



Le Franches-Montagnes Der Freiburger

21^e ANNÉE N° 256 AVRIL 2023,
JOURNAL OFFICIEL DE LA FSFM
21. JAHRGANG NR. 256 APRIL 2023,
VERBANDSZEITSCHRIFT DES SFV

ASSEMBLÉE DES DÉLÉGUÉS

**Un nouveau président,
des affaires importantes
et un Conseiller fédéral
invité 4**

DELEGIERTENVERSAMMLUNG

**Ein neuer Präsident,
wichtige Geschäfte
und ein Bundesrat
zu Gast 6**

MERCI



Quelle clientèle de loisirs pour le cheval FM ?

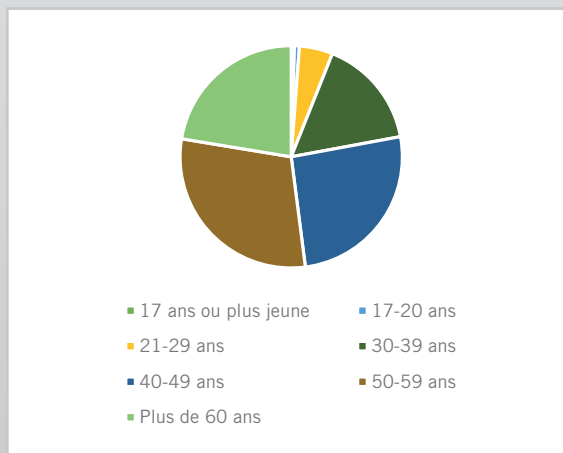
Assurer une bonne commercialisation, augmenter les prix de vente, pérenniser et rentabiliser l'activité d'élevage sont autant de défis autour de la race franches-montagnes. De nombreux acteurs sont impliqués : Fédération suisse du franches-montagnes, Haras national suisse d'Agroscope, éleveurs et éleveuses, et bien-sûr... la clientèle ! Qui sont les propriétaires de franches-montagnes ? Portrait-robot.

La promotion du cheval FM

La promotion de la race franches-montagnes est l'affaire de toutes et tous, et est essentielle afin de maintenir le cheptel. La Fédération suisse du franches-montagnes (FSFM) a pour buts le développement, l'encouragement et la promotion de l'élevage, ainsi que l'utilisation des chevaux FM. Elle s'occupe notamment de l'organisation d'événements, de la délivrance des passeports et du contrôle de la diversité génétique au sein de la race. Le Haras national suisse (HNS) d'Agroscope est un autre acteur important car il participe activement à la promotion de la race FM, le soutien de projets de recherche et l'échange de connaissances autour du cheval.

Qui sont les clientes et les clients du FM ?

Pour répondre à cette question, le HNS a mené une enquête par questionnaire. 1'800 personnes ont été interrogées. Parmi elles, 400 personnes ont déclaré



Répartition des âges de la clientèle du FM. Source : Etude de marché du cheval franches-montagnes : la sphère des loisirs, Agroscope Transfer Nr. 474 / 2023

être propriétaires de FM. Dans notre échantillon, 60% des propriétaires de chevaux franches-montagnes en Suisse sont des femmes. Par ailleurs, plus d'une personne sur deux parmi les propriétaires interrogés ont entre 40 et 60 ans. Parmi les personnes interrogées, environ 7 personnes sur 10 ont des revenus compris entre 0 et 7'500 frs par mois. La clientèle du FM se situe donc plutôt dans la classe moyenne inférieure.

Activités pratiquées

Environ 30% de la clientèle FM pratiquent la balade et la randonnée comme activité principale. Les disciplines traditionnelles (saut, dressage, attelage hors compétition) sont pratiquées par 15% des personnes interrogées. Dans notre échantillon, 7% des personnes

Balade, randonnée	30.67%
Disciplines traditionnelles hors compétition (saut, dressage, attelage)	14.55%
Autres disciplines, hors compétition (gymkhana, horseathlon, rallye, trec, western)	3.90%
Compétition amateur, disciplines traditionnelles (saut, dressage, attelage)	7.12%
Compétition amateur, autres disciplines (gymkhana, horseathlon, rallye, trec, western)	2.44%
Compétition à titre professionnel	0.99%
Travail au sol (longe, longues rênes)	4.73%
Spectacle équestre	0.42%
Uniquement des soins (p.ex. : brosser, faire brouter)	7.02%
Attelage	3.90%
Elevage	5.35%
Débardage	0.26%
Activités mixtes	18.66%

Activités principales pratiquées par la clientèle FM. Source : Etude de marché du cheval franches-montagnes : la sphère des loisirs, Agroscope Transfer Nr. 474 / 2023



Le FM, avec son sang-froid et sa robustesse, est idéal pour la randonnée et les balades en pleine nature.

Mit seinem ruhigen Gemüt und seiner Robustheit ist der FM ideal für das Ausreiten und Wanderritte in der Natur.

déclarent ne pratiquer que des soins (par exemple : brossage, faire brouter) à leur équidé, ce qui est autant que la part de personnes pratiquant la compétition amateur.

Une passion du FM qui se transmet... mais pas seulement!

Près de 40% des personnes interrogées déclarent que les équidés font partie de l'histoire familiale depuis plusieurs générations. C'est particulièrement le cas pour les propriétaires de FM. A l'inverse, un quart des répondantes et répondants ont réalisé l'intérêt pour les équidés plus tard dans leur vie, ce qui montre que des personnes « externes » au monde du cheval peuvent tout à fait devenir propriétaires de FM.

Quel rapport au monde du FM?

Les réponses collectées montrent que les propriétaires de FM ont des sensibilités différentes vis-à-vis du cheval. Certaines personnes ont à cœur de faire partie d'une communauté autour de la race, par exemple en participant à des compétitions. D'autres personnes préfèrent tisser un lien avec leur cheval en dehors de toute structure. Plus particulièrement, cette étude nous montre que le profil-type du client actuel du franches-montagnes est une cliente, entre 40 et 60 ans, intéressée par les activités de loisirs, et qui n'adhère pas forcément aux méthodes traditionnelles de monte. Cette

nouvelle clientèle mérite l'attention des acteurs du FM, car elle ouvre la voie à de nombreuses possibilités de commercialisation.

Conseils de vente et de communication

La hausse générale du prix des franches-montagnes est une mesure nécessaire pour la promotion de la race. Le but est une meilleure rentabilité des exploitations actives dans l'élevage. Il est recommandé de vendre un franches-montagnes de 3 ans ayant passé les tests en terrain à un prix d'environ 10'000 frs pour atteindre le seuil de rentabilité.

Pour communiquer à la clientèle, il est conseillé de promouvoir le FM dans un environnement naturel, par exemple avec des photographies de troupeaux en pâturage, et de mettre l'accent sur son bon caractère. Cette promotion vers une certaine « naturalité » du cheval FM est nécessaire afin de concilier les différentes sensibilités de la clientèle FM.

Conclusion

Le cheval franches-montagnes attire, particulièrement depuis 2020 et la crise du covid, une clientèle toujours plus diversifiée et aux attentes multiples dans la sphère des loisirs. Cet engouement est une excellente nouvelle pour tous les acteurs du FM, car il permet une très bonne commercialisation de la race. Pour assurer la pérennité du FM et des revenus justes pour les éleveurs et les éleveuses, il est essentiel d'augmenter le prix de vente des FM et d'améliorer la communication autour de la race, notamment en direction de la clientèle non-initiée, nouvellement intéressée par les pratiques équestres.

Emma Schneider
Agroscope, Haras national suisse HNS

L'étude complète intitulée « Etude de marché du cheval franches-montagnes: la sphère des loisirs » est disponible sur le site internet du Haras national suisse : www.harasnational.ch → Socio-économie → Dernières publications → Etude de marché du cheval franches-montagnes

