage suisse en général et l'élevage de chevaux en particulier.

De manière générale, il est admis que le soutien public à l'élevage chevalin - que ce soit du point de vue financier ou logistique - ne va pas s'accroître à l'avenir. Il est en outre fort probable que la tendance à la libéralisation des marchés dans le contexte tant national qu'international va se poursuivre.

S'agissant des sujets d'actualité touchant à l'interventionnisme public en matière d'élevage du franches-montagnes, les scénarios suivants sont retenus:

1. Haras national suisse(HNS)
Le HNS va continuer d'être exploité par la Confédération; il fournira des prestations en matière de recherche, de formation, de diversité biologique et de promotion de l'élevage du franches-montagnes. Des économies de l'ordre de grandeur de 10% sont probables; elles devront être réalisées, pour l'essentiel, par la rationalisation des activités actuelles et par la fourniture de nouvelles prestations.
2. Contributions de soutien à l'élevage
Il faut s'attendre à des réductions de 10 – 15% des mesures de soutien aux organisations d'élevage. Pour la FSFM, cela signifierait une réduction des recettes de l'ordre de 120'000. - à 180'000. - francs. A terme, il est difficile d'estimer si d'autres coupes budgétaires seront opérées.
3. Contributions au maintien de la race
Il est fort probable que ces contributions soient maintenues à moyen, voire à long terme.
4. BDTA-équidés
En deux ans, les chevaux devront être enregistrés dans cette banque de donnée.

III. Statistiques relatives à l'élevage de la race des Franches-Montagnes (2010)

Population totale de chevaux franches-montagnes (estimation) :	25'000 têtes
Nombre de juments saillies en 2010:	3'385 têtes
Nombre d'étalons vivants et actifs :	198 têtes
Nombre de poulains identifiés :	2'564 têtes
Nombre de nouvelles juments catégorisées:	618 têtes

IV. Domaines d'activité à prendre en compte dans la définition d'une stratégie

La stratégie comportera des axes stratégiques dans les domaines suivants :

1. L'élevage
2. La commercialisation et le marketing
3. Les compétences et les qualifications
4. L'organisation et la gestion de la FSFM

Pour des raisons pratiques et de clarté, le nombre d'axes stratégiques est limité au minimum, à savoir à quatre.

1. L'élevage

Dans ce domaine, les questions fondamentales suivantes peuvent être posées :

1. Objectif d'élevage: quel cheval sélectionner?
 - a. Type, taille?
 - b. Performances, comportement, polyvalence?
 - c. Santé?
 - d. Priorités dans les critères de sélection?
 - e. Position et tolérance concernant les marques blanches?
2. Nombre d'animaux inscrits au Livre généalogique. Quels effectifs atteindre d'ici à 2020?
 - a. Juments d'élevage inscrites?
 - b. Combien d'entre elles devraient être actives dans l'élevage?
 - c. Combien d'étalons sont nécessaires pour atteindre les objectifs d'élevage?
 - d. Quels sont les effectifs nécessaires en matière de remonte?
 - e. Comment atteindre les objectifs fixés? Des objectifs intermédiaires sont-ils fixés? Comment mesurer les résultats?
3. Problématique globale du sang étranger?

Cette question devrait faire l'objet d'un débat de fond avec tous les milieux concernés; un consensus devrait être trouvé et une planification à long terme (20 à 30 prochaines années) devrait être établie.
4. Evaluation des qualités?
 - a. Le système d'évaluation actuel est-il approprié, transparent, orienté vers l'objectif?
 - b. Le recrutement et la formation des juges respectifs sont-ils efficaces?
 - c. Qui fixe les directives à observer par les juges?
 - d. Comment contrôler si les objectifs sont atteints, et qui effectue les contrôles?
5. Relations avec l'étranger?
 - a) Quelles relations entretenir avec les éleveurs / propriétaires de chevaux franches-montagnes à l'étranger?
 - b) L'élevage à l'étranger doit-il être encouragé?
 - c) La FSFM doit-elle participer de manière active à l'élevage à l'étranger?
 - d) L'élevage à l'étranger peut-il constituer un réservoir génétique?
 - e) La création d'une organisation mondiale du franches-montagnes serait-elle opportune?
 - f) Journée mondiale du franches-montagnes au National FM?
6. Recherche/collaboration dans le domaine de l'élevage?
7. Méthodes d'élevage, utilisation des valeurs d'élevage et estimation génomique de la valeur d'élevage?
8. Application de la recherche en pratique?
9. Autres?

2. Commercialisation et marketing

Dans le domaine de la commercialisation et du marketing, il convient de répondre notamment aux questions fondamentales suivantes:

1. Le marketing est-il une tâche de la Fédération?
2. La Fédération doit-elle participer à des expositions à l'étranger?
3. La Fédération doit-elle participer à des shows?
4. Quelle est la part de marché visé en Suisse?
5. Quelle est la part de marché visé à l'étranger?
6. La Fédération doit-elle s'engager en matière de commercialisation et notamment mettre sur pied une commercialisation centralisée?

3. Les compétences et les qualifications

1. Quels sont les besoins de formation des acteurs de l'élevage chevalin?
2. Les filières de formation actuelles sont-elles suffisantes et appropriées?
3. La participation des acteurs de l'élevage dans les filières de formation est-elle suffisante?

4. L'organisation et la gestion de la FSFM

Il faut considérer l'organisation sur deux plans. D'une part, la FSFM qui existe sous forme de société et qui fonctionne de manière démocratique d'après le CC. Sur ce plan, la question des différentes commissions (nombre, tâches, etc.) devrait être évoquée, de même que les compétences des différents organes (AD, gérance, comité, commissions).

D'autre part, les procédures internes et les interfaces devraient être décrites et définies clairement.

Les questions fondamentales sont:

1. Type d'affiliation. Syndicats / sociétés ou membres individuels?
2. Quel est le rôle du gérant du syndicat / de la société?

Le but de la Fédération consiste à soutenir les éleveurs dans l'élevage et la commercialisation de leurs chevaux franches-montagnes et cela aux coûts les plus bas possibles. Concernant les prestations offertes par la Fédération, de nombreuses questions se posent :

1. Quels sont les besoins de l'éleveur et de l'utilisateur (nature et priorité)?
2. Quelles prestations de service l'éleveur et l'utilisateur attendent-ils?
3. Quel objectif atteindre avec quel produit (Prestations de base, prestations supplémentaires)?
4. Quelles sont les prestations de service qui sont fournies directement aux éleveurs?
5. Quelles sont les prestations de service destinées aux gérants des syndicats/sociétés?
6. A qui fournir des prestations? Aux membres seulement ou également à d'autres intéressés?
7. Quelles sont les prestations de service actuelles qui ne seraient plus nécessaires?
8. Est-ce que des partenariats/contrats de collaboration permettraient de développer des synergies?

9. La structure des coûts est-elle connue?
10. Que coûtent des prestations de service comparables sur le marché?
11. Quels sont les produits facturés ou non au prix de revient?
12. Comment vérifier si les produits atteignent les objectifs?
13. Autres?

V. Remarques finales

Au chapitre 3, de nombreuses questions sont posées et la liste n'est sans doute pas exhaustive. Une stratégie ne permettra néanmoins pas d'apporter des réponses à toutes ces questions. Mais une hiérarchisation des thèmes devrait permettre de déterminer leur degré d'importance et ainsi de mettre en exergue celles pour lesquelles des choix doivent impérativement être opérées.

Au final, la stratégie tend à réunir un maximum de conditions nécessaires à une action efficace dans le développement et la promotion de l'élevage chevalin de la race des Franches-Montagnes.

VI. Annexe

La stratégie 2020 de la FSFM est présentée en annexe sous forme de tableau. Chacun des quatre axes stratégiques comprend des objectifs et des mesures à mettre en œuvre.